

**UPAYA PEMANFAATAN FACEBOOK MARKETPLACE DALAM
PENGEMBANGAN UMKM IKAN CUPANG YAYA DI DESA
CIKAMPEK BARAT**

Rizqi Yosia Siringo Ringo1, Himyatul Hidayah2

Program Studi Manajemen1, Program Studi Farmasi2

mn21.rizqiringo@mhs.ubpkarawang.ac.id1 , himyatul.hidayah@ubpkarawang.ac.id2

Abstrak

Media sosial adalah alat atau sarana yang dapat diakses oleh semua orang tanpa adanya batasan waktu dan jarak selama terdapat jaringan internet. Adanya media sosial yang mempunyai akses luas, mudah, dan cepat hal ini dimanfaatkan oleh para pengusaha kecil UMKM untuk lebih berani mempromosikan produk-produknya sebagai media pemasaran yang efektif dan efisien. Objek dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah Ikan Cupang Yaya di Cikampek Barat. Penulisan artikel ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dalam pengembangan UMKM.

Tujuan dari kegiatan penelitian ini memberikan pengetahuan tentang pentingnya Digitalisasi melalui media sosial seperti membuka toko di Instagram, Tiktok, maupun Facebook yang dapat memberikan atau dorongan penjualan produk sehingga diharapkan omset penjualan semakin meningkat. Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan artikel ini adalah metode penelitian kualitatif yang disusun secara deskriptif. Oleh karena itu, peran teknologi diperlukan dalam mendorong keberhasilan perusahaan untuk memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis media sosial terutama dalam pemanfaatan Facebook Marketplace yang dapat digunakan sebagai media komunikasi pemasaran modern.

Dengan adanya program Kuliah kerja Nyata diharapkan kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang pengembangan UMKM di Desa Cikampek Barat melalui media sosial berupa Facebook Marketplace dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat pentingnya media sosial dalam mengembangkan bisnis sekaligus mengikuti perkembangan zaman dan dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin.

Kata Kunci : UMKM; Facebook Marketplace; Pengembangan

Abstract

Social media is a tool or means that can be accessed by everyone without time and distance limitations as long as there is an internet network. The existence of social media which has wide, easy and fast access is used by small MSME entrepreneurs to be bolder in promoting their products as an effective and efficient marketing medium. The object of the Real Work Lecture (KKN) activity is Yaya Betta Fish in West Cikampek. The background to writing this article was the problems faced by MSMEs in developing MSMEs.

The aim of this research activity is to provide knowledge about the importance of digitalization

through social media such as opening a shop on Instagram, Tiktok or Facebook which can provide or encourage product sales so that it is hoped that sales turnover will increase. The research method used to write this article is a qualitative research method which is structured descriptively. Therefore, the role of technology is needed in encouraging the success of companies in expanding market access through the use of social media-based information technology, especially in the use of Facebook Marketplace which can be used as a modern marketing communications medium.

With the Real Work Lecture program, it is hoped that outreach and training activities regarding the development of MSMEs in West Cikampek Village through social media in the form of Facebook Marketplace can provide the public with an understanding of the importance of social media in developing business as well as keeping up with the times and can be utilized to the maximum extent possible.

Keywords: MSMEs; Facebook Marketplace; Development

Pendahuluan

Media sosial adalah salah satu produk digital yang memungkinkan adanya interaksi antara satu orang dengan orang lainnya. Media sosial dengan basis teknologi internet dapat memberikan penyebaran informasi dari satu orang ke banyak orang. Digitalisasi pemasaran berbasis media sosial telah mampu mengubah perilaku konsumen untuk melaksanakan proses penawaran dan permintaan produk barang dan jasa secara tradisional ke arah modern. Media Sosial sangat membantu sebagai media penghubung informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen dimanapun mereka berada dan berapapun jaraknya. Media sosial merupakan media yang sangat potensial untuk menemukan konsumen serta membangun image tentang merek suatu produk (Priambada, 2015).

