



Peningkatan Sumber Daya Manusia (Sdm) Pada Pemasaran Dan Penjualan Online Melalui Marketplace Facebook (Studi Kasus : Kelurahan Air Putih)

Increase In Human Resources (Hr) In Online Marketing And Sales Through Facebook Marketplace (Case Study: Water Village)

Abdi Putra Asman¹, Rice Novita²

^{1,2} Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Indonesia

E-Mail: 11950313349@students.uin-suska.ac.id, rice.novita@uin-suska.ac.id

Corresponding Author : Rice Novita

Abstrak

Dalam era digital ini banyak sekali orang memerlukan penghasilan apalagi disaat adanya covid 19. penghasilanpun banyak menurun. Maka dari itu penulis menyarankan untuk berjualan online. Marketplace Facebook untuk berjualan aplikasi Media social Facebook meluncurkan fitur digital marketing, yaitu dengan kehadiran marketplace. Fitur Facebook marketplace ini merupakan bentuk dari sebuah pasar online yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli antara para pembeli dan penjual. Saat membukanya pembeli akan melihat tampilan awalnya dengan rangkaian foto barang dagangan yang lokasinya terdekat. tips agar barang dagangan yang kita jual cepat laku itu dilihat dari deskripsi dan foto yang menarik.

Kata kunci : *Penjualan online, Marketplace Facebook.*

Abstract

In the current era of globalization, lots of people need money, especially when there is covid 19. Their income has decreased a lot. Therefore, the author recommends selling online. Facebook Marketplace to sell social media applications Facebook launched a digital marketing feature, namely the presence of a marketplace. This Facebook marketplace feature is a form of an online marketplace that accommodates various buying and selling activities between buyers and sellers. When you open it, the buyer will see his initial display with a series of photos of the closest merchandise. tips so that the merchandise we sell sells quickly, it can be seen from the description and attractive photos.

Keywords: *Online sales, Marketplace Facebook*

1. Pendahuluan

Di masa perkembangan teknologi saat ini, media social tumbuh menjadi momok kehidupan kaum millennial. Media social dihiasi dengan hampir semua bidang, termasuk dunia bisnis, dunia informasi, dan untuk gaya hidup lainnya, seperti kebutuhan hidup kaum Milennial [1]. Media social dapat menghubungkan manusia dengan manusia lainnya atau menciptakan area digital untuk masyarakat dalam berkirim pesan dan berinteraksi [2]. Media social dapat membantu individu dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi. Melalui media social kita bisa memanfaatkan untuk sarana berbisnis [3]. Media social yang sering digunakan untuk pemasaran atau penjualan online adalah Facebook . Di Indonesia jumlah pengguna facebook tahun 2020 berjumlah 130

juta jiwa dengan jenis kelamin pria 44,5% serta wanita 55,6% dari jumlah pengguna. Melihat fakta yang terjadi pada masyarakat tersebut maka aplikasi media sosial Facebook meluncurkan fitur digital marketingnya yaitu dengan kehadiran marketplace. Fitur facebook marketplace ini merupakan bentuk dari sebuah pasar online yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli para penggunanya, dan pada saat membukanya para pengguna akan disambut dengan rangkaian foto barang dagangan yang lokasinya paling dekat. Marketplace yang disediakan oleh facebook memiliki segmentasi pasar yang dapat diterapkan secara luas untuk aktivitas ekonomi business to business, business to costumer serta costumer to costumer [4]

Belanja online sangat digemari oleh masyarakat mengingat kebutuhan harus tetap terpenuhi akan tetapi jadwal aktivitas yang padat membuat sebagian masyarakat tidak memiliki waktu untuk datang kepusat pembelanjan, oleh karena itu situs belanja online sangat dibutuhkan juga dapat membandingkan harga dari banyak toko yang menjual produk tersebut tanpa harus lelah berpergian dari satu toko ke toko yang lain.

Oleh karena itu, peneliti memandang perlu untuk memberikan pelatihan kepada masyarakat di Kelurahan Air Putih Khususnya RT 06/RW 10 dalam upaya peningkatan pemasaran dan penjualan online menggunakan media social yaitu facebook dengan fitur marketplace yang ada di dalamnya.

