

Pemanfaatan Marketplace Facebook Sebagai Media Marketing dan Media Promosi Dalam Meningkatakan Ekonomi UMKM Kerajinan Pot Gerabah Di Desa Kemangsen

Oleh:

Nefrida Jandhini,

Poppy Febriana

Progam Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Februari, 2024



Pendahuluan

Desa Kemangsen dikenal sebagai desa pembuat dan penjual pot gerabah yang sudah membuat pot sejak 1998. Banyak warga nya yang menghasilkan nafkah dari memproduksi pot tersebut. Di desa kemangsen banyak produsen pot yang memproduksi pot dengan berbagai macam jenis dan bentuk. Pada tahun 2020 atau sejak pandemi covid-19 yang mengakibatkan penjualan produsen UMKM desa Kemangsen menurun.

Pendahuluan

Masyarakat sekarang sudah mulai mengenal social media dan juga banyak digunakan sebagai media jual beli online. Maka dari itu pengabdian masyarakat ini berharap memajukan para produsen pot di desa Kemangsen agar tidak tertinggal di era modern sekarang. Sosialisasi ini memberikan inovasi dengan berjualan di marketplace (pasar online) Facebook sebagai media promosi dan berjualan supaya produk dari desa kemangsen dapat dikenal oleh masyarakat sekitar sekaligus masyarakat luar.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

UMKM desa Kemangsen tidak banyak diketahui oleh banyak masyarakat, hal ini membuat produsen desa Kemangsen masih menggunakan cara jual beli secara langsung. Serta tidak banyak Masyarakat yang paham cara promosi online

Tujuan Penelitian

memberikan referensi baru dan meningkatkan ekonomi UMKM dengan cara penjualan online melalui media sosial Facebook yang menggunakan fitur Marketplace. Semakin maju dalam penjualan online yang di arahkan dan diharapkan menjadi hal baru bagi desa Kemangsen dalam penjualan pot gerabah

Metode



Hasil dan Pembahasan

01.

Observasi dan Wawancara

02.

Tahap Sosialisasi

03.

Tahap Pelatihan

Pembahasan

Observasi dan Wawancara

salah satu informan pengrajin pot gerabah yakni pak Wawan dan pegawai yang bekerja di pembuatan pot tersebut. Hasil ini menunjukkan bahwa kerajinan pot gerabah didesa kemangsen sangat kurang dari segi promosi online dan kurangnya edukasi marketing yang membuat perekonomian desa kemangsen menurun. Karena sebagian masyarakat disana bekerja sebagai pengrajin pot gerabah, maka dari itu pengabdian Masyarakat ini membantu dengan mengedukasi mengenai marketing.



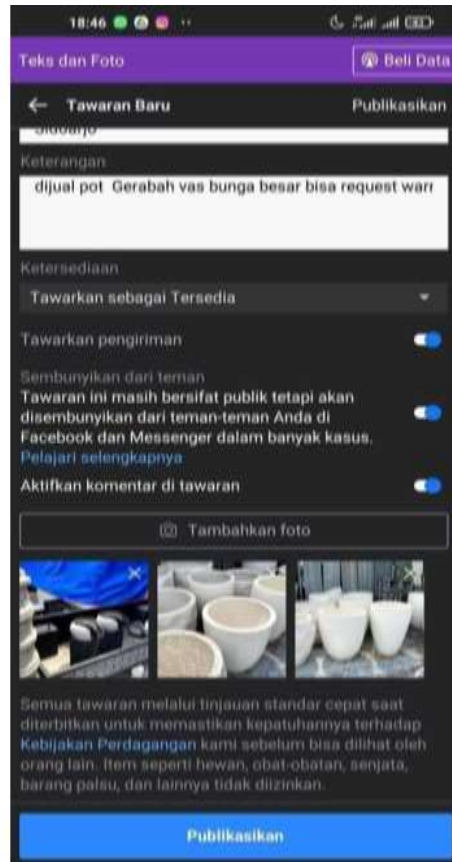
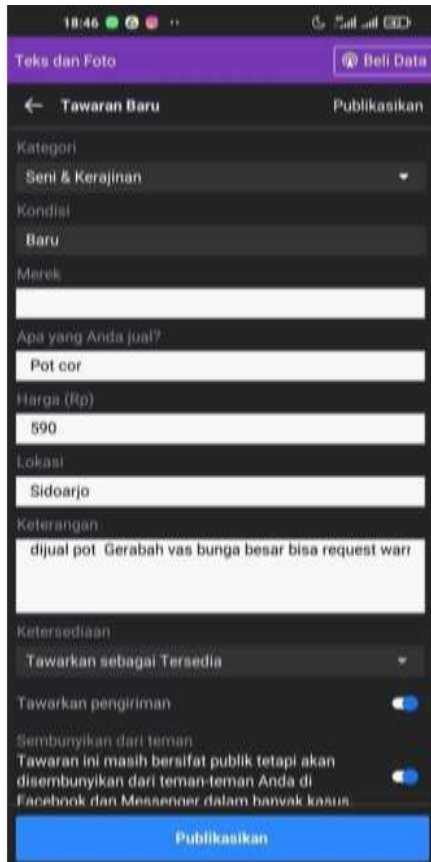
kunjungan melihat bahwa pot gerabah ini sangat mudah pecah jika dikirim jarak jauh, maka dari itu melakukan pengabdian masyarakat dengan melakukan sosialisasi marketing dan promosi di *marketplace facebook* dengan memberi materi pengemasan apabila melakukan pengiriman jarak jauh

