

PEMANFAATAN MARKETPLACE FACEBOOK SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ONLINE

Rizki Aulia Hakim¹, Hendra Riofita²

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

Email: rizkiauliahakim05@gmail.com¹, hendra.riofita@yahoo.com²

Abstrak

Bidang teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat di era digital modern. Hal ini memungkinkan kemajuan pesat perkembangan digital melalui pertumbuhan teknologi. meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran. Akibatnya, komunikasi pemasaran adalah alat yang digunakan oleh pemilik bisnis untuk menginformasikan, mempengaruhi, dan mengingatkan pelanggan tentang suatu merek atau produk yang ditawarkan baik secara langsung maupun tidak langsung dan yang membuat pernyataan tentang merek atau produk tersebut. Selain itu, komunikasi pemasaran juga diperlukan dalam pemasaran guna meningkatkan pemahaman pelanggan terhadap produk yang ditawarkan, mendongkrak penjualan, dan memperlancar penjualan barang. Jadi, penelitian kali ini tujuannya adalah untuk memahami manfaat marketplace facebook sebagai media pemasaran online. Metodologi penelitian kali ini adalah kualitatif yang melibatkan analisis dan pendekatan diperoleh dari wawancara, observasi serta studi kepustakaan. Hasil yang diperoleh bahwa media sosial facebook efektif untuk meningkatkan volume penjualan dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di facebook. Banyak keuntungan yang diperoleh dari bisnis online dengan memanfaatkan media sosial facebook.

Kata Kunci: Marketplace, Facebook, Pemasaran Online.

Abstract

The field of information and communication technology is developing rapidly in the modern digital era. This enables the rapid advancement of digital development through technological growth. increase the effectiveness of marketing communications. Consequently, marketing communications are tools used by business owners to inform, influence, and remind customers about a brand or product offered either directly or indirectly and that make statements about the brand or product. Apart from that, marketing communications are also needed in marketing to increase customer understanding of the products offered, boost sales, and expedite the sale of goods. So, the aim of this research is to understand the benefits of the Facebook marketplace as an online marketing medium. This research methodology is qualitative which involves analysis and approaches obtained from interviews, observations and literature studies. The results obtained show that Facebook social media is effective in increasing sales volume by utilizing the features on Facebook. There are many benefits to be gained from online business by utilizing Facebook social media.

Keywords: Marketplace, Facebook, Online Marketing.

A. PENDAHULUAN

Pelaku usaha dituntut untuk ikut serta melakukan perubahan dalam menjalankan usahanya sebagai akibat dari kemajuan teknologi. Setiap orang semakin mudah untuk melakukan segala aktivitas, baik mencari informasi, bertransaksi, berkomunikasi, maupun aktivitas lainnya dengan menggunakan internet, seiring dengan kemajuan teknologi. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin berkembang dalam interaksi yang memanfaatkan media online. Di Indonesia, banyak pelaku usaha yang menggunakan internet untuk berbagai tujuan ekonomi, antara lain menyelesaikan pekerjaan, memperluas pemasaran, memperkenalkan produk kepada masyarakat, dan melakukan pembelian dan penjualan online.

Teknologi informasi merupakan teknologi masa kini yang dapat menyatukan atau menggabungkan berbagai data, sumber dan informasi yang dimanfaatkan manusia sebagai ilmu pengetahuan, dengan memanfaatkan berbagai media dan peralatan telekomunikasi modern lainnya. Berbagai macam media, peralatan telekomunikasi, komputer canggih dan teknologi informasi akan terus mengalami perkembangan dan mempunyai peranan penting dalam kehidupan manusia di seluruh dunia khususnya di Indonesia.

Saat ini perkembangan teknologi informasi sangat kompleks dan memberi banyak dampak bagi kehidupan manusia, termasuk bisnis dalam internet, yaitu E-Commerce yang menghemat waktu dan tidak memerlukan modal besar untuk mempromosikan produk. Seiring berjalannya waktu, salah satu perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat mempengaruhi kehidupan di masyarakat adalah Internet. Internet merupakan singkatan dari interconnection-net, yaitu sebuah sistem global jaringan komputer yang saling berhubungan satu sama lain di seluruh penjuru dunia termasuk Indonesia.