Digitalisasi pemasaran berbasis media sosial diyakini telah membuka saluran komunikasi dan transaksi secara realtime dan mendunia. Jumlah pengguna media sosial yang semakin hari semakin bertambah membuka peluang pelaku UKM untuk mengembangkan pasarnya melalui gengaman smartphone. Penggunaan media sosial sebagai basis pemasaran bertujuan untuk menumbuhkan minat beli konsumen. Pemasaran berbasis media sosial merupakan suatu jenis model pemasaran internet untuk mencapai tujuan pemasaran dengan berpartisipasi dalam lingkup jaringan media sosial (Maoyan, 2014). Saat ini banyak sosial media yang dapat digunakan untuk dijadikan sebagai sarana promosi usaha salah satunya adalah Facebook Marketplace. Pemanfaatan media sosial dapat memberikan kemudahan-kemudahan dalam proses promosi dan jual beli yang dilakukan oleh UMKM dengan konsumen serta dapat meminimalkan biaya yang dikeluarkan.

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata 2024 dilaksanakan di Desa Cikampek Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang. Desa Cikampek Barat terletak diantara desa Dawuan Timur

dan Cikampek Kota merupakan salah satu dari 10 desa yang berada di Kecamatan Cikampek dengan batas disebelah Utara adalah Desa Dauwan Timur, batas sebelah Selatan adalah Desa Kamojing, batas sebelah Timur adalah Desa Cikampek Timur, batas sebelah Barat adalah Desa Kalihurp.

Salah satu UMKM yang berkembang di Desa Cikampek Barat adalah umkm Ikan Cupang diberi nama usaha “ Cupang Yaya” yang dimana pemilik dari usaha tersebut bernama bapak Yaya atau biasa di sapa Pak Yaya. Karena kurangnya pengetahuan mengenai promosi melalui media sosial dan salah satu hambatan pemasaran produk lokal di Desa Cikampek Barat. Dengan adanya kegiatan KKN di Desa Cikampek Barat diharapkan bisa membantu warga untuk bisa memasarkan produknya melalui media sosial melalui penggunaan aplikasi Facebook agar jangkauan pemasaran lebih luas dan mampu membantu meningkatkan perekonomian masyarakat Facebook Marketplace merupakan solusi untuk pemasaran tertarget secara masif dan luas dengan modal yang relatif kecil, dikarenakan aplikasi tersebut merupakan salah satu aplikasi media sosial populer yang digunakan hampir di setiap orang dalam melakukan komunikasi atau interaksi dengan penjual dan pembeli baik offline maupun online. Aplikasi yang di desain khusus untuk pemilik bisnis baik untuk usaha kecil dan usaha menengah (UMKM). Facebook Marketplace mempunyai banyak fitur-fitur yang akan memanjakan para pelaku bisnis. Facebook Marketplace adalah platform yang sangat berguna untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) untuk menjual produk atau layanan mereka. Berikut adalah beberapa fitur Facebook Marketplace yang bisa sangat menguntungkan bagi UMKM:

- 1) Target Audiens Lokal: Marketplace memungkinkan UMKM untuk menjangkau pelanggan di wilayah geografis yang spesifik, sehingga lebih mudah untuk menarik pembeli lokal dan mengurangi biaya pengiriman.
- 2) Listing Gratis: Membuat listing di Facebook Marketplace tidak dikenakan biaya, sehingga UMKM dapat memasarkan produk mereka tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan.
- 3) Integrasi dengan Halaman Bisnis: UMKM dapat menghubungkan Marketplace dengan halaman bisnis Facebook mereka, memungkinkan untuk konsistensi branding dan mempermudah pengelolaan pesan serta interaksi dengan pelanggan.
- 4) Foto dan Deskripsi Produk: Pengguna dapat mengunggah foto produk yang jelas dan menulis deskripsi yang mendetail untuk menarik perhatian pembeli.
- 5) Fitur Pencarian dan Kategori: Produk dapat dikategorikan sesuai dengan jenis dan jenis pencarian, memudahkan pelanggan untuk menemukan produk yang mereka butuhkan.
- 6) Fitur Chat: Facebook Marketplace menyediakan fitur chat yang memudahkan komunikasi langsung antara penjual dan pembeli, sehingga proses negosiasi atau klarifikasi bisa dilakukan secara efisien.
- 7) Promosi Berbayar: Meskipun listing dasar gratis, UMKM bisa menggunakan opsi promosi berbayar di Facebook untuk meningkatkan visibilitas produk mereka di Marketplace.
- 8) Analitik dan Pelaporan: Untuk halaman bisnis, ada akses ke analitik yang memungkinkan

UMKM untuk melacak kinerja listing mereka dan memahami perilaku pelanggan lebih baik.

