Meningkatkan Kemampuan Promosi Produk Memanfaatkan Faceboo Ads

Tri Budi Hartono[1*], Sulistiyanto[2]
[1 2] *STMIK Dharma Wacana Metro Lampung. buditejosari@gmail.com, sulistiyanto@dharmawacana.ac.id*

Abstract
Dunia usaha diera sekarang harus mengikuti kemajuan teknologi dalam rangka mempertahankan eksistensi usahanya atau bahkan meningkatkan pertumbuhan. Salah satu upaya peningkatan tersebut dengan memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi. Layanan yang sering digunakan yakni Facebook Ads, yang merupakan sistem untuk membuat iklan dengan tujuan dan target pelanggan yang diinginkan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta dalam menggunakan FB Ads. Metode yang digunakan dalam kegiatna ini adalah ceramah, demo dan praktek dengan para peserta yang merupakan sales di UD.Salim Abadi. Tujuan kegiatan ini untuk memberikan wawasan kepada para peserta terkait layanan FB Ads dan bagaimana cara menggunakannya untuk keperluan promosi. Harapan dari kegiatan ini, para sales dapat meningkat pengetahuan dan wawasan terkait dengan internet marketing dan FB Ads yang berbonus kepada peningkatan penjualan produk serta memunculkan pelanggan baru.

Kata kunci:
Promosi, FB Ads, Internet marketing, Sales

1. Pendahuluan

Penggunaan internet yang semakin masif perkembangganya telah merasuki ke berbagai macam sektor, salah satunya sektor usaha. Internet dapat memberikan pengaruh yang besar terhadap semua jenis industri usaha (Sagan dan Leighton, 2010) dalam [1]. Aktifitas yang mengandalkan internet pun banyak diminati, salah satunya promosi, karena dapat memperbesar peluang menggaet calon pelanggan. Strategi internet marketing dinilai efektif diadopsi karena dapat mengurangi biaya promosi serta mampu memberikan informasi produk dan cara transaksi lebih mudah. Facebook Ads yang menjadi salah satu layanan untuk melakukan promosi online dan merupakan bagian yang mudah untuk dikuasai tanpa harus memiliki kemampuan IT. Dengan menggunakan layanan tersebut, pelaku usaha dapat menarget calon pelanggan baru bedasarkan wilayah, jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan lain sebagainya [2]. Pemanfaatan layanan ini sangat berperan penting untuk mendukung penyebaran informasi yang lebih luas. Maraknya dunia periklanan menggunakan media sosial menjadi salah satu strategi yang dianggap efektif dan dan efisien untuk memangkas anggaran dalam mempromosikan produk[3].

Dalam rangka meningkatkan kemampuan promosi sales di UD.Salim Abadi, dan target untuk mencari pelanggan baru dari internet, pihak manajemen melakukan pelatihan Facebook Ads bagi para sales. Usaha bidang pertanian tersebut mencoba untuk merambah ke dunia internet dalam rangka mencari calon pelanggan baru. Kegiatan promosi yang dilakukan selama ini menggunakan cara lama, dengan banner, mulut ke mulut atau datang langsung ke pelanggan. Dengan menggandeng STMIK Dharma Wacana untuk menjadi narasumber pelatihan Facebook Ads tersebut, diharapkan model promosi para sales juga merambah ke dunia internet.

Tujuan kegiatan ini untuk memberikan wawasan kepada para sales terkait dengan layanan facebook ads dan bagaimana cara menggunakan layanan tersebut untuk kebutuhan promosi, dengan harapan para sales dapat meningkat pengetahuan dan wawasan terutama dengan hal-hal yang berkaitan dengan internet dan juga dapat meningkatkan penjualan produk serta memunculkan pelanggan baru yang didapat dari aktifitas promosi diinternet.

2. Metode

Metode pelaksanaan kegiatan ini dengan cara pengenalan, pelatihan dan praktek langsung [4]. Peserta merupakan sales dari masing-masing toko cabang UD.Salim Abadi yang berjumlah 8 orang. Kegiatan yang dilaksanakan di laboratorium STMIK Dharma Wacana berlangsung selama 1 hari dengan didampingi oleh 1 orang dosen sebagai narasumber dan 1 orang dosen lainnya sebagai pendamping. Pelaksanaan kegiatan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengenalan perihal Facebook Ads dengan memaparkan pokok-pokok hal yang berkaitan dengan layanan tersebut kepada peserta pelatihan.
2. Narasumber melakukan demo pembuatan akun dan juga penggunaan layanan facebook Ads untuk kepentingan promosi.
3. Peserta mengaplikasikan hasil penjelasan kepada kasus nyata mereka masing-masing dengan mencoba membuat promosi produk ditoko.

3. Hasil dan Pembahasan

Pemaparan materi

Narasumber melakukan pengenalan dan pemaparan materi terkait internet maketing secara umum dan FB Ads khususnya. Materi yang disampaikan seperti kenapa harus menggunakan internet marketing? Internet marketing dalam penjelasan narasumber perlu untuk dijamah atau dimanfaatkan karena penggunanya yang sangat besar. Selain itu juga lini kegiatan di zaman sekarang sudah mulai banyak berpindah ke dunia internet. Penggunaan interent mampu menciptakan komunikasi yang efektif antara pemasar dan pelanggan, hal ini terlihat dari banyaknya pengguna internet, ditambah lagi akses yang semakin mudah. Menurut data dari Hotsuite, pada januari 2019 menunjukkan 150 juta orang Indonesia mengunakan news media, yaitu internet dan media sosial [5]. Memaksimalkan new mass media yang ada, sehingga dapat mengurangi biaya transportasi dan gaji karyawan, namun memiliki potensi menemukan pelanggan baru, meningkatkan efektifitas kerja, mengembangkan peluang bisnis yang lebih besar.