2. Metode



Gambar. 2.1 Metode penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan 5 tahapan, yaitu Tahap Perencanaan, Tahap pengumpulan data, Tahap Analisa dan Hasil, dan Dokumentasi. Pada tahap perencanaan, memilih dan merumuskan masalah serta dapat disesuaikan dengan sumber-sumber yang ada. Dalam tahap ini dimulai dari identifikasi masalah terlebih dahulu, mencari studi pustaka untuk mendapatkan dasar-dasar referensi yang kuat dalam menerapkan suatu metode yang akan digunakan serta menentukan tujuan. Pada tahap pengumpulan data, terdapat dua jenis data yang diperoleh, yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara langsung dan penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa baru dan Sekretaris desa. Sedangkan untuk data sekunder, penelitian ini memanfaatkan data-data yang diperoleh dari website dan tinjauan pustaka atau data yang sudah terdokumentasi. Pada tahap analisa dan hasil didapat dari pelaksanaan kegiatan dan Evaluasi. Evaluasi keberhasilan dari kegiatan pelatihan ini dilakukan setelah masing-masing sesi pelatihan dan pada akhir kegiatan, selanjutnya evaluasi juga dilakukan saat peserta menerapkan pelatihan ini pada tugas kuliah yang telah diberikan dosen kepada mahasiswa tersebut. Setiap sesi pelatihan akan dilakukan evaluasi secara keseluruhan diakhir kegiatan. Dan pada tahap dokumentasi, tahapan ini dilakukan dokumentasi dari serangkaian proses yang ada, mulai dari perencanaan sampai dengan selesai.

2.1 Penjualan Online

Penjualan online adalah kegiatan jual beli barang maupun jasa melalui media elektronik, seperti televisi, radio, dan komputer atau jaringan internet. Bisa dikatakan siapa saja yang mempunyai jaringan internet bisa menjalankan bisnis online. Menurut Mohammad Aldrin Akbar 2020 dalam [5]. Penjualan online merupakan

produk dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di bidang jual beli online yang pertukaran informasi produknya di salurkan melalui media elektronik-elektronik seperti : internet, televisi, dan jaringan komputer lainnya baik itu barang maupun jasa. Jadi dari definisi tersebut, bisa disimpulkan penjualan online ialah hasil kemajuan teknologi di bidang jual beli barang atau jasa melalui media elektronik.

2.2 Pemasaran

Pemasaran adalah identifikasi, daya tarik, mendapatkan dan memelihara hubungan yang baik (“harmonis”) dengan para konsumen secara saling mengun- tungkan [6]. Identifikasi, daya tarik dan mendapatkan sesuatu merupakan fungsi pra-penjualan. Memelihara dan membina termasuk fungsi-fungsi pasca pemasaran. Setiap fungsi pekerjaan karyawan merupakan bagian dari pengertian tentang pemasaran. Pemasaran merupakan pusat (episenter) dari suatu organisasi atau perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan laba, berkembang dan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Seiring dengan sejarah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, ada pihak yang meminta dan ada pihak yang menawarkan. pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan

kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai dengan pihak lain [6].

2.3 Facebook

Facebook merupakan salah satu media sosial terpopuler di dunia. Sebagai media sosial, Facebook adalah media siber yang merupakan klasifikasi dari media baru sedang berkembang dalam studi Ilmu Komunikasi saat ini. Facebook pertama kali diperkenalkan kepada publik oleh Mark Zuckerberg sebagai pendiri bersama beberapa rekan sebagai pendiri bersama di antaranya Dustin Moskovitz, Chris Hughes dan Eduardo Saverin pada tanggal 4 Februari 2004 berupa sebuah situs dengan nama awal TheFacebook. Dalam perjalanan awal, Facebook hanya dapat diakses terbatas oleh anggota asrama dari mahasiswa Harvard University lalu pada 1 Maret 2004 Facebook memperluas jangkauan akses dari Harvard ke Stanford, Columbia dan Yale. Pada 1 Juni 2004, Mark bersama rekan memindahkan kantor Facebook dari Harvard ke Palo Alto, California. Dalam kurang waktu tiga bulan setelahnya, Facebook (TheFacebook) melakukan perubahan tampilan dengan meluncurkan Facebook Wall (Dinding Facebook) yang berfungsi untuk meletakkan pesan kepada teman-teman mereka. Belum genap setahun sejak diluncurkan pertama kali, Facebook telah memiliki satu juta pengguna aktif pada 1 Desember 2004. Pada 1 Mei 2005, tercatat Facebook telah tumbuh pesat dengan mendukung akses kepada lebih dari 800 jaringan perguruan tinggi di Amerika Serikat dan Kanada. Setelah perguruan tinggi, Facebook menysasar perluasan dengan menambahkan jaringan sekolah menengah atas .

