

## PEMANFAATAN MARKETPLACE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN AKSES PASAR DAN EFISIENSI PENJUALAN KELOMPOK TANI SAPI POTONG

**Debora Chrisinta<sup>1)</sup>, Josua Sahala<sup>2)</sup>, Marselinus Banu<sup>3)</sup>,  
Justin Eduardo Simarmata<sup>4)</sup>**

<sup>1)</sup> Program Studi Teknologi Informasi, Universitas Timor,

<sup>2,3)</sup> Program Studi Peternakan, Universitas Timor

<sup>4)</sup> Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Timor

*deborachrisinta@unimor.ac.id*

### Abstract

This community service program aims to enhance community skills in utilizing digital technology for product marketing through the Facebook Marketplace application. The program includes an introduction phase, structured training, and intensive mentoring to assist target partners in understanding and applying digital marketing strategies that align with their needs. Through a needs-based approach and hands-on application, this program not only improves participants' technical skills but also contributes to the development of practical educational methods in the field of digital technology, particularly in the context of economic empowerment. Evaluation results indicate a high level of satisfaction with the activities, with participants finding it helpful to access digital markets and independently grow their businesses. Additionally, program sustainability is facilitated through the formation of community groups and support networks, expected to strengthen the program's long-term impact. Thus, this program makes a significant contribution to advancing knowledge in applied technology education, particularly in developing digital marketing skills within the community.

*Keywords: digital marketing, marketplace, facebook, economic empowerment.*

### Abstrak

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk melalui aplikasi marketplace di Facebook. Sosialisasi program, pelatihan yang terstruktur, serta pendampingan intensif diberikan untuk membantu mitra sasaran memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Melalui pendekatan yang berbasis kebutuhan dan penerapan langsung, pengabdian ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta tetapi juga berkontribusi pada pengembangan metode pendidikan praktis di bidang teknologi digital, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kegiatan ini, dengan peserta merasa terbantu dalam mengakses pasar digital dan mengembangkan usaha mereka secara mandiri. Selain itu, keberlanjutan program difasilitasi melalui pembentukan komunitas dan jaringan dukungan, yang diharapkan dapat memperkuat dampak jangka panjang program ini. Dengan demikian, pengabdian ini dapat memberikan kontribusi signifikan pada perkembangan ilmu pengetahuan di bidang pendidikan teknologi terapan, khususnya dalam pengembangan keterampilan pemasaran digital di kalangan masyarakat.

*Keywords: pemasaran digital, marketplace, facebook, pemberdayaan ekonomi.*

## PENDAHULUAN

Kelompok Tani Ternak Sapi Potong Nekto Nopala yang berada di Kiuola, RT 09 RW 05, Desa Kiuola Kecamatan Noemuti Kabupaten Timor Tengah Utara dikukuhkan oleh Lurah Kiuola pada tahun 2014 yang beranggotakan 20 orang dan saat ini berjumlah 21 orang anggota dengan komoditi unggulan padi sawah dan ternak sapi. Jumlah nilai kemampuan kelompok yang diperoleh adalah sebesar 141 dengan rincian nilai perencanaan kegiatan 15, mengorganisasikan kegiatan 9, kemampuan melaksanakan kegiatan 102, kemampuan melakukan pengendalian dan pelaporan kegiatan 9, serta kemampuan mengembangkan kepemimpinan kelompok 6.

Kelompok Tani Ternak Sapi Potong Nekto Noapala memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, mereka terhambat oleh akses pasar yang terbatas, efisiensi penjualan yang rendah, dan kurangnya inovasi dalam proses penjualan. Hal ini menyebabkan penjualan sapi rendah, sementara biaya pemeliharaan cukup tinggi. Berikut kondisi kandang pemeliharaan sapi potong pada kelompok tani:



