







inovasi produk yang mampu diserap pasar, penggunaan bahasa yang baik dan benar untuk dicantumkan dalam akun media sosial, ketentuan dan syarat untuk berjualan di *marketplace*, partner pengiriman, dan beberapa permasalahan metode pembayaran. Mahasiswa pelaksana menjawab satu persatu pertanyaan dari para peserta dan mengajak berdiskusi peserta lain untuk memberikan solusi yang terbaik.

Sesi diskusi dan tanya jawab sekaligus memberikan *feedback* dan evaluasi untuk mahasiswa yang dibutuhkan mengenai fungsi pemasaran yang lain, diantaranya penetapan harga dan pengembangan produk yang dibutuhkan oleh para anggota kelompok tani. Secara keseluruhan, para anggota kelompok tani merasa senang dan puas dengan pelatihan yang diberikan dan merasa mendapat banyak manfaat dari diskusi dan tanya jawab



Gambar Situasi saat peserta KKNT-PPM melakukan sosialisasi tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran produk hasil pertanian

Berdasarkan kegiatan sosialisasi yang sudah dilaksanakan, mahasiswa dan anggota kelompok tani Manekat memberikan respon yang baik. Kehadiran mahasiswa KKNT-PPM Unwira memberi kesan tersendiri, para anggota kelompok tani dan para mahasiswa sangat senang dengan adanya kehadiran mahasiswa. Selama kegiatan berlangsung para anggota kelompok tani mendengarkan dan memperhatikan dengan baik. Setelah melakukan kegiatan sosialisasi kepada para anggota kelompok tani Manekat, mereka sangat tertarik untuk menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan menjual hasil pertanian secara online.

## SIMPULAN DAN SARAN

Anggota kelompok tani Manekat mampu bekerja sama dengan baik dan merasa puas akan pelatihan yang diberikan oleh mahasiswa KKNT-PPM Unwira. Beberapa yang menjadi program Anggota kelompok tani Manekat selanjutnya adalah menindaklanjuti saran yang diberikan oleh mahasiswa KKNT-PPM Unwira dan merencanakan penyesuaian konten akun media sosial yang sudah ada. Akun media sosial yang masih tergabung dengan akun pribadi direncanakan akan dipindahkan ke akun baru khusus bisnis.

## UCAPAN TERIMA KASIH

☑️ mengucapkan terima kasih kepada Universitas Katolik Widya Mandira yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Terima kasih kepada Kelompok

tani Manekat Kelurahan Nonbes yang telah memperkenalkan mahasiswa untuk melakukan sosialisasi dan terima kasih juga kepada Kelurahan Nonbes , Kecamatan Amarasi Kabupaten Kupang yang telah mendukung kegiatan mahasiswa.

#### DAFTAR REFERENSI

- Aslihan, Nasir V., & Karakaya, F., 2014. "Consumer Segments in Organic Foods Market", *Journal of Consumer Marketing*, Vol 31 No. 4, pp. 263-277
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- CAHYONO, D. B. (2013). Penggunaan Facebook sebagai media pemasaran online. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 2(2).
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture Volume I*. John Wiley & Sons.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Kim, H. and Lennon, S., 2010, "E-atmosphere, emotional, cognitive, and behavioral responses", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 14 No. 3, pp. 412-38.
- Marta, R. (2015). Penggunaan Facebook Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Kain Tenun Songket Silungkang. *Masyarakat Telematika Dan Informasi*, 6(2), 147-160.
- Rheingold, H. (2012). *Net Smart: How to Thrive Online*. MIT Press.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books
- Yahya, M., Syaharullah, S., & Syarif, A (2021). Penggunaan Facebook dalam Promosi Produk Barang Jadi. *PILAR*, 12(2), 27-38.