

Optimalisasi *Facebook Ads* Guna Peningkatan Penjualan Batik Pada Pelaku Usaha Batik Christo Surakarta

Indah Handaruwati¹ Hizkia Yoland²

^{1,2}Universitas Kristen Teknologi Solo

E-mail: indahhandaruwati80@gmail.com

Article History: Received: Revised:
Accepted:

Abstract: : The pandemic that has occurred in various parts of the world has changed the way transactions and marketing are carried out in various business fields. Batik Christo is a batik manufacturer specifically for men's shirts which have also been affected by the pandemic. The rise of social media as a means of promotion and a new model of transaction during the pandemic has really helped small businesses. Christo's batik was chosen as an object of community service due to complaints of decreased sales during the pandemic. Toko Batik experienced the sluggishness of visitors directly, so it needed a new strategy. The purpose of community service in Christo's batik business is to help find solutions and provide assistance in developing new strategies using social media. The service team provides training and assistance in making Facebook ads and making product photos to advertise on social media. The planned target has been achieved with the existence of a Facebook Page and product catalog displayed on Facebook Adsense.

Keywords: Sosial media, Marketing, Penjualan

Pendahuluan

Suatu bisnis bisa berjalan dengan lancar jika ada upaya untuk melakukan kegiatan promosi secara tepat baik secara offline maupun online. Untuk saat ini penerapan digital marketing lebih banyak memanfaatkan berbagai platform media sosial. Apalagi Indonesia merupakan salah satu negara yang penduduknya aktif menggunakan platform media sosial seperti Facebook. Facebook Ads merupakan suatu media untuk melakukan promosi atau pemasangan iklan yang ditujukan kepada semua orang menggunakan facebook. Iklan yang ada di facebook biasanya banyak ragamnya mulai dari teks, foto, banner, video dan lain sebagainya. Keuntungan yang didapatkan dari penerapan digital marketing menggunakan facebook bisa dibilang sangat menguntungkan, di mana jika pelaku usaha tidak ikut serta memanfaatkan Facebook Ads sebagai media promosi dan menyelenggarakan social media campaign maka bisa tertinggal dari kompetitor.

Penelitian (Ary Putra & Sugiono, 2014) menggunakan tiga variabel bebas yaitu sikap, daya ingat dan frekuensi klik dengan satu variabel terikat keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan variabel daya ingat dan sikap berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan frekuensi klik tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di facebook. Variabel dominan dalam penelitian ini adalah variabel daya ingat. Ketiga variabel memiliki pengaruh secara simultan. Penelitian (Triwardhani, 2020) untuk mengetahui pengaruh promosi digital yaitu Content Marketing, E-mail Marketing, dan Facebook Ads terhadap Keputusan Pembelian perusahaan jasa agensi iklan online. Hasil dari pengujian diperoleh terdapat pengaruh positif dan signifikan content marketing terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan e-mail marketing terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh positif dan signifikan facebook ads terhadap keputusan pembelian. Penelitian (Zahrul Atiq & Syaichu, 2017) Hasil penelitian menunjukkan variabel bebas yaitu variabel promosi menggunakan facebook ads memiliki pengaruh positif signifikan dalam peningkatan volume penjualan coklat Japo.

Pemilik Batik Christo selama pandemi sudah menggunakan facebook namun belum mengoptimalkan fitur-fitur yang ada di media sosial tersebut. Persoalan yang dihadapi selama pandemi dan pasca pandemi yaitu terus menurunnya angka penjualan batik secara signifikan karena semula hanya mengandalkan toko offline. Hambatan dan persoalan pemilik usaha batik christo ini disambut baik dengan kerjasama tim pengabdian Universitas Kristen Teknologi Solo.

Persoalan yang menjadi hambatan membutuhkan solusi agar penjualan produk meningkat. Media sosial yang belum dioptimalkan menjadi prioritas kerjasama tim pengabdian dan pemilik usaha. Peningkatan penjualan produk diharapkan tercapai setelah dilakukan pendampingan oleh tim pengabdian.

Metode

Pengabdian Masyarakat merupakan kerjasama Tim Pengabdian Masyarakat Universitas

Kristen Teknologi Solo dengan pelaku usaha batik Christo yaitu bapak Christian. Tahapan-tahapan kegiatan sebagai berikut :

- Tahap pertama melakukan pertemuan awal dengan pemilik usaha Batik Christo mengidentifikasi persoalan yang menjadi hambatan dalam usaha.
- Tahap kedua melakukan *brainstorming* usulan penyelesaian yang ditawarkan dari tim pengabdian dengan pelaku usaha batik Christo.
- Tahap ketiga menentukan jadwal pelaksanaan sehingga tim pengabdian dan pihak batik Christo dapat melaksanakan rencana yang sudah ditetapkan.
- Tahap keempat merupakan tahap pelaksanaan pembuatan facebook ads, pengambilan foto produk batik, pendampingan pengoperasian facebook ads.
- Tahap kelima monitoring dan evaluasi oleh pelaku usaha, sejauh mana rencana kegiatan dilaksanakan dan apabila masih terjadi kekurangan dapat dievaluasi serta dilakukan perbaikan.
- Tahap keenam ucapan terima kasih atas kerjasama dan terlaksana dengan baik antara tim pengabdian masyarakat dan pemilik batik Christo.

