

**Strategi Pemasaran dalam Marketplace Facebook**  
**EAS E-Bisnis (R)**  
**Rylo Saka Pambudi - 1211800188**  
**Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

---

**Kata Pengantar**

Tak lupa mengucapkan syukur Kepada Tuhan YME atas kelimpahan karunia serta rahmat-Nya yang telah memberikan waktu dan kemampuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan makalah ini dengan judul “Strategi Pemasaran Marketplace Facebook” dengan sebaik-baiknya. Tujuan ditulisnya makalah ini adalah sebagai pemenuhan tugas mata kuliah E-Bisnis program studi manajemen.

Penulis dalam menyelesaikan tugas membuat makalah ini disertai dengan dukungan literature dari berbagai sumber yang ada di internet dan tak lupa pula bimbingan yang di ajarkan oleh dosen pengampu yang mengarahkan makalah ini untuk menjadi makalah yang relevan dengan studi mata kuliah e-bisnis, dan kepada teman-teman yang senantiasa membantu dalam kebingungan ketika membuat makalah ini penulis mengucapkan terimakasih.

Untuk kedepannya, harapan penulis adalah semoga makalah ini memberikan manfaat yang baik dan potensial bagi banyak orang dan tentunya untuk generasi penerus, semoga wawasan mengenai marketplace dalam platform facebook mampu menambah wawasan kita dan tentunya wawasan penulis tersendiri. Makalah ini tentu jauh dari kata sempurna, untuk kedepannya bisa dijadikan pembelajaran sebagai referensi untuk makalah-makalah yang akan datang selanjutnya.

Penulis

**Abstrak**

Dalam era digital seperti saat ini, media social tumbuh menjadi sebuah momok kehidupan millennial. Media social menghiasi hampir di seluruh platform baik dunia usaha, dunia informasi, hingga *lifestyle* lainnya, sudah seperti kebutuhan hidup masyarakat milenial, Salah satu platform media social yang ramai digunakan oleh pengguna adalah aplikasi facebook dimana dalam aplikasi tersebut kita dapat memperoleh baik informasi, situs jual beli, dan juga komunikasi. Jual beli secara online melalui platform marketplace yang disediakan oleh Facebook yang digunakan untuk

merancang serta melaksanakan konsepsi, distribusi barang, ide, dan jasa yang akan dipertukarkan kepada individu maupun kelompok sebagai pemenuhan kebutuhan. Sehingga makalah ini dimaksudkan untuk melihat jelas betapa bermanfaatnya platform facebook sebagai sebuah media marketplace yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat dan bagaimana strategi pemasaran yang biasa dilakukan dalam media sosial facebook. Ditemukan beberapa ide promosi, penyampaian pesan yang baik antara penjual dan pembeli, dan juga berbagai keunggulan fitur facebook yang memudahkan proses pemasaran merupakan tiga hal yang menjadi sebab strategi marketing yang dilakukan oleh penjual dalam menggunakan media sosial facebook

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Media sosial, Facebook.

### **Abstract**

*In this digital era, social media has grown to become a scourge of millennial life. Social media adorns almost all platforms, be it the business world, the world of information, to other lifestyles, it is like the necessities of life for millennials. One of the social media platforms that is widely used by users is the Facebook application where in this application we can get good information, selling sites. buy, and also communication. Buying and selling online through the marketplace platform provided by Facebook which is used to design and implement the conception, distribution of goods, ideas, and services that will be exchanged to individuals and groups as a fulfillment of needs. So this paper is intended to see clearly how useful the Facebook platform is as a media marketplace that is much needed by the community and how the marketing strategy is usually carried out in Facebook social media. Several promotional ideas were found, the delivery of good messages between sellers and buyers, as well as various advantages of Facebook features that facilitate the marketing process are three things that are the reasons for the marketing strategies carried out by sellers in using Facebook social media.*