Saat ini penggunaan internet bukan lagi hanya sebagai media komunikasi ataupun media informasi, karena internet sudah berkembang menjadi media inovasi dimana para penjual dan pembeli dari seluruh dunia dapat melakukan transaksi secara online tanpa bertemu hanya dengan menggunakan aplikasi atau situs jual beli online tertentu.

Media sosial dapat berfungsi sebagai humas digital yang menjembatani dialog interaktif antara narasumber dan publik untuk mengubah opini yang disampaikan narasumber menjadi opini public. Dari sekian banyak marketplace yang ada di Indonesia, salah satu yang masih sangat penggunanya adalah facebook. Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 dan berkantor pusat di Menlo Park, California, Amerika Serikat. Pada September 2012, facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif.

Facebook telah menjadi situs sosial networking terbesar saat ini, ada begitu banyak manfaat facebook yang dapat digunakan. Beberapa manfaat dari facebook yaitu:

1. Sebagai tempat untuk mencari teman.
2. Tempat promosi, facebook dapat dijadikan sebagai media promosi yang sangat efektif.
3. Tempat diskusi, salah satu fitur di situs jejaring sosial ini adalah group, yang berfungsi sebagai forum.
4. Sebagai tempat untuk menjalin hubungan.
5. Sebagai tempat untuk belajar dan bermain, di facebook dapat digunakan untuk mempelajari ilmu-ilmu yang belum pernah ditemukan sebelumnya.

Facebook itu sendiri adalah salah satu Online Social Networking atau situs jejaring sosial yang diciptakan untuk memberikan fasilitas teknologi dengan maksud pengguna dapat berinteraksi dalam dunia maya atau bersosialisasi secara daring. Dalam artian lain Facebook adalah sosial media dimana kita dapat berkomunikasi via online satu dengan lainnya. Tak dapat dipungkiri bahwa facebook masih menjadi aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Fitur facebook marketplace ini dapat didefinisikan sebagai bentuk dari sebuah pasar online yang menaungi berbagai kegiatan perjualbelian penggunanya, dan pada saat mulai membukanya pengguna akan diperlihatkan dengan berbagai foto barang dagangan yang berbagai macam dengan lokasinya paling dekat. Marketplace yang disediakan oleh perusahaan Facebook memiliki segmentasi pasar yang dapat diterapkan secara luas untuk aktivitas ekonomi bisnis ke bisnis, bisnis ke konsumen serta konsumen ke konsumen. Facebook Ads atau iklan facebook adalah tempat periklanan milik facebook dimana penggunanya dapat membagikan sebuah unggahan, foto, video ataupun teks guna sebagai bentuk promosi suatu produk. selain itu ada beberapa jenis iklan yang dapat dimanfaatkan di media sosial facebook antara lain seperti iklan klik ke website, iklan like fanpage, iklan promote post /iklan postingan, iklan promosi kunjungan acara/event.

Dalam jual beli online, marketplace facebook berperan sebagai media atau penghubung antara penjual dan pembeli. Secara harfiah kata media memiliki arti “perantara” atau “pengantar”. Association for Education and Communication Tecnology (AECT) mendefinisikan media sebagai segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi.

Menurut Hereen pada jurnal Putu Artaya 2019 mengatakan jika aktivitas pemasaran di jaman sekarang memang telah memiliki perbedaan dan pergeseran dibandingkan beberapa tahun silam, hal ini dapat dilihat dari bentuk perdagangan, pemasaran, penjualan, distribusi, informasi dan penyebarannya kepada konsumen dapat dengan mudah dibantu dengan keberadaan marketplace, disamping itu adanya fenomena konsumen yang semakin tinggi keinginannya dalam berbelanja secara online.

Pada zaman teknologi online saat ini, semakin meningkatnya fenomena jual beli online melalui marketplace, semakin banyak pula muncul penelitian mengenai jual beli online ini di berbagai wilayah. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisa perilaku serta karakteristik penjual dan pembeli yang dapat diidentifikasi dari faktor manfaat dan hambatan yang mereka hadapi saat melakukan transaksi.