Media sosial di masa perkembangan saat ini adalah facebook , Keunggulan Facebook adalah mudah diakses baik melalui computer,laptop, tablet maupun handphone. Menurut Jubilee Enterprise (2010: 79), Indonesia merupakan salah satu pengguna facebook terbesar dengan jumlah user sekitar 17,6 juta orang, Pengguna facebook di Indonesia adalah semua golongan umur, mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa [7].

2.4 Marketplace Facebook

Marketplace Facebook awalnya didirikan pada tahun 2007 dan dikembangkan dalam bentuk fitur yang lebih sempurna pada tahun 2016 dan pada tahun 2018 jumlah pengguna marketplace mulai bertambah dan semakin ramai penggunanya pada tahun 2019, dalam layanan marketplace yang ada pada fitur facebook didalamnya menyediakan penyetingan akun dijual, dan button pilihan ingin memasarkan produk dan jenis barang yang ingin dibeli, dalam layanan marketplace. Didalam Marketplace tempat jual beli yang paling lengkap dan bisa dikatakan marketplace merupakan wadah penyalur segala jenis kebutuhan masyarakat dalam persoalan jual beli.

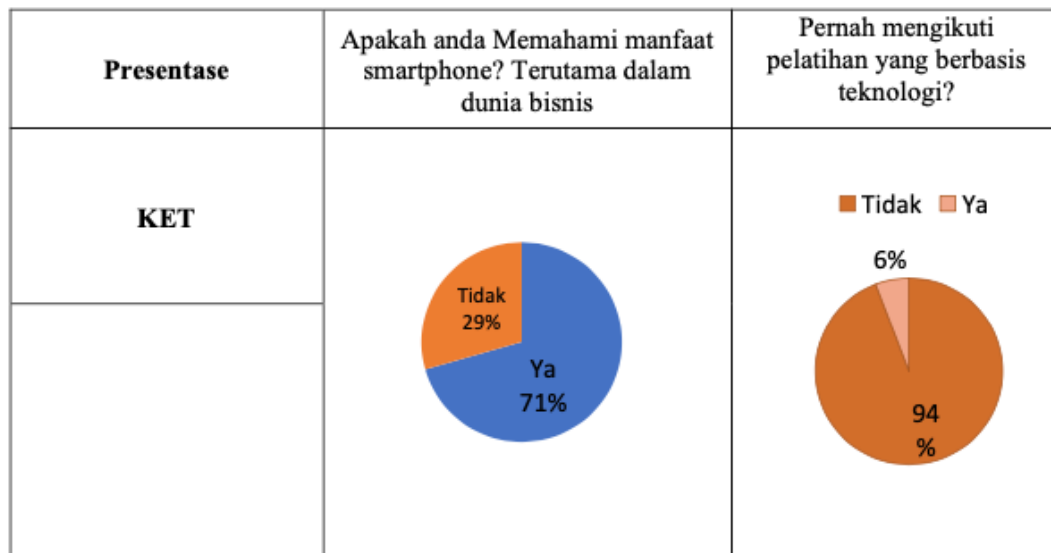
2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa sosialisasi pengabdian masyarakat mengenai pemasaran dan penjualan online melalui Marketplace Facebook dilakukan oleh Ryllo Saka Pambudi tentang Strategi pemasaran dalam Marketplace Facebook [8].

3. Hasil dan Pembahasan

Sosial media yang sering digunakan untuk berjualan online ialah Marketplace Facebook, Fitur facebook marketplace ini merupakan bentuk dari sebuah pasar online yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli para penggunanya, dan pada saat membukanya para pengguna akan disambut dengan rangkaian foto barang dagangan yang lokasinya paling dekat.

Oleh karena itu, untuk orang tua yang ingin berjualan online khususnya kelurahan Air Putih yang belum tau bagaimana cara nya berjualan online, Penulis berinisiatif untuk melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada orang tua mengenai Peningkatan Sumber Daya Manusia pada Pemasaran dan Penjualan Online melalui Marketplace Facebook.



Tabel 3.1 Tahap Observasi

Berdasarkan data diatas sesuai jawaban yang diberikan oleh 17 orang yang mengikuti kegiatan Pengabdian Masyarakat tersebut. Saat menggunakan teknologi, manusia dapat menjalin komunikasi, mendapatkan informasi, dan menyebarkan informasi kepada semua orang (Anshor 2018). Pada Pandemi Covid – 19 teknologi sangat berpengaruh untuk semua kegiatan contohnya seperti 4p aitu4an. Berdasarkan data yang diperoleh, 94% dari Peserta kegiatan Pengabdian Masyarakat belum pernah mengikuti pelatihan yang berbasis teknologi, maka dari itu sangat tepat dilakukan pelatihan yang berbasis teknologi di Kecamatan Air Putih tersebut.