*Keyword : marketing strategy, social media, Facebook.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Dalam era digital seperti saat ini, media social tumbuh menjadi sebuah momok kehidupan millennial. Media social menghiasi hampir di seluruh platform baik dunia usaha, dunia informasi, hingga *lifestyle* lainnya, sudah seperti kebutuhan hidup masyarakat milenial, Salah satu platform media social yang ramai digunakan oleh pengguna adalah aplikasi facebook dimana dalam aplikasi tersebut kita dapat memperoleh baik informasi, situs jual beli, dan juga komunikasi. Dikutip dari Kompas.com Facebook merupakan salah satu media social tertua yang masuk di Indonesia tepatnya 4 februari 2004 (Kompas, 2011) pula menjadi salah satu media social yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia dengan penetrasi 81 persen (Kompas, 2019) oleh karena itu media social seperti facebook tentunya memiliki sebuah nilai keunggulan sehingga menjadikan facebook sebagai media sosial yang populer dikalangan masyarakat, salah satunya adanya sebagai

media marketplace. Era digital berarti segala sesuatunya didominasi oleh kata 'online' mulai dari transaksi online, penggalan informasi secara online hingga belanja online. 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 ke pusat pembelanjaan, 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. Relevansi platform facebook dalam hal ini adalah sebagai media dari penyedia layanan marketplace yang mana pengertian marketplace ini adalah perantara antara penjual dan pembeli dalam dunia virtual, marketplace sebagai pihak ketiga dari transaksi tersebut yang menyediakan dua kebutuhan yaitu tempat penjualan dan pembayaran (Budianto, 2019). Sehingga makalah ini dimaksudkan untuk melihat jelas betapa bermanfaatnya platform facebook sebagai sebuah media marketplace yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat, lebih jelasnya lagi pertanyaan yang ingin dijawab oleh peneliti terkait hal ini tertuang pada rumusan masalah dibawah.

### **Rumusan Masalah**

- 1) Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan oleh pengguna Facebook dalam memasarkan produk?
- 2) Mengapa facebook menjadi primadona dalam memasarkan suatu produk?

### **Tujuan**

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang semestinya dilakukan oleh pengguna facebook yang berjualan di marketplace
2. Untuk menjelaskan langkah-langkah yang hendaknya dilakukan bagi para penjual di marketplace untuk mempromosikan produk mereka kepada orang banyak
3. Untuk menjelaskan poin-poin unggulan facebook sebagai media penyedia situs marketplace

### **Manfaat**

Dimaksudkan untuk menambah pengetahuan para akademisi, juga sebagai penelitian yang bisa dijadikan sebagai rujukan untuk membuat makalah penelitian yang baru dan relevan dengan

variable pengaruh dan yang dipengaruhi berbeda namun sejalan. Tujuan lainnya untuk menambah wawasan diri.

## **Metode penelitian**

Metode penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah metode studi literatur yang dalam pemahamannya sama dengan namanya yaitu mempelajari dan mengkaji hasil-hasil literature yang ada mulai dari buku, jurnal, dan seluruh literature yang relevan dan mampu menunjang pembahasan dari rumusan masalah yang dipertanyakan oleh peneliti, sehingga ketika studi literature dilakukan maka metode selanjutnya yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif melalui metode ini peneliti mulai menggambarkan pokok permasalahan serta jawaban yang paling menunjang untuk nantinya dideskripsikan sebagai bentuk pemahaman, dengan menghubungkan dengan baik relevansi permasalahan dan jawaban yang akan dianalisis dari hasil metode studi literature yaitu penggunaan penelitian secara pustaka.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Media sosial Facebook**