**Gambar 1. Kandang Pemeliharaan Sapi Potong**

Petani harus meluangkan waktu yang banyak untuk mencari pembeli, menegosiasikan harga, dan mengantarkan sapi. Hal ini dapat mengurangi waktu yang mereka dedikasikan untuk mengurus ternak

dan pengembangan usaha. Selain itu, petani harus mengeluarkan biaya tambahan untuk transportasi dan akomodasi selama proses penjualan. Biaya ini dapat membebani keuangan mereka, terutama bagi peternak kecil. Proses penjualan tradisional seringkali tidak terstruktur dan bergantung pada negosiasi langsung dengan pembeli. Hal ini dapat menyebabkan ketidakpastian dalam harga dan waktu penjualan. Petani tidak memiliki pengetahuan tentang cara memasarkan sapi mereka secara efektif, sehingga mereka kesulitan untuk menjangkau pembeli potensial dan mendapatkan harga yang optimal. Berikut foto salah kegiatan beberapa anggota kelompok tani yaitu berdiskusi tentang penjualan sapi potong:



**Gambar 2. Kegiatan Diskusi Kelompok Tani Ternak Sapi Potong**

Akibat yang terjadi dari permasalahan di atas adalah petani terpaksa menjual sapi mereka dengan harga yang lebih rendah karena mereka harus bersaing dengan banyak peternak lain dan memiliki akses pasar yang terbatas. Keuntungan dari penjualan sapi tidak optimal, sehingga pendapatan petani menjadi rendah dan menghambat pengembangan usaha. Petani seringkali harus melalui perantara untuk menjual sapi mereka, yang berarti mereka harus menyerahkan sebagian keuntungan kepada perantara.

Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) untuk membantu permasalahan kelompok tani ini. PKM

yang tepat adalah pelatihan tentang pemanfaatan *marketplace* untuk meningkatkan akses pasar dan efisiensi penjualan (Musvira et al., 2022; Prasetyowati et al., 2020; Yunita et al., 2023). Kegiatan ini bertujuan untuk membantu para petani menjual sapi secara *online*, menjangkau pembeli di sekitar Kecamatan Noemuti, meningkatkan harga jual, dan meningkatkan efisiensi penjualan (Manek et al., 2023). Kegiatan PKM dilakukan dengan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan tentang *marketplace*. Dengan kerjasama yang baik, diharapkan kegiatan PKM ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi para petani dan meningkatkan kemajuan peternakan sapi potong di Kecamatan Noemuti.

## METODE

Berikut adalah penjelasan metode tahapan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat secara konkrit dan lengkap untuk mengatasi permasalahan:

1. Sosialisasi  
Kegiatan ini memperkenalkan program pengabdian kepada masyarakat kepada mitra sasaran dan stakeholders terkait.
2. Pelatihan  
Kegiatan ini memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada mitra sasaran tentang teknologi yang akan diterapkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.
3. Penerapan Teknologi  
Kegiatan ini membantu mitra sasaran dalam menerapkan teknologi yang telah dipelajari untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi.

4. Pendampingan dan Evaluasi  
Kegiatan ini memastikan mitra sasaran mampu menerapkan teknologi dengan baik dan mencapai target yang diharapkan, serta mengevaluasi efektivitas program.
5. Keberlanjutan Program  
Kegiatan ini memastikan program pengabdian kepada masyarakat dapat terus berlanjut setelah selesai dan memberikan dampak yang berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian ini dimulai dengan tahap sosialisasi yang bertujuan untuk memperkenalkan program kepada mitra sasaran dan stakeholders. Kegiatan sosialisasi meliputi pertemuan awal untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan luaran program, diikuti dengan distribusi materi informasi seperti brosur dan leaflet. Diskusi dan tanya jawab yang dilakukan memungkinkan tim pengabdian mendapatkan masukan yang memperkaya rencana pelaksanaan.