Hasil

Pandemi Covid 19 berdampak bagi pemilik usaha Batik Christo dengan lesunya penjualan melalui toko secara langsung dan mulai beralih penjualan secara online. Pilihan media sosial yang sangat banyak membuat pemilik usaha mengalami kebingungan ingin menggunakan media sosial yang mana. Kesesuaian media sosial dengan kebutuhan pemilik usaha sangat penting agar strategi menjadi efektif dan efisien. Tim Pengabdian dan pemilik usaha memutuskan kerjasama ini diawali dengan pembuatan *facebook page* dan dilengkapi dengan fitur *facebook adsense* atau *Facebook Ads*. *Facebook* sebagai media sosial yang membantu meningkatkan penjualan batik dipilih dikarenakan Batik Christo sebelum pandemi sudah memiliki *Facebook* namun belum dioptimalkan dengan baik. Tim Pengabdian membuatkan *Facebook Page* bagi pemilik Batik Christo dengan membuatkan halaman bisnis serta mengajak *follower facebook* yang sudah ada untuk menyukai halaman bisnis di facebook batik christo.



Gambar 1. *Brainstroming* antara Tim Pengabdian dan
Pemilik Usaha Batik Christo

Dalam *facebook ads* dibutuhkan foto-foto produk batik yang akan dimasukkan dalam katalog *online*. Tim pengabdian membantu dalam pembuatan foto produk, produk batik yang akan dimasukan dilakukan pemotretan dengan model



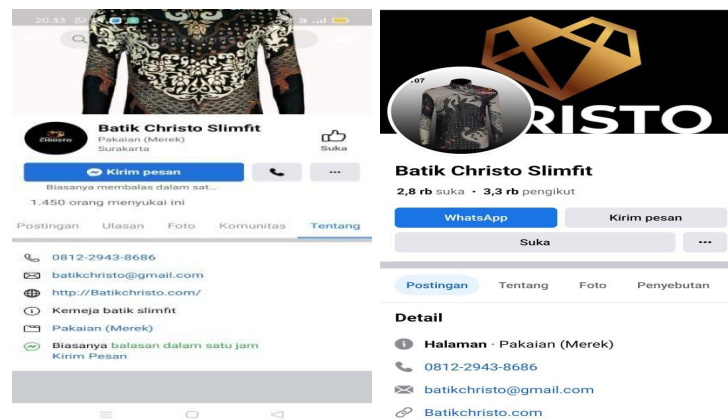
Gambar 2. Menyiapkan produk batik untuk pemotretan

Pemilik usaha Batik Christo awalnya mengandalkan patung manekin sebagai model dalam pemotretan produknya, namun dianggap tidak menarik sehingga persoalan ini diatasi dengan model manusia agar ukuran batik juga lebih presisi dan tampilan foto lebih menarik.



Gambar 3. Pemotretan produk batik Christo yang nantinya akan
dimasukan dalam katalog online facebook ads

Batik Christo sudah lama menggunakan media sosial facebook namun tidak pernah dilakukan promosi secara intens pada platform sosial media tersebut. Pada masa pandemi yang mengharuskan semua bekerja dari rumah membuat pelaku usaha menghidupkan kembali facebook batik Christo. Promosi melalui facebook tersebut belum menggunakan fitur facebook ads. Keuntungan yang dapat dirasakan dengan penggunaan facebook ads adalah mampu menjangkau lebih luas konsumen batik. Facebook ads merupakan fitur iklan berbayar yang disediakan facebook bagi penggunaanya yang ingin berjualan.



Gambar 4. Pembuatan *facebook ads* oleh tim pengabdian

Setelah Facebook Ads ini dijalankan oleh pemilik Batik Christo, permintaan produk menjadi sangat banyak dari berbagai konsumen di seluruh Indonesia. Dalam menjaga kualitas produk batik yang akan dikirim saat pengemasan dilakukan perekaman video. Tujuan dilakukan perekaman video saat pengemasan agar sebagai bukti bahwa sebelum batik dikirim pada konsumen, penjual telah memeriksa kualitas batik tersebut. Sehingga apabila ada komplain dapat diatasi dengan mudah.



Gambar 5. Pembuatan video produk batik saat dikemas sebagai bukti kualitas produk sebelum pengiriman



Gambar 6. Penandatanganan MOU kerjasama antara tim pengabdian dengan pemilik batik.