Kemajuan teknologi membawa masyarakat secara teknis menjadi lebih modern, banyak perubahan baik pada bidang pendidikan, industri, informasi dan komunikasi. Pada perubahan yang terjadi di bidang komunikasi salah satunya adalah lahirnya 'media sosial' yang saat ini amat digandrungi oleh masyarakat luas diseluruh kalangan dan usia. Banyak media sosial baru yang muncul dan berkembang disusul dengan mudahnya akses internet yang dapat digunakan dimana saja dan kapan saja. Dalam pengertiannya media sosial menurut Meike dan Young adalah sebagai konvergensi antara komunikasi personal, maksudnya adalah sharing informasi antara satu individu dengan individu lain maupun sebuah media yang berbagi untuk seluruh individu (Nasrullah, 2015). Akses internet yang mudah tentunya mendukung banyaknya media sosial yang hadir untuk digunakan salah satunya adalah media sosial facebook yang merupakan jejaring sosial dengan guna untuk saling mengenal dan berkomunikasi dalam berbagai keperluan dan juga bersifat reaksi (Wati dan Rizky, 2009) dimana dalam platformnya kita dapat berbagai foto, video, kontak, dan informasi, para pengguna facebook juga dapat bergabung kedalam sebuah komunitas tertentu sesuai keinginan guna menjalin interaksi dalam grup/komunitas tersebut yang memiliki hobi

maupun tujuan/kenginan yang sama. Dan juga bisa sebagai media yang menyediakan fitur jual beli online.

## **Marketplace**

Jual beli secara online melalui platform marketplace yang disediakan oleh Facebook, maka dalam pengertiannya e-marketplace oleh Strauss (2001) adalah penggunaan data elektronik juga aplikasi yang digunakan untuk merancang serta melaksanakan konsepsi, distribusi barang, ide, dan jasa yang akan dipertukarkan kepada individu maupun kelompok sebagai pemenuhan kebutuhan (Dosen Ekonomi, 2020), didukung dengan pemahaman marketplace oleh smith dkk (2005) memiliki definisi tujuan dicapai melalui penerapan teknologi digital (Dosen Ekonomi, 2020). Beberapa para ahli mengemukakan pendapat mereka mengenai marketplace oleh brunn, Jensen, dan Skoovgard (2002) bahwasanya marketplace terdiri atas dua jenis yaitu Horizontal dan Vertikal. Marketplace horizontal dalam pengertiannya yaitu dimana produk yang ditawarkan umumnya dapat dijangkau oleh banyak konsumen seperti produk-produk pakaian, makanan, aksesoris dan hal-hal yang bisa dikatakan pokok untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat. Sedangkan untuk marketplace vertical diartikan sebagai produk untuk pemenuhan kebutuhan orang-orang khusus maupun perusahaan. Seperti bahan baku bangunan (Marketingkita.com, 2017).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Akses internet yang kini menjarah kepada media informasi dan komunikasi terbilang berkembang dengan pesat, kita dapat mengakses informasi dan komunikasi dimanaun dan kapanpun. Tak ubahnya akses jual beli/pemasaran juga telah masuk kedalam jejaring tersebut. Sebagai sebuah media yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja menggunakan internet, facebook menjadi salah satu media alternative yang menawarkan situs jual beli yang kini telah digandrungi oleh masyarakat disegala usia. Baik penjual maupun pembeli sama-sama memanfaatkan media sosial facebook dengan baik, seperti para pengusaha skala mikro yang memanfaatkan media sosial facebook sebagai media mempromosikan produk yang hendak dijual. Penggunaan internet dalam dunia bisnis menurut fransisca telah mengalami perubahan fungsi yang mulanya sebagai media pertukaran informasi saja kemudian menjadi media aplikasi strategi bisnis yang meliputi pemasaran, penjualan, dan pelayanan (Alix, 2013). Kemudahan yang tak