Berbelanja melalui media marketplace merupakan hal yang relatif masih baru dan mulai berkembang di Indonesia, sehingga sikap dan perilaku para penggunanya relatif lebih beragam jika dibandingkan dengan penjual dan pembeli pada sistem belanja konvensional. Beberapa sikap pengguna marketplace yang terlihat yakni mereka sangat mencari kemudahan serta efisiensi dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, diperlukan adanya penelitian yang dapat mengidentifikasi secara komprehensif tentang bagaimana sikap dan perilaku pengguna marketplace di Indonesia khususnya dikalangan mahasiswa, yang mana mahasiswa merupakan kalangan produktif yang sangat dekat dengan perkembangan teknologi.

Aktivitas ekonomi pada dunia marketplace dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha yang memiliki toko secara fisik maupun tidak. Pada sistem jual beli yang diterapkan pada aplikasi marketplace tersebut pembayaran, pelayanan, pemasaran dan penyedia informasi tentang produk yang dijual harus ditulis keterangan dan spesifikasinya untuk dapat dipercaya kebenarannya oleh konsumen. Konsumen juga dapat membandingkan dan memilih dengan bebas produk yang diinginkan yang terdapat dari satu onlineshop dengan onlineshop yang lain. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk ditampilkan, digunakan, dan dikonsumsi. Produk mencakup objek fisik, layanan, tempat, atau organisasi.

Berdasarkan data dan pengamatan diatas, peneliti tertarik untuk menyusun sebuah penelitian yang berjudul” Pemanfaatan Marketplace Facebook sebagai Media Pemasaran Online”.

B. TINJAUAN PUSTAKA

A. Marketplace

Marketplace adalah sebuah website yang dapat menghubungkan pembeli dan penjual secara online. Artinya, pembeli dan penjual dapat bertemu secara online di website pemilik marketplace. Pembeli akan melakukan pembayaran, barang akan dikemas, dan penjual akan mengirimkannya setelah pembeli setuju untuk membelinya. Manajemen Marketplace secara langsung mengawasi semua transaksi yang berhubungan dengan pasar. Marketplace menawarkan manajemen pembayaran, katalog penjualan, stok produk, dan informasi pembeli dan penjual yang diverifikasi manajemen. Selain itu, tidak ada ruang untuk negosiasi terkait harga pasar yang sudah ditetapkan.

Marketplace memungkinkan pembeli untuk langsung memesan, yang diteruskan ke penjual oleh pasar online dan terverifikasi oleh penjual. Hanya pembeli dan penjual yang dapat melakukan bisnis di pasar ini. Menurut Taryadi, Yunianto, dan Royani (2015), pasar adalah suatu lokasi di berspace tempat bertemunya calon pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi elektronik melalui media internet. Marketplace dirancang untuk mengumpulkan penjual dalam satu lokasi di internet sehingga pembeli dapat mencari dan membandingkan suatu produk dari berbagai penjual yang ada.

Meskipun marketplace tidak menawarkan produknya sendiri, ia menyediakan tempat di mana banyak penjual dan pembeli dapat bertemu. Sehingga pasar dan mall online setara dengan marketplace. Selain itu, mall online mendapatkan keuntungan yang signifikan dari ini.

Ada beberapa catatan dalam marketplace:

1. Karena tidak ada barang di marketplace, marketplace itu sendiri tidak menjual
2. Marketplace adalah platform yang menghubungkan konsumen dan banyak penjual
3. Marketplace adalah tempat untuk menjual dan organisasi dengan kekuatan untuk mengendalikan kondisi pasar
4. Pada umumnya marketplace menggunakan sistem escrow untuk menjamin keamanan pengunjung. Sistem ini menyimpan uang nasabah di rekening bank bersama dan baru mentransfernya ke penjual saat barang tiba dengan selamat di lokasi nasabah
5. Semua transaksi ditangani oleh komputer dan internet, dan pembeli tidak pernah bertemu dengan penjual
6. Kebijakan yang berkaitan dengan piutang mengatur dana yang menetap di sana

Kesimpulan yang perlu ditekankan adalah bahwa marketplace bukanlah penjual atau agen penjual, melainkan hanya sebagai media yang mempertemukan pembeli dan penjual sesuai dengan aturan tertentu. Dalam Islam aturan jual beli pada marketplace, hukum asalnya diperbolehkan selama aturan tersebut tidak melanggar syariat. Karena aturan tersebut mengikat kedua belah pihak, maka harus dipatuhi karena setiap muslim wajib mengikuti kesepakatan bersama yang telah mereka tetapkan.

