

Pelatihan Promosi Penjualan Kentang Melalui *Fan Page Facebook*

¹ Ni Nyoman Supuwingsih, ² Asti Cintya Udayani

STIKOM Bali^{1,2}

Email: ninyomansupuwingsih@gmail.com¹, astiicintya@gmail.com²

RINGKASAN

Facebook merupakan salah satu media sosial yang terbesar saat ini, berdasarkan data tahun 2017 Indonesia termasuk pengguna *facebook* ke-4 terbesar. Selain untuk sosial media yaitu berkenalan dengan teman baru maupun bertemu dengan teman lama, *facebook* juga berfungsi sebagai wadah untuk promosi barang-barang yang akan dijual secara *online*. Berdasarkan fungsi *facebook* sebagai media untuk promosi penjualan maka hal ini memberikan kesempatan yang luas bagi pedagang yang berjualan secara