memandang tempat dan waktu menjadi sebuah keunggulan dari praktek globalisasi yang berkembang didunia, sehingga tidak ada batasan pula dalam mengakses barang jual beli dari Negara lain sehingga memang tidak ada batasan dalam berbisnis, maka untuk seluruh pengusaha mikro dapat memiliki skala yang sama untuk memperluas pemasaran produk mereka. Melihat dari penelitian yang ditulis oleh Theresia Alix yang berjudul “Penggunaan Facebook Sebagai Media Internet Marketing” disana dikatakan bahwa facebook merupakan media yang mana dirasakan sendiri oleh para pengusaha bahwa mereka memiliki konsumen dari berbagai kenegaraan, dengan keunggulan ini tentunya melahirkan persaingan pasar yang lebih ketat dari sebelum adanya media pemasaran seperti facebook juga beralihnya kekuasaan yang dipegang produsen kearah konsumen. Kekuasaan yang dimiliki oleh konsumen ini adalah dimana konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga dan memilih toko yang terletak dimanapun untuk membeli produk mereka karena sudah tidak adanya pembatasan ruang. Facebook media sosial yang tidak berbayar pula menjadi nilai unggul masyarakat memilih facebook sebagai media marketing juga popular digunakan sejak dulu hingga saat ini kepopulerannya tidak berubah. Boyd menyatakan facebook dapat membaca dan melihat profil serta informasi pribadi juga list kegemaraan dari masing-masing pengguna media sosial tersebut, sehingga hal tersebut juga dapat dijadikan sebagai basis data dalam membaca hobi seseorang yang kemudian dimanfaatkan oleh penjual dalam memanfaatkan basis data tersebut baik lewat komunitas yang diikuti ataupun barang-barang yang disukai.

Keunggulan media sosial Facebook sebagai platform marketplace menurut Muttaqin (2011) adalah (a) kemudahan internet yang dapat diakses kapanpun dan dimanapun meningkatkan persentase pengguna internet yang semakin tahun semakin bertambah. (b) facebook sebagai sebuah media sosial yang sangat sering dikunjungi (c) facebook menyediakan fungsi informasi seperti usia, lokasi pengguna, kegemaran pengguna dimana informasi tersebut dapat digunakan sebagai segmentasi pasar (d) Fokus segmentasi pasar yang tepat sasaran (e) facebook mudah diakses selagi ada internet sama halnya dimanapun dan kapanpun (f) mudahnya komunikasi yang terjalin di facebook sehingga tidak ada keterbatasan dalam bersosialisasi (g) terdapat feedback atas produk yang dijual kepada pembeli virtual dimana para pembeli dapat memberikan saran dan kritikan juga untuk penjual mudah untuk mengupdate kondisi barang (h) selalu terhubung komunikasi penjual dan pembeli melalui fitur yang diberikan oleh facebook kepada pengguna, sehingga apabila ada update barang baru dapat langsung tersampaikan oleh konsumen (i) penggunaan facebook yang gratis tentu menghemat berbagai bentuk promosi yang sebelumnya memerlukan biaya sebelum

adanya internet juga platform seperti facebook ini (Budi, 2012). Keunggulan lainnya upaya facebook dalam mempromosikan produk secara online dengan cepat dapat diiklankan dan tersampaikan kepada pengguna untuk menjadi teman, bisa juga konsumen datang dengan sendirinya apabila sedang membutuhkan barang tersebut dengan cara search nama onlineshop tersebut atau jenis barang yang hendak dicari, dan juga bisa dari teman dan oleh teman.

Marketing dalam dunia virtual membutuhkan komunikasi yang berjalan dengan baik, penyampaian pesan dan informasi penting untuk memperhatikan hal-hal berikut ;