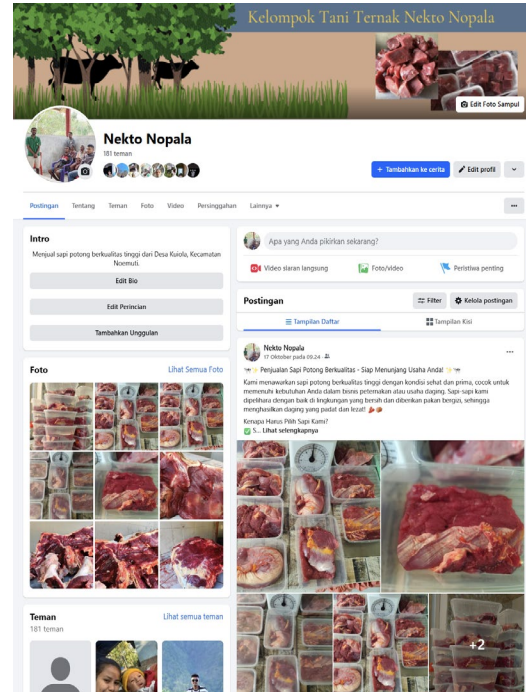
Pada tahap pelatihan, mitra sasaran diberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai teknologi yang diusulkan sebagai solusi terhadap permasalahan yang dihadapi. Modul pelatihan disusun sesuai kebutuhan mitra, dan pelaksanaan pelatihan menggunakan metode ceramah, demonstrasi, praktik langsung, serta simulasi. Materi pendukung seperti buku panduan, video tutorial, dan infografis juga disediakan untuk memudahkan mitra dalam memahami dan menerapkan teknologi.



Gambar 3. Pelatihan Marketplace

Pada kegiatan pelatihan, salah satu fokus utama adalah pemanfaatan aplikasi Facebook sebagai platform marketplace untuk mitra sasaran. Pelatihan ini memberikan pengetahuan tentang cara membuat akun bisnis di Facebook, mengelola halaman usaha, dan memposting produk secara efektif agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan. Mitra diajarkan untuk memanfaatkan fitur-fitur Facebook seperti Marketplace dan Facebook Groups yang relevan dengan target pasar mereka, serta memaksimalkan penggunaan gambar dan deskripsi produk yang menarik. Selain itu, pelatihan mencakup strategi promosi sederhana dengan memanfaatkan jaringan pertemanan di Facebook untuk memperluas jangkauan pemasaran. Melalui aplikasi yang sudah dikenal luas ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan penjualan produk mereka dengan biaya yang rendah dan cara yang mudah.

Berikut ini merupakan tampilan akun Facebook dan akun marketplace yang telah dibuat untuk kelompok:



Gambar 4. Akun Facebook dan Marketplace Mitra

Setelah kegiatan pelatihan selesai, angket kepuasan diberikan kepada para peserta untuk mengukur seberapa efektif pelatihan dalam memenuhi kebutuhan mereka, khususnya terkait pemanfaatan aplikasi marketplace di Facebook. Hasil angket tersebut dirangkum dalam tabel berikut:

No	Aspek Kepuasan	Sangat Puas (%)	Puas (%)	Cukup Puas (%)
1	Kesesuaian Materi Pelatihan	62	19	19
2	Kualitas Penyampaian Materi	71	10	19
3	Pemahaman Penggunaan Marketplace pada Aplikasi Facebook	48	19	33
4	Keterlibatan Peserta	52	33	14
5	Manfaat Pelatihan	43	33	24
	Kemudahan Implementasi	67	19	14

Hasil angket menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa "Sangat Puas" dan "Puas" terhadap pelatihan yang diberikan. Aspek kualitas penyampaian materi mendapat tingkat kepuasan tertinggi, yang menunjukkan bahwa metode pelatihan yang interaktif, dengan kombinasi

ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung, efektif dalam membantu peserta memahami materi. Selain itu, kesesuaian materi pelatihan dengan kebutuhan peserta dan manfaat yang dirasakan juga mendapat penilaian yang tinggi, mengindikasikan bahwa pelatihan ini relevan dan aplikatif untuk mitra sasaran.

Kepuasan pada aspek pemahaman aplikasi Facebook sebagai marketplace dan kemudahan implementasinya juga cukup tinggi, yang berarti sebagian besar peserta merasa percaya diri untuk mulai menggunakan fitur Marketplace di Facebook sebagai sarana pemasaran produk mereka. Namun, beberapa peserta menyarankan agar ada pendampingan tambahan untuk membantu mereka lebih optimal dalam mengembangkan strategi pemasaran di platform ini. Rekomendasi ini akan dipertimbangkan untuk meningkatkan dukungan dalam penerapan teknologi pemasaran digital.

Secara keseluruhan, hasil angket ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil memenuhi tujuan yang diharapkan dan memberikan keterampilan praktis kepada mitra. Keberhasilan pelatihan ini didukung oleh referensi dari kegiatan pengabdian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan dan materi yang mudah dipahami dapat meningkatkan keterampilan digital peserta serta membantu mereka menerapkan teknologi dengan lebih baik dalam kehidupan sehari-hari (Al Farisi et al., 2021).