Berdasarkan Observasi langsung kepada Ibu – Ibu, Permasalahan yang diperoleh yaitu mengenai Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Pemasaran dan Penjualan Online melalui Marketplace Facebook. Sehingga tingkat kemampuan Ibu – ibu untuk memahami Pemasaran dan Penjualan Online melalui Marketplace Facebook masih kurang, maka dari itu disini saya ingin melakukan Sosialisasi dan Pelatihan mengenai Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) Pemasaran dan Penjualan Online melalui Marketplace Facebook agar kedepannya ibu – ibu dapat mengetahui bagaimana Penjualan Online melalui Marketplace Facebook

Tahap Pra Pelaksanaan

Sebelum Pelaksanaan Pelatihan, maka perlu dilakukan pra pelaksanaan untuk mematangkan konsep kegiatan yang akan dilaksanakan sebagai upaya untuk mencapai target yang diharapkan. Berdasarkan data dari hasil pra pelaksanaan ini disimpulkan dalam bentuk pertanyaan dan pendapat peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan melalui kuesioner yang dikasih kepada peserta. Hasil pra pelaksanaan dapat dilihat pada Tabel 3.2 berikut ini :

No	Pertanyaan	Pendapat	
		Pernah/Paham	Tidak Pernah/ TidakPaham
1	Apakah anda memahami manfaat smartphone? Terutama dalam dunia bisnis?	71%	29%
2	Apakah sebelumnya anda pernah mengikuti pelatihan yang berbasis teknologi?	6%	94%
3	Apakah bapak ibu sudah pernah menggunakan media social sebelumnya?	76%	24%
4	Apakah sebelumnya pernah berkecimpung didalam dunia bisnis, khususnya bisnis online?	12%	88%
5	Apakah anda sebelumnya sudah pernah berjualan di marketplace facebook?	6%	94%

Tabel 3.2 Hasil Pra Pelaksanaan

Dilihat berdasarkan Tabel 3.2 hasil pra pelaksanaan tersebut, seluruh peserta mendominasi memahami manfaat smartphone didalam dunia bisnis sebelum dari pelaksanaan kegiatan dengan penetrasi pernah mengikuti sebesar 71% atau 12 peserta, sebelumnya peserta tidak pernah mengikuti pelatihan yang berbasis teknologi dengan penetrasinya 94% atau 16 peserta, dan selanjutnya sudah banyak yang pernah menggunakan media social dengan penetrasinya 76% atau 13 Peserta. Namun 88% atau 15 peserta tidak pernah berkecimpung didalam dunia bisnis online dan 94% atau 16 peserta sebelumnya tidak pernah berjualan di Marketplace Facebook.

Setelah melakukan proses observasi, wawancara dan pra pelaksanaan maka dapat disimpulkan bahwa peserta harus dapat memahami bagaimana cara penjualan dan pemasaran melalui Marketplace Facebook

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan ini dilakukan pada tanggal 26 November 2021. Metode yang akan dilaksanakan dalam kegiatan ini adalah metode penyampaian teori dan metode praktek secara langsung. Sebelum dimulai kegiatan, maka terlebih dahulu diawali dengan :

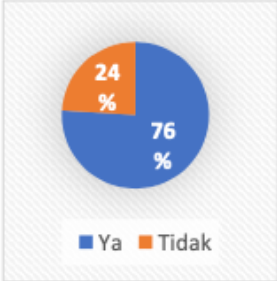
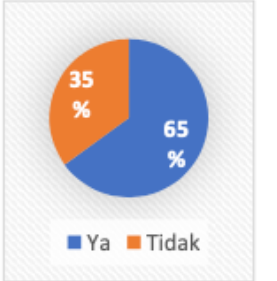
- 1) Pengenalan dan penyampaian tujuan dari pelatihan ini kepada peserta.

- 2) Mengarahkan peserta untuk pengisian absensi kehadiran dalam kegiatan
- 3) Selanjutnya memberikan materi mengenai **“Peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) pada Pemasaran dan Penjualan Online melalui Marketplace Facebook”**.
 - ✓ Yang pertama saya memberikan materi yaitu Marketplace Facebook.
 - ✓ Selanjutnya, saya memberi tahu kepada peserta manfaat Marketplace Facebook.
- 4) Selanjutnya pelatihan mengenai memasarkan atau Penjualan Online melalui Marketplace Facebook.
 - ✓ Login akun Facebook terlebih dahulu.
 - ✓ Lalu, Klik tombol Marketplace yang dilingkari.
 - ✓ Lalu, Pilihlah menu Jual.
 - ✓ Dan yang terakhir, Masukin foto, lengkapi judul, harga, kategori, kondisi dan keterangan.