- (a) Pola pesan yang merupakan elemen terpenting dari sebuah strategi pemasaran menurut Machoedz (2010) komunikasi antar pesan harus tersampaikan dengan baik tanpa ada kesalahpahaman oleh karena itu pesan harus berisi pesan yang lugas, dan mengandung pesan pokok gambaran seperti apa barang yang ditawarkan. Juga berisi informasi perusahaan yang terpercaya, Karena hal tersebut akan memicu kepercayaan pelanggan terhadap penjual dan produk yang dijual.
- (b) Penyampaian pesan memiliki dua factor yang harus diperhatikan yaitu isi pesan harus berorientasi terhadap produk dan tingkat kepedulian konsumen harus terbangun.
- (c) Media penyampaian (Facebook) yang memberikan fitur-fitur dalam menunjang bisnis online seperti inbox/direct message, postingan produk (gambar dan catatan kaki).
- (d) Mengatur penyampaian pesan a. Judul atau Subyek pesan harus menarik b. Lebih baik dikirim secara personal, bukan massal agar tidak dianggap sebagai spam c. Buatlah pesan sesingkat dan sejelas mungkin d. Selalu akhiri dengan kontak anda e. Buatlah jadwal dan frekuensi pengiriman pesan secara berkala.

Dalam hal ini telah dijelaskan keunggulan serta penyampaian informasi yang baik yang dapat dilakukan oleh penjual yang menggunakan dan memanfaatkan platform facebook sebagai bisnis online, maka promosi yang baik haruslah disusul supaya produk semakin laris untuk dilirik oleh pengguna. Promosi produk dilakukan guna mempengaruhi pengguna facebook dalam membelu produk/jasa yang ditawarkan oleh penjual maka promosi sebisa mungkin dibuat sangat menarik. Cara-cara promosi ada yang berupa periklanan yaitu dengan penyampaian atau pengenalan produk menggunakan gambar dan deskripsi. Promosi penjualan yaitu dengan memberikan diskon dihari tertentu secara berkala guna menarik penjual untuk lebih mengenal produk yang dijual. Selanjutnya ada publisitas penjualan individu adalah menjual secara personal penjual kepada pembeli, dan

yang terakhir cara promosi dengan menggunakan kemasan yang cantik dan menarik sehingga minat pembeli semakin meningkat terhadap barang tersebut. Manfaat yang didapat memang sangat besar bagi pengguna marketplace facebook salah satunya yaitu dengan memanfaatkan grup dan fanspage yang ada di facebook semisal fanspage k-popers tentunya target kita akan lebih mudah tetap sasaran untuk menjual k-pop stuff dalam fanspage tersebut dan yang paling utama tentunya mengoptimalkan segala fasilitas yang dimiliki oleh facebook untuk menerapkan marketing dengan lebih efisien.

### **Kesimpulan**

Kemudahan akses internet mengantarkan masyarakat kepada dunia yang berbasis virtual, seperti halnya belanja online yang kini sudah tak asing lagi didengar ditelinga masyarakat. Ada banyak media yang hadir dengan menawarkan marketplace pada fitur aplikasi mereka salah satunya facebook yang sangat digemari oleh masyarakat. Facebook memiliki kegunaan yang signifikan dalam memasarkan suatu produk yaitu,

- (a) kemudahan internet
- (b) facebook sebagai sebuah media sosial yang sangat sering dikunjungi
- (c) facebook menyediakan fungsi informasi seperti usia, lokasi pengguna, kegemaran pengguna dimana informasi tersebut dapat digunakan sebagai segmentasi pasar
- (d) Fokus segmentasi pasar yang tepat sasaran
- (e) facebook mudah diakses selagi ada internet sama halnya dimanapun dan kapanpun
- (f) mudahnya komunikasi yang terjalin di facebook sehingga tidak ada keterbatasan dalam bersosialisasi
- (g) terdapat feedback atas produk yang dijual kepada pembeli
- (h) selalu terhubung komunikasi penjual dan pembeli
- (i) penggunaan facebook yang gratis tentu menghemat berbagai bentuk promosi yang sebelumnya memerlukan biaya sebelum adanya internet juga platform seperti facebook ini.

Tiga cara mempromosikan produk dengan facebook yaitu periklanan, Promosi penjualan, publisitas penjualan individu, promosi dengan menggunakan kemasan yang cantik dan menarik.