Mengelola marketplace memiliki sejumlah kelebihan, menurut Soulofren (2021), antara lain:

- a. Peluang yang lebih besar melalui komunitas,
- b. tidak perlu khawatir kehilangan pelanggan,
- c. Aturan dan fitur yang bagus untuk pasar online,
- d. Tidak perlu banyak uang,
- e. Dapat memberikan fitur wawasan untuk membantu pengembangan bisnis.

Marketplace dapat melacak jumlah orang yang datang ke toko, jumlah orang yang merespons, jumlah orang yang berkomunikasi, dan jumlah orang yang membeli produk berkat fitur ini. Sementara itu, Soulofren (2021), menyebut kekurangan pengelolaan pasar sebagai berikut:

- a. Sulit untuk mendapatkan kepercayaan
- b. Ada banyak persaingan di antara para pedagang,
- c. Tergantung pada pengelola pasar, dan tidak teratur.

Karena era informasi dan industri digital saat ini, orang tidak akan lagi menginvestasikan sedikit uang, waktu, atau tenaga hanya untuk memilih dan membeli barang. Banyak pakar bisnis merekomendasikan berbisnis melalui platform marketplace karena banyak keuntungannya. Di masyarakat saat ini, kenyamanan dan aksesibilitas barang menjadi lebih penting dari sebelumnya. Karena tanggung jawab pemilik marketplace adalah menyediakan lokasi bagi penjual yang ingin berjualan. Membantu penjual dalam bertemu pelanggan, dan memudahkan transaksi, pemilik pasar tidak bertanggung jawab atas barang yang dijual oleh pengusaha. Pasar mengontrol sendiri transaksi tersebut. Penjual kemudian akan mengirimkan barang kepada pembeli setelah menerima pembayaran.¹

¹ Noor Hastuti Andriatie, "Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari Cyclop Di Jayapura," *The Community Engagement* 3, no. 2 (2020).

B. Facebook

Facebook merupakan jejaring sosial atau sosial media yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi. Penggunanya dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Fitur yang ditawarkan facebook sebagai situs jejaring sosial atau media sosial membuat banyak orang menggunakannya.

Facebook marketing adalah melakukan aktivitas marketing menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh facebook dengan tujuan meningkatkan penjualan dan menjalin komunikasi yang lebih langgeng dengan pelanggan.

Menurut Fikri Lukmanul beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mendongkrak bisnis melalui facebook, yaitu:

1. Facebook sebagai media riset pasar. Ketika akan menciptakan satu produk baru, maka sebelum produk diciptakan dan dijual ke pasar riset untuk mendapatkan feedback dari pasar mutlak diperlukan. Dengan menggunakan website dan facebook, penjual dapat menggali opini konsumen hanya dengan hitungan beberapa menit saja. Konsumen akan sangat senang ketika opini mereka didengarkan oleh produsen. Interaksi yang terjadi melalui facebook memungkinkan terjadinya viral communication (komunikasi berantai) antar pengguna facebook. Jika cerdas memanfaatkan komunikasi yang terjadi, maka sudah melakukan analisis market yang menunjang penjualan produk atau penciptaan brand produk yang dibuat.
2. Facebook untuk branding, penghasil trafik dan penjualan. Facebook dapat digunakan untuk memajang produk-produk yang dijual oleh pemasar.
3. Memanfaatkan group, fans page, facebook marketplace dan facebookAds. Facebook bisa dimanfaatkan sebagai media penghasil uang di internet. Hal tersebut bisa dilakukan dengan mencoba layanan facebook group, facebook page, facebookads dan facebook ads. Layanan group dan page tidak jauh berbeda dengan layanan pertemanan biasa. Sedangkan facebook marketplace oleh pengelola facebook memang ditujukan sebagai pasar. Sedangkan layanan facebookads memang merupakan layanan iklan berbayar pay per click yang berarti harus membayar sebanyak berapa kali iklan di klik atau ditayangkan di facebook.²

² Mujahidah, "Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Komunikasi," *Komunikasi Dan Sosial Keagamaan XV*, no. 1 (2013).