- 9) Integrasi dengan Iklan Facebook: UMKM bisa memanfaatkan iklan Facebook untuk mempromosikan produk mereka di Marketplace, serta di platform lain seperti Feed Berita Facebook dan Instagram.
- 10) Penjadwalan Postingan: Fitur ini mempermudah untuk merencanakan dan menjadwalkan posting produk pada waktu yang optimal.

Dengan memanfaatkan fitur-fitur ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan mereka melalui Facebook Marketplace. Aplikasi Facebook dapat diunduh dari Goggle Play Store bagi pengguna Android atau App Store. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi ini merupakan aplikasi yang mudah digunakan oleh masyarakat Indonesia termasuk oleh para pelaku UMKM. Oleh karena itu, para pelaku UMKM khususnya UMKM Cupang Yaya di Desa Cikampek Barat perlu mendapat sosialisasi berupa penggunaan Facebook Marketplace dan upaya pemanfaatannya dalam pengembangan UMKM.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 08 Agustus 2024 Jam 15.00 –17.00. Dan telah menyiapkan materi pembuatan akun serta penjelasan tentang Digitalisasi umkm pada penggunaan Facebook Marketplace. Lokasi yang digunakan untuk penelitian ini yaitu dilaksanakan di tempat jualan pak Yaya yang merupakan UMKM ikan Cupang yang berada di Desa Cikampek Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang.

Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, penjelasan tentang pembuatan akun Facebook Marketplace dan dokumentasi. Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi tiga bagian, yaitu sumber data yang berupa orang (Person), sumber data yang berupa tempat atau benda (Place), dan sumber data berupa simbol (Paper) yang cocok untuk penggunaan metode dokumentasi (Suharsimi dan Arikunto, 2006). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan tahapan reduksi data, penyajian data kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Pak Yaya pelaku usaha UMKM Ikan Cupang di Desa Cikampek Barat yaitu masih minimnya pengetahuan dalam penggunaan media sosial berupa Facebook Marketplace dalam promosi online. Maka dari hasil wawancara yang telah dilakukan Bersama Pak Yaya dalam penggunaan Facebook Marketplace memberikan manfaat antara lain sebagai sarana untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, sebagai sarana promosi produk, melakukan pendataan kebutuhan dan keinginan pelanggan, memberikan respon dan masukan ke konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan dalam bertransaksi.

Pemanfaatan media sosial juga digunakan sebagai tempat untuk berdiskusi, melakukan riset pasar, memantau perkembangan pelanggan, dan survei pelanggan.

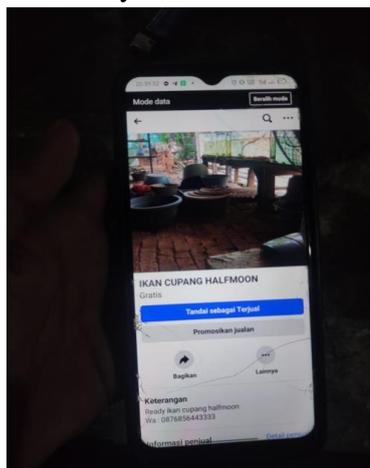
1. Capaian Kegiatan

- A. Sosialisasi Tentang Penggunaan Facebook Marketplace Pada hari Selasa tanggal 08 Agustus 2024 Jam 15:00-17:00 memberikan pengenalan mengenai Facebook Marketplace serta fitur-fitur yang tersedia. Namun sebelum itu Pak Yaya selaku pemilik usaha Ikan Cupang sudah mempunyai akun Facebook untuk kegiatan pribadinya. Karena di akun itu lah dilakukan kegiatan promosi selama membuka usaha Ikan cupang. Setelah dijelaskan kembali dari situ lah beliau ingin tau apa saja kegunaan dan cara penggunaa Facebook Marketplace.