## Daftar Pustaka

- Alix, Theresia, 2013. Penggunaan Facebook Sebagai Media Internet Marketing. Jurnal.
- Budi, Darmawan. 2012. Penggunaan Facebook Sebagai Media Pemasaran Online. Universitas Widya Mandala Surabaya. Jurnal
- Budianto, Willy. 2019. Mengenal Lebih dalam Fitur Facebook Marketplace. Diakses pada 4 Oktober <https://idwebhost.com/blog/facebook-marketplace/>.
- Dosen Ekonomi. 2020. Marketplace Adalah. Diakses pada 8 Agustus <https://sarjanaekonomi.co.id/marketplace/#:~:text=Pengertian%20Marketplace%20Menurut%20Para%20Ahli,1.&text=Marketplace%20adalah%20penggunaan%20data%20elektronik,memuaskan%20tujuan%20individu%20dan%20organisasi>.
- F. Supangat, Haryati nad Agus. 2018. The design of e-learning application by considering aspects of the user's personality based on students take courses in human-computer interaction. Vol.030009.
- Kompas.com. 2011. Kapan Facebook Hadir di Indonesia. diakses pada <https://tekno.kompas.com/read/2011/02/09/2317522/Kapan.Facebook.Hadir.di.Indonesia>
- Marketingkita.com. 2017. Pengertian Marketplace Menurut Para Ahli Ilmu Marketing. Diakses pada <https://www.marketingkita.com/2017/09/pengertian-marketplace-menurut-para-ahli-ilmu-marketing.html>
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Wahyunanda. 2019. Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Facebook Jadi Medsos Paling Digemari di Indonesia", diakses pada <https://tekno.kompas.com/read/2019/02/05/11080097/facebook-jadi-medsos-paling-digemari-di-indonesia?page=all>.
- Wati, Mardiana dan Rizky, A. R. 2009. 5 Jam Menjadi Terkenal Lewat Facebook. Bandung: CV. Yrama Widya.

# Hasil Cek Plagiarisme

### — Hasil —

**Diperiksa** 100%  
**Plagiat** 5%  
**Unik** 95%

Hasil Kalimat Bijaksana   Sumber yang Cocok   Tampilan Dokumen

Unique  
Akses internet yang kini menjarah kepada media informasi ...

Unique  
Tak ubahnya akses jual beli/pemasaran juga telah masuk k...

Unique  
Sebagai sebuah media yang dapat diakses kapan saja dan ...

Unique  
Baik penjual maupun pembeli sama-sama memanfaatkan ...

Unique  
Penaunaan internet dalam dunia bisnis menurut fransisca ...

Plagiarized  
(b) Penyampaian pesan memiliki dua factor yang haru...

Unique  
(c) Media penyampaian (Facebook) yang memberikan fitur...

Plagiarized  
Lebih baik dikirim secara personal, bukan massal agar ...

Unique  
Buatlah jadwal dan frekuensi pengiriman pesan secara berk...

Unique  
Dalam hal ini telah dijelaskan keunggulan serta penyampaia...

Unique  
disusul supaya produk semakin laris untuk dilirik oleh peng...

Plagiarized  
Promosi produk dilakukan guna mempengaruhi pengg...

Unique  
Keunggulan media sosial Facebook sebagai platform mark...

Unique  
(b) facebook sebagai sebuah media sosial yang sangat serl...

Unique  
(d) Fokus segmentasi pasar yang tepat sasaran (e) faceboo...

Unique  
dalam bersosialisasi (g) terdapat feedback atas produk yan...

Unique  
terhubung komunikasi penjual dan pembeli melalui fitur yan...

Unique  
menghemat berbagai bentuk promosi yang sebelumnya me...

Unique  
Keunggulan lainnya upaya facebook dalam mempromosika...

Unique  
barang tersebut dengan cara search nama onlineshop terse...