C. Jual Beli Online

Aktivitas jual beli secara online pada masa sekarang ini menjadi semakin banyak peminatnya, apalagi situs yang digunakan untuk bertransaksi online semakin banyak dan beragam serta memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, jual beli merupakan persetujuan yang saling mengikat antara penjual yang menjadi pemilik barang dan pembeli sebagai pihak yang membayar barang tersebut sesuai dengan kesepakatan.³

Sedangkan kata online sendiri terdiri dari dua kata yaitu On yang berarti hidup, dan Line yang berarti garis atau lintasan jaringan. Dan online sendiri merupakan suatu keadaan yang terkoneksi dengan jaringan internet. Online juga bisa diartikan sebagai keadaan dimana pengguna sedang menggunakan media elektronik yang terhubung dengan jaringan sehingga dapat melakukan proses komunikasi dengan perangkat lain yang juga terkoneksi dengan internet. Dalam keadaan online, pengguna dapat melakukan banyak hal seperti mengakses email, berkomunikasi atau melakukan jual beli online melalui situs marketplace.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa jual beli online merupakan suatu persetujuan yang dilakukan melalui internet atau media marketplace yang saling mengikat antara penjual selaku pemilik barang dengan pembeli selaku konsumen yang membayar barang tersebut. Jual beli online merupakan suatu sistem jual beli yang tanpa melakukan interaksi secara langsung. Proses transaksi dilakukan secara online dengan bantuan media-media elektronik seperti handphone, komputer dan alat-alat elektronik lainnya.

Kelebihan Jual Beli Online melalui Marketplace diantaranya:

a. Bersifat praktis dan efisien

Jual beli online melalui marketplace bersifat praktis dan efisien, yakni praktis dalam penggunaan serta efisiensi waktu dan tenaga dalam bertransaksi.

b. Pilihan yang lebih bervariasi

Salah satu kelebihan jual beli online khususnya melalui marketplace adalah banyaknya jumlah barang yang dijual dari berbagai toko sehingga membuat pilihan produk bagi konsumen menjadi lebih beragam.

c. Banyak promo dan cashback

³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2008).

Toko-toko online juga sering mengadakan promo, seperti potongan harga barang serta gratis ongkos kirim ke seluruh Indonesia.

d. Sistem pembayaran lebih mudah

Ada banyak jenis pembayaran yang tersedia oleh marketplace, seperti COD atau bayar di tempat, transfer antar bank, dan lain sebagainya.

Kekurangan Jual Beli Online melalui Marketplace diantaranya:

a. Barang tidak sesuai ekspektasi

Meskipun jarang terjadi, namun kasus barang yang berbeda dengan foto dan deskripsi produk memang menjadi masalah tersendiri pada berbagai macam jenis marketplace online.

b. Cenderung membeli barang yang tidak dibutuhkan (Konsumtif)

Dengan banyaknya promo dan diskon yang ditawarkan, tidak jarang konsumen malah membeli barang yang tidak terlalu dibutuhkan, sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif di kalangan pengguna.

c. Lebih rawan penipuan

Jika dibandingkan dengan jual beli yang masih menggunakan sistem konvensional, jual beli online melalui marketplace cenderung memiliki peluang lebih besar terhadap kasus penipuan.

C. METODE PENELITIAN

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan atau memaparkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena- fenomena yang diangkat dalam penelitian, kemudian data-data tersebut dianalisis untuk memperoleh kesimpulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, serta studi kepustakaan. Triangulasi adalah pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu. Setelah data-data diperoleh, maka langkah selanjutnya yaitu menyusun data-data tersebut dan kemudian melakukan analisis data. Adapun analisis kualitatif terhadap data yang diperoleh dari lapangan, baik berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, kemudian diuraikan dalam bentuk deskripsi-narasi dari data-data tersebut.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep dari kata manfaat atau pemanfaatan mengacu pada sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik untuk menggantikan gagasan yang telah ada sebelumnya. Membuka toko online dan berjualan pada marketplace shopee merupakan salah satu dari sekian banyak pemanfaatan media yang dilakukan oleh segelintir mahasiswa UIN Suska Riau. Dengan hanya menggunakan perangkat komputer atau gadget yang terhubung ke internet, individu dapat menjalankan bisnis dengan menjual produk atau jasa secara online, dan konsumen dapat melakukan pemesanan dan transaksi jual-beli tanpa perlu bertatap muka langsung dengan calon konsumen.⁴

Marketplace memang banyak memberikan kemudahan bagi penjual dalam berusaha, banyak penjual yang awalnya ragu untuk memanfaatkan marketplace, namun setelah merasakan kemudahan dari marketplace itu sendiri, ada juga yang menyadari bahwa pemanfaatan marketplace dalam sebuah usaha sangat mempermudah mereka dan memiliki keunggulan untuk perkembangan usaha. Berikut hasil wawancara peneliti bersama Anisa mahasiswa UIN Suska Riau yang memanfaatkan marketplace facebook sebagai media penjualan basreng.