Hasil ini sejalan dengan penelitian pengabdian terdahulu yang menunjukkan bahwa pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra dan pendampingan intensif dapat meningkatkan keberhasilan adopsi teknologi oleh masyarakat (Irfani et al.,

2020; Kosasi, 2017; Sirajuddin et al., 2016). Selain itu, hasil dari pengabdian yang dilakukan oleh (Zunaidi, 2024) juga menggarisbawahi pentingnya tahap keberlanjutan untuk memastikan program tetap memberikan manfaat jangka panjang. Studi-studi ini memberikan landasan kuat bahwa keterlibatan aktif masyarakat dan pendekatan yang adaptif sangat penting untuk meningkatkan efektivitas program pengabdian.

Dengan demikian, tingkat kepuasan mitra pada program ini mengindikasikan efektivitas dari pendekatan sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan yang dilakukan. Evaluasi berkala dan upaya keberlanjutan juga memastikan bahwa manfaat program dapat dirasakan secara berkelanjutan oleh mitra sasaran.

## SIMPULAN

Program pengabdian ini berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra sasaran dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya aplikasi marketplace di Facebook, sebagai media pemasaran produk. Tahap sosialisasi berhasil memperkenalkan program dan mendapatkan dukungan dari stakeholders, sedangkan pelatihan memberikan pemahaman yang mendalam mengenai penggunaan aplikasi dan strategi pemasaran digital yang relevan. Berdasarkan hasil angket, mayoritas peserta merasa puas dengan kualitas dan manfaat pelatihan, terutama pada aspek penyampaian materi dan relevansi dengan kebutuhan mereka. Tahap pendampingan dan monitoring juga berperan penting dalam membantu mitra menerapkan keterampilan baru ini, serta memfasilitasi solusi terhadap

kendala yang dihadapi. Keberlanjutan program melalui pembentukan komunitas dan akses dukungan lanjutan menjadi langkah penting untuk memastikan dampak jangka panjang. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat mendukung kemandirian ekonomi masyarakat mitra melalui pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (DRTPM) tahun 2024 yang telah mendanai seluruh kegiatan pengabdian pada Skema Pemberdayaan berbasis Masyarakat dengan Nomor kontrak 120/E5/PG.02.00/PM. BARU/2024.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., & Purwanto, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.1>
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan digital marketing sebagai strategi pemasaran pada UKM dalam menghadapi era industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651–659. <https://doi.org/10.31764/jces.v3i3.2799>
- Kosasi, S. (2017). Inovasi Teknologi Media Sosial: Keberhasilan Proses Adopsi Meningkatkan Kelincahan Organisasi. *E-Proceedings KNS&I STIKOM Bali*, 6(2), 131–136.
- Manek, S. S., Bobu, F. R., Chrisinta, D., Rema, Y. O. L., Lestari, A. K. D., & H Yulianto. (2023). Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Jamu Kelor oleh Kelompok Wanita Tani di Desa Usapinonot Kabupaten Timor Tengah Utara. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1149–1155. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i2.1027>
- Musvira, M., Natsir, M., & Asizah, N. (2022). Pengaruh modal, tenaga kerja dan marketplace terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro kecil dan menengah: pengalaman dari Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 65–72. <https://doi.org/10.26714/vameb.v18i2.10214>
- Prasetyowati, A., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Digital marketing. In *Jurnal Peternakan Indonesia* (Issue 3).
- Sirajuddin, S. N., Asnawi, A., Syawal, S., & Jamal, M. (2016). Peningkatan Adopsi Teknologi Inseminasi Buatan pada Sapi Potong di Kecamatan Lalabata, Kabupaten Soppeng. In *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian*, 5(1).
- Yunita, D., Nailis, W., Maulana, A., & Fitrianto, M. E. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Platform Penjualan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang. *Jurnal Nusantara Mengabdikan*, 2(2), 109–116.

<https://doi.org/10.35912/jnm.v2i2.1583>

Zunaidi, A. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas. In *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika* (Vol. 2, Issue 9).