Tim pengabdian bersama dengan pemilik batik Christo melakukan penandatanganan MOU agar terjalin kerjasama pengabdian yang berlanjut dan berkesinambungan. Pengoptimalan Facebook Ads sebagai sarana peningkatan penjualan produk dirasakan oleh pemilik usaha sangat baik. Meskipun pandemi sudah berlalu dan menjadi endemi sekarang ini, iklan melalui facebook ads masih menjadi sarana promosi yang menjanjikan selain penggunaan platform media yang lain.

Pembahasan

Pelaku usaha yang semula berjualan menggunakan cara pemasaran tradisional dipaksa untuk menyesuaikan diri dengan strategi marketing melalui pemasaran online. Dampak dari perkembangan teknologi sangatlah besar bagi penjualan produk pelaku usaha. Produk batik Christo merupakan produk yang menyesuaikan dengan teknologi marketing melalui media sosial. Pengetahuan yang belum optimal diupayakan untuk optimal melalui kerjasama antara pemilik usaha batik Christo dengan tim pengabdian dari UKTS.

Persoalan yang dihadapi pemilik batik Christo adalah bangkit dari keterpurukan di saat pandemi Covid 19 melanda Indonesia sehingga penjualan batik ikut terdampak. Kini pasca pandemi masih tergolong sepi dan belum kembali pada volume penjualan seperti sebelum pandemi. Toko offline masih sepi pengunjung. Pemilik batik Christo sebelum pandemi sudah memanfaatkan media sosial facebook namun belum secara optimal padahal transaksi melalui

media sosial facebook tersebut cukup lumayan hasilnya. Pemilik usaha ingin kembali mengoptimalkan media sosial facebook dengan menggunakan fitur facebook ads.

Pendampingan guna mendapatkan solusi persoalan pemilik batik dilakukan oleh Tim pengabdian yang terdiri dari satu dosen Fakultas Ekonomi beserta satu mahasiswa Fakultas Ekonomi. Tugas dosen melakukan brainstorming awal menemukan permasalahan dengan pemilik batik. Setelah permasalahan ditemukan dicarikan solusi sesuai persoalan. Persoalan yang dihadapi adalah keinginan pemilik usaha batik mengoptimalkan kembali media sosial facebooknya dengan fitur iklan berbayar setelah terpuruk dalam pandemi covid 19. Bersama dengan mahasiswa yang memahami dan pernah melakukan pengoptimalan facebook ads yaitu fitur facebook iklan berbayar ditentukanlah langkah-langkah yang telah disusun sebelumnya.

Kesimpulan

Pengabdian yang merupakan kerjasama Tim Pengabdian UKTS dan Pelaku Usaha Batik Christo berjalan dengan baik. Persoalan mitra pengabdian yaitu berkurangnya penjualan batik dikarenakan dampak pandemi. Penjualan yang semula dilakukan secara tradisional mulai dilakukan penjualan secara online menggunakan *facebook*. Pada pelaksanaannya masih kurang optimal sehingga bersama tim pengabdian menemukan solusi dengan mengoptimalkan facebook ads. Pengoptimalan yang dimaksud adalah pembuatan facebook ads serta membuat platform media sosial semakin menarik secara tampilan dengan pembuatan foto- foto produk batik disertai video pengemasan sebagai garansi kualitas terhadap konsumen. Berkat kerjasama tim pengabdian dengan pemilik usaha penjualan produk batik meningkat pesat. Harapannya kerjasama ini berlanjut sehingga dikembangkan dengan platform media yang sedang booming seperti Instagram, Shopee dan lain sebagainya.

Pendampingan dan pelatihan bagi usaha kecil sangat membantu mereka mengatasi persoalan yang ditemui dalam menjalankan usaha. Dengan melakukan pertemuan dengan para pelaku usaha kecil maka solusi yang ditawarkan bisa tepat sasaran.

Pengakuan/Acknowledgements (Cambria, size 13)

Kegiatan pengabdian ini merupakan kerjasama Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Teknologi Solo dengan pihak UKM Batik Christo Solo. Dengan selesainya kegiatan pendampingan maka sebagai ucapan terimakasih kami kepada:

1. Pemilik Batik Christo Solo
2. Kepala LPPM Universitas Kristen Teknologi Solo
3. Ketua Program Studi Manajemen



Daftar Referensi

- Ary Putra, H. (2014). Pengaruh iklan online melalui media facebook terhadap keputusan pembelian pakaian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas trunojoyo madura. Jurnal Studi Manajemen, 8. file:///C:/Users/Asus/Downloads/590-1347-1-SM (6).pdf.
- Triwardhani, D. (2020). Pengaruh promoai digital pada keputusan pembelian agensi iklan online. JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika), 16(3). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i3.9071>
- Zahrul Atiq, A., & Syaichu, A. (2017). Pengaruh Promosi Menggunakan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Cokelat Japo. Ilmu – Ilmu Teknik - Sistem, 14(3). <http://sistem.wisnuwardhana.ac.id/index.php/sistem/article/view/158/16>