- Tahap Sosialisasi

Dengan sosialisasi ini memberikan edukasi tentang bagaimana cara mempromosikan pot dan menjelaskan apa itu facebook, marketplace dan media sosial. Hal ini memberikan edukasi berupa cara menggunakan market place facebook dengan membuat judul penjualan yang kreatif dan semenarik mungkin.



Sosialisasi pemberian materi mengenai apa itu Facebook, sekaligus pelatihan menggunakan Marketplace Facebook dalam media Marketing dan media promosi



pengunggahan produk yang akan dijual di marketplace sebagai media promosi dan marketing. Pengunggahan ini melakukan promosi dengan bentuk foto yang kreatif dan memberikan keterangan yang jelas dan menarik. dan membuat keterangan produk yaitu “ Dijual Pot Gerabah Dan Cor vas bunga sesuai dengan keinginan pembeli dari bentuk dan warnanya juga bisa dikirim didaerah pulau jawa



contoh pengemasan kayu yang bertujuan untuk melindungi pot agar tidak pecah pada saat pengiriman dan juga menghindari kerugian produsen saat pengiriman karena pada saat pot sudah sampai kepada konsumen

Manfaat Penelitian

Memberikan manfaat bagi pelaku UMKM pot gerabah untuk mempermudah dan memperluas penjualan melalui pasar online, selain itu juga memberikan manfaat bagi pelaku UMKM agar produknya lebih banyak diketahui Masyarakat pulau Jawa maupun Luar pulau

Referensi

- Khafit, M. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UKM KAMPUNG POT DESA KEMANGSEN KECAMATAN BALONGBENDO KABUPATEN SIDOARJO. Prosiding SemNas, TI.118.
- Faris Tri Hidayat, P. F. (2014). PROMOSI ONLINE PADA INDIE CLOTHING INSPIRED27MALANG. KANAL.
- Aqidah Asri Suwarsi, J. N. (2021). Inovasi Produk Pengrajin Gerabah di Dusun Jetis, Panjangrejo, Pundong Bantul Yogyakarta. PengabdianMu, 197–205.
- Soebroto, R. G. (2016). BUSUR CETAK; DESAIN ALAT DAN METODE MEMPERMUDAH
- PEMBUATAN POT GERABAH. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan IV , A-73. UTAMA, A. P. (2014). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TENAGA KERJA PADA INDUSTRI POT GERABAH DI KABUPATEN JEMBER
- Christina Purnama Yanti, N. L. (2022). Komparasi Metode Single Moving Average dan Double Exponential Smoothing untuk Peramalan Penjualan Produk Gerabah pada UD. Amerta Sedana. JURIKOM, 538-541.
- Hasna Aprilia, P. L. (2022). Seni Keramik Gerabah Sentra Bumijaya Serang: Studi Proses Produksi dan Desain Ragam Hias Gerabah Berciri Khas Banten. JoLLA, 562.

- Andrei Hagiu, J. W. (2014). Marketplace or Reseller? *Management Science*, 184-203.
- Gambetta, A. A. (2013). Online Marketplace for Indonesian Micro Small and Medium Enterprises Based on Social Media. *Procedia Technology*, 446 – 454.
- Humaizi Humaizi, S. A. (2020). The Use of Online Marketplace Website in Indonesia: A Study of Consumers' Motives and Gratification . *iJIM*.
- Jarot S. Suroso, E. R. (2020). Analysis Of E-Commerce System In Marketplace (Shopee Indonesia). *ICOT*.
- Alfian Primanto, M. K. (2018). Is Seller Reputation No Longer Important in Digital Business? A Study of The Best Selling Smartphone in The Two Biggest Marketplace in Indonesia . *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 17-24.
- Dr. M. Saravanakumar, D. (2012). Social Media Marketing. *Life Science Journal*.
- Helena Alves, C. F. (2016). Social Media Marketing: A Literature Review and Implications. Aditya Wardhana, M. P. (2016). Viral Marketing Determinants of Top Online Shop Brands inIndonesia. *MIMBAR*, 25-30.