3.4 Pasca Pelaksanaan

Pada tahapan ini merupakan sebagai bentuk untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap seminar dan pelatihan yang telah dilaksanakan. Adapun hasil tingkat pemahaman pasca pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut

Tabel 3.3 Pasca pelaksanaan

Presentase	Apakah anda mengerti dengan pemaparan Materi Marketplace Facebook?	Apakah anda tertarik untuk memulai bisnis dengan memanfaatkan Marketplace Facebook?
	 <p>A pie chart with a blue segment representing 76% (Ya) and an orange segment representing 24% (Tidak). A legend below shows a blue square for 'Ya' and an orange square for 'Tidak'.</p>	 <p>A pie chart with a blue segment representing 65% (Ya) and an orange segment representing 35% (Tidak). A legend below shows a blue square for 'Ya' and an orange square for 'Tidak'.</p>

Dari tabel 3.3 dapat dilihat bahwa peserta yang menyatakan **Ya** sebanyak 11 orang (65%), dan yang menyatakan **Tidak** sebanyak 6 orang (35%).

Kuesioner ini terkait pemahaman peserta dan manfaat dari penggunaan Marketplace Facebook. Banyak peserta yang menguasai materi Marketplace Facebook, ditunjukkan dengan 76% peserta yang memilih **YA**. Sedangkan 24% peserta memilih **Tidak** menguasai materi Marketplace Facebook. Dan banyak peserta yang memanfaatkan Marketplace Facebook, ditunjukkan dengan 65% peserta yang memilih **YA**. Sedangkan 35% peserta memilih **Tidak** dapat memanfaatkan Marketplace Facebook.

Setelah melakukan proses observasi, wawancara dan pra pelaksanaan maka dapat disimpulkan bahwa peserta yang tidak memahami materi serta memanfaatkan Marketplace Facebook harus di kenalkan secara langsung.

4. Evaluasi Kegiatan

Pada tahap evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam memasarkan atau Penjualan Online melalui Marketplace Facebook, Evaluasi dilakukan secara praktik langsung dalam proses menjual barang dengan Online melalui Marketplace Facebook. Evaluasi juga dibantu oleh Bu RT untuk meminta kepada peserta agar melakukan menjual barang dengan Online melalui Marketplace Facebook.

Proses evaluasi ini dilaksanakan pada tanggal 26 November 2021, dari hasil evaluasi menunjukkan 76% atau 13 peserta yang mengerti dengan pemaparan materi Marketplace Facebook. Sementara itu 65% Atau 11 peserta berhasil memanfaatkan Marketplace Facebook

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, secara keseluruhan pelaksanaan kegiatan yang sudah sesuai dengan direncanakan. Setiap tahapan yang dilalui memberikan proses bagaimana tata cara Penjualan online melalui Marketplace Facebook kepada peserta seminar dan pelatihan. Dari kegiatan yang telah dilaksanakan diperoleh 76 % atau sebanyak 13 peserta yang memahami pemaparan materi Marketplace Facebook. Selanjutnya 65 % atau 11 peserta yang berhasil memanfaatkan Marketplace Facebook.

Daftar Pustaka

- [1] A. Hapsari and S. Ritohardoyo, "Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.
- [2] A. Rahmadhany and I. Irwansyah, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Strategi Komunikasi Informasi Pemasaran Produk," *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 320–326, 2021, doi: 10.47233/jteksis.v3i2.250.
- [3] M. Yusi Kamhar and E. Lestari, "Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi," *Intel. J. Ilmu Pendidik.*, vol. 1, no. 2, pp. 1–7, 2019, doi: 10.33366/ilg.v1i2.1356.
- [4] S. Simatupang, E. Efendi, and D. E. Putri, "Facebook Marketplace Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli," *J. Ekbis*, vol. 22, no. 1, p. 28, 2021, doi: 10.30736/je.v22i1.695.
- [5] D. I. Apriani and M. Bhaihaki, "Jurnal ekonomika," *J. Ekon. Manajemen, Akuntansi, dan Perbank. Syari'ah*, vol. 7, no. 2, pp. 97–110, 2018.
- [6] A. launtu, "Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Pt. Sinar Galesong Makassar," pp. 364–376, 2020.
- [7] J. Media *et al.*, "The Usage of Social Media 'Facebook' For Indonesian Learning Instrument," vol. 4, no. 4, pp. 38–52, 2015.
- [8] R. S. Pambudi, "Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook," *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.