“awal saya memposting barang saya di marketplace facebook memang kurang peminatnya, karena masih kurangnya teman yang saya miliki di facebook. Meskipun demikian saya tetap focus dalam usaha saya dan yakin akan bisa”.

“Untuk mempermudah dan memperluas jangkauan pasar, saya memanfaatkan facebook sebagai salah satu media jual selain melalui instagram dan shoppe”.

“manfaat dari marketplace facebook ini bagi saya banyak manfaatnya ya. Selain sebagai media komunikasi juga bisa sebagai bisnis online yang akan membuat pengguna facebook dapat memanfaatkan facebook dengan sebaiknya dengan berjualan online dan meraih banyak keuntungan juga”.

Dalam memanfaatkan marketplace Facebook sebagai media jual seperti mempermudah menginput pesanan, fleksibilitas ingga untuk menjangkau pasar secara lebih luas. Meskipun memiliki alasan yang beragam, namun keempat penjual diatas tampak sama-sama

⁴ Chici Imelda Sari et al., “Pengaruh Pemasaran Melalui Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau,” Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis 2 1, no. 3 (24AD): 73–80

memanfaatkan marketplace shopee sebagai media jual untuk mencari manfaat dan keuntungan dalam berjualan secara online.

Facebook menawarkan platform bagi orang-orang untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Anggota Facebook dapat membeli ruang iklan di platform untuk mempromosikan barang mereka. Sekarang, Bisnis yang memiliki toko online di Facebook sering disebut-sebut. Toko virtual adalah pasar online yang memfasilitasi penjualan komoditas oleh pengusaha dan perolehan barang yang diinginkan oleh konsumen. Media sosial merupakan inovasi yang memfasilitasi komunikasi perusahaan dan membantu pembangunan. Muwafik (2020:57–59) menyatakan bahwa media sosial di Facebook menawarkan Lingkungan perusahaan menawarkan banyak manfaat, seperti:⁵

1. sebagai langkah transisi bagi mereka yang baru meluncurkan bisnis. Tidak memerlukan dana apa pun Sangat baik untuk meluncurkan perusahaan jejaring sosial. Dengan kata lain, modal terkonsentrasi hanya pada produk atau layanan yang ingin Anda pasarkan dan sediakan.
2. Bantuan dalam mengidentifikasi dan menentukan target pasar. Fungsi penargetan di aplikasi media sosial Facebook menyediakan berbagai data tentang target pasar untuk bisnis dan konsumen. Hal ini dapat dicapai dengan menyertakan fungsi lokasi atau dengan menggunakan hashtag (#) pada foto produk yang diposting.
3. mampu berbagi informasi secara efisien dan cepat. Mirip dengan Facebook, berbagi informasi tentang produk yang tersedia kepada komunitas kini lebih cepat dan mudah. Hanya dengan menekan tombol "bagikan", informasi dapat menyebar ke seluruh penjuru dunia.
4. Menjadi ruang iklan yang murah. Ini sepenuhnya gratis. Membuat iklan di Facebook cukup penting karena memungkinkan Anda lebih sering membuat iklan yang menarik perhatian.
5. dapat menjangkau konsumen dan masyarakat umum secara luas. Facebook dapat membantu pelanggan dalam menemukan produk bisnis. Sifat media sosial yang tidak dibatasi oleh waktu dan tempat, memungkinkan hal ini terjadi.

⁵ Ajib Susanto, "Implementasi Facebook Marketplace Untuk Produk UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Online," *Abdimasku* 3, no. 1 (2020).

6. Mengembangkan dan meningkatkan pengenalan merek. Masyarakat mungkin akan memperhatikan bisnis atau penjualan produk yang dijual jika kita memanfaatkan media sosial secara maksimal.
7. Memiliki kemampuan berkomunikasi langsung dengan pelanggan melalui komunikasi bisnis. Media sosial tidak diragukan lagi membantu menjalin hubungan langsung antara pembeli dan vendor. Berkat ini, pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dengan lebih mudah.
8. Tanyakan pendapat pelanggan secara langsung. Komunikasi timbal balik Facebook membuat segalanya lebih mudah bagi masyarakat umum, dan pengguna dapat memberikan ulasan positif atau buruk.