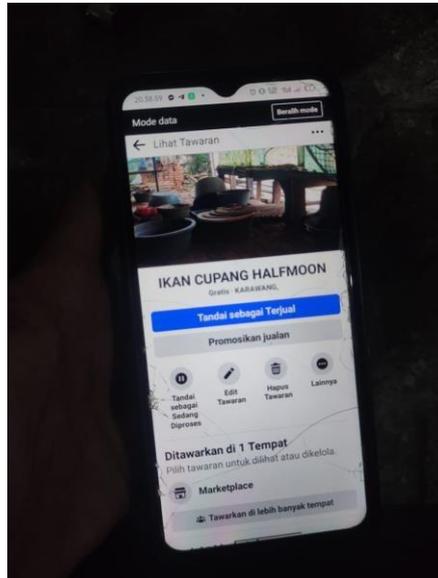
Gambar 1 Sosialisasi Aplikasi Facebook Marketplace

- B. Pembuatan Iklan di Faceook Marketplace Pembuatan iklan media sosial Facebook Marketplace diharapkan dapat menjadi wadah untuk UMKM Ikan Cupang Pak Yaya agar produknya dapat dikenal oleh masyarakat luas dan menambah omset penjualan.



Gambar 2 Pembuatan iklan melalui Facebook Marketplace

- C. Promosi Iklan yang sudah didaftarkan di marketplace setelah membuat deskripsi barang yang ingin dijual dalam iklan, promosi berbayar maupun gratis di terapan kepada penjualan cupang Pak Yaya sehingga mempermudah dalam pemesanan.



Gambar 3 Promosi Iklan

Adanya sosialisasi dan bimbingan teknis penggunaan Facebook Marketplace ini selain meningkatkan engagement antara pemilik usaha dengan pelanggan. Pelanggan melakukan pemesanan melalui Facebook Marketplace, di mana pada aplikasi ini sudah tertera jenis ikan yang dijual, dan mengambil pesanan (pick-up) sesuai perjanjian yang dibuat dengan penjual maupun menggunakan fitur transaksi lainnya yang di sediakan di Facebook Marketplace. Dengan aplikasi ini, pemilik usaha merasa terbantu, dan ekonomi terus berputar. Karena jika sebelumnya hanya menjual di toko yang di miliki Pak Yaya maupun menjual dari orang orang terdekat, saat ini Pak Yaya sudah dapat melakukan transaksi langsung dengan pelanggan, pemilik usaha dapat memperbarui produk dan harga yang mereka miliki. Bahkan, Melalui Facebook Marketplace konsumen dapat menerima informasi secara seketika terkait produk dan/atau promo terbaru dari UMKM

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI KESIMPULAN

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) melalui kegiatan sosialisasi dan penyuluhan penggunaan media sosial Facebook Marketplace dalam meningkatkan penjualan Ikan Cupang Pak Yaya di Desa Cikampek Barat, Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang telah berdampak positif dimana penjualan dan produk semakin dikenal oleh masyarakat luas. Tujuan dari dilakukannya sosialisasi dapat menambah pengetahuan dan keterampilan untuk perkembangan usaha melalui

media sosial maupun akan memasuki pasar digital.

Setelah mengikuti sosialisasi dan bimbingan secara teknis, adanya kenaikan 2 kali lipat menjadi 80%. Sehingga, saat ini sudah bisa melakukan promosi secara mudah dan mandiri. Namun, di sini perlu adanya penelitian berkaitan dengan indikator apa saja yang dapat mempengaruhi hasil pendapatan secara maksimal jika menggunakan Facebook Marketplace dalam strategi pemasaran produk.

REKOMENDASI

Perlu adanya kegiatan monitoring dan pengawasan dari pemerintah khususnya dinas UKM dan Koperasi agar kegiatan ini dapat berjalan dengan baik dan berkelanjutan serta dapat berkembang, serta pendampingan secara berkelanjutan baik untuk produksi, pemasaran dan administrasi pembukuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Simatupang, Sudung, Efendi, Efendi, & Putri, Debi Eka. (2021). Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ekbis*, 22(1), 28–41.
- Baihaqi Dz, A. (2021). Baihaqi Dz, A. (2021). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Ikan Cupang (Betta Sp) Di Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Haryati, Haryati. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Dengan Menggunakan Facebook Sebagai Media Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 2(3 Sept), 309–314
- Enny Istanti dan Ruchan Sanusi. 2020. Pemanfaatan media sosial bagi pengembangan umkm di desa kedungrejo, kecamatan jabon, sidoarjo. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*. Vol 4, No 2. Halaman 176-187
- Febriyantoro, M. T. and Arisandi, D. (2018) 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean', *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), pp. 61–76. doi: 10.26533/jmd.v1i2.175