Gambar 1 Narasumber menjelaskan materi FB Ads

Demo penggunaan layanan

Pada sesi ini, narasumber memperlihatkan akun facebook milik kampus STMIK Dharma Wacana yang telah diatur untuk keperluan promosi menggunakan layanan Ads. Pada pemaparan tersebut, peserta diperlihatkan dengan tampilan FB Ads, bagaimana mengelola konten untuk keperluan promosi dan

insight yang dapat digunakan sebagai informasi. Tipe iklan yang digunakan juga dijelaskan pada sesi ini, yang mana tipe yang digunakan adalah *page engagement (comment,share,like)*. Tipe ini banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk memerintahkan Facebook mencari target pasar sesuai dengan wilayah untuk memberikan komentar kemudian membagikan dan menyukai [2].



Gambar 2 Narasumber mendemokan penggunaan FB Ads

Praktek peserta

Pada sesi praktek, para peserta diminta untuk melakukan prakter membuat postingan konten dengan produk yang biasa mereka tawarkan atau jual di Facebook. Peserta dengan dipandu oleh narasumber dan pendamping melakukan praktek dimulai dari membuat akun facebook khusus untuk promosi hingga membuat konten sederhana yang akan digunakan untuk promosi.



Gambar 3 Peserta mempraktekan hasil pelatihan

Pembahasan

Hasil pelatihan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan tambahan kepada para peserta pelatihan. Hal ini terlihat dari antusiasme para peserta terhadap materi pelatihan. Dari beberapa pertanyaan yang dilontarkan para peserta dan diskusi selama pelatihan membuat peserta mendapat ilmu dan pengetahuan baru terkait kegiatan promosi dengan menggunakan layanan facebook ads. Ada juga seorang sales yang telah menggunakan facebook untuk menunjang kegiatan promosinya, yang mana telah banyak pelanggan yang membeli produk mereka melalui facebook. Namun layanan yang digunakan baru sebatas posting produk dihalaman facebook mereka, belum menggunakan Ads.

Selain itu juga, dari beberapa sales toko yang hadir, setelah mengikuti pelatihan, setiap toko memiliki akun facebook untuk selanjutkan diisi dengan produk-produk ditokonya masing-masing. Untuk meningkatkan ketertarikan calon pelanggan, pada saat posting produk juga perlu diperhatikan daya

tarik dan desain produk, sehingga calon konsumen tertarik untuk melihat lebih lanjut konten atau prosuk yang diposting.

5. Conclusion

Dengan adanya transformasi digital, pelaku bisnis diharapan bisa memperkuat nilai produk mereka, mampu mengidentifikasi segmen pelanggan baru, memperluas jaringan atau keterjangkauan pelanggan, efisiensi sumber daya serta mengubah model proses bisnis [6]. Transformasi digital tersebut menjadi tantangan bagi pelaku usaha, seperti UD.Salim Abadi yang belum dengan perubahan kegiatan bisnis, karena minimnya pengetahuan dan wawasan. Untuk membantu menambah wawasan tersebut, diwujudkan dalam bentuk pelatihan kegiatan promosi dengan FB Ads untuk para salesnya. Peserta juga mengaku mendapatkan wawasan dan pengetahuan baru terkait internet marketing dan FB Ads, untuk membantu mereka memasarkan produk, sehingga setiap toko diharapkan memiliki akun FB masing-masing dan dimanfaatkan untuk membantu menjangkau pelanggan yang lebih luas. Tipe FB Ads yang digunakan menggunakan jenis *page post engagement* yaitu *comment, share & like*.

References

[1] Y. Abdullah, A. Rosliyati, and A. W. Nugraha, "STRATEGI INTERNET MARKETING PADA BISNIS KULINER DI KOMUNITAS WISATA TASIKMALAYA," *J. Ris. Manaj. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 209–220, 2020.

[2] M. Abdul Kader and M. M. (Nidn, "LAPORAN AKHIR PENELITIAN DOSEN PEMULA MODEL PEMASARAN DIGITAL MARKETING FB Ads dan EMAIL MARKETING DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN BAGI UMKM," p. 407067305, 2018.

[3] N. Hasanah, L. E. Nugroho, and E. Nugroho, "Analisis Efektivitas Iklan Jejaring Sosial sebagai Media Promosi Menggunakan EPIC Model," *Sci. J. Informatics*, vol. 2, no. 2, p. 99, 2016, doi: 10.15294/sji.v2i2.5075.

[4] T. Aristi, S. Muharni, and A. Perdana, "Pemanfaatan Google Data Studio Untuk Visualisasi Data Bagi," vol. 2, no. 2, pp. 13–18, 2021.

[5] N. N. Rohmah, "Efektifitas Digititalisasi Marketing Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lombok (Analisis Media Equation Theory)," *Al-I'lam J. Komun. dan Penyiaran Islam*, vol. 3, no. 1, p. 1, 2019, doi: 10.31764/jail.v3i1.1363.

[6] A. Justitia, I. Werdiningsih, F. Effendy, and T. Taufik, "Pelatihan dan Pendampingan Digital Marketing bagi UMKM Jasa Laundry menuju UMKM Go Digital," *J. Nas. Pengabdi. Masy.*, vol. 2, no. 2, pp. 60–72, 2021, doi: 10.47747/jnpm.v2i2.388.