Fitur tempat pasar memberi pengguna Facebook tempat untuk melakukan penjualan dan pembelian online ini Pelanggan lebih mudah memilih dan mencari informasi lebih detail mengenai produk di bisnis online yang sedang populer atau sekedar mencari informasi harga produk dan lain sebagainya ketika ada aktivitas marketplace di Facebook.

E. KESIMPULAN

Kemajuan teknologi diterapkan untuk kebaikan yang lebih besar. Banyaknya platform media sosial yang tersedia untuk pemasaran internet dan bisnis menunjukkan profitabilitas. Mengingat media sosial adalah platform terbuka, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi yang menguntungkan. Salah satu platform media sosial yang dimanfaatkan untuk pemasaran Facebook adalah Facebook yang digunakan untuk tujuan bisnis. Berdasarkan hasil penerapan FB Marketplace, para pelaku UMKM merasa lebih mudah. Memanfaatkan smartphone yang dimiliki untuk memasarkan produk dan melakukan penjualan secara bersamaan, dimana saja, kapan saja, akan semakin meningkat jumlah penjualan. Hal serupa perlu dilakukan untuk platform media sosial lain seperti Instagram dan Instagram marketplace lain seperti Shopee, Tokopedia, dan sejenisnya dalam upaya mendongkrak pemasaran dan penjualan online.

DAFTAR PUSTAKA

Alfayed, Erico, Lista Ramadeli, Raket Agnestasia, Viona Amalina, Zhatil Hanani Octavia Swid, and Hendra Riofita. "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN

- PENJUALAN E-COMMERCE PADA TIKTOK SHOP.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 2 (2023): 195–201.
- Andriatie, Noor Hastuti. “Pemanfaatan E-Commerce Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Bunga Hias Komunitas Lestari Cyclop Di Jayapura.” *The Community Engagement* 3, no. 2 (2020).
- Haeton, J. *Content Marketing In A Week: Engage Your Audience With Compelling Content In Seven Simple Steps*. Hachette UK, 2016.
- Hendra Riofita, Nopiyanti. “Pengaruh Terhadap Pemahaman Siswa Tentang Bauran Pemasaran Terhadap Pembelian Mereka Keputusan.” *Econosains Volume* 16, no. 2 (2018): 116–23.
- Hendra Riofita, Waldana Dimasadra. “Penguatan Kapabilitas Media Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perguruan Tinggi Islam Swasta.” *Jurnal Manajemen Islam Asia (AJIM)* 4, no. 2 (2022): 110–25.
- Mujahidah. “Pemanfaatan Jejaring Sosial Facebook Sebagai Media Komunikasi.” *Komunikasi Dan Sosial Keagamaan XV*, no. 1 (2013).
- Nasional, Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2008.
- Nugroho, Agung. *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Puspitasari, Ayu Dia, Devi Winata, Halimatu Syakdiah, Nurul Daffa Naila, Siti Zahratul Hasanah, Widi Hastuti, and Hendra Riofita. “PENGARUH MEDIA PROMOSI TIKTOK SHOP TERHADAP MINAT BELI PADA MAHASISWA PRODI PENDIDIKAN EKONOMI UIN SUSKA RIAU.” *Neraca Manajemen, Ekonomi* 2, no. 12 (2023)
- Romli, A. S. M. *Journalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia, 2018.
- Sari, Chici Imelda, Dina Wiranda Jonson, Ilham Julianda, Miftahul Jannah, Solihin, and Hendra Riofita. “Pengaruh Pemasaran Melalui Media Online Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UIN Suska Riau.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2 1, no. 3 (24AD): 73–80.
- Sauyai, Nyaki Everlena. “Manfaat Jejaring Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Asal Papua Universitas Sam Ratulangi Manado.” *Summer VI*, no. 2 (2017).

Shadily, John M. Echols dan Hasan. *English Indonesia Dictionary*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.

Susanto, Ajib. "Implementasi Facebook Marketplace Untuk Produk UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Online." *Abdimasku* 3, no. 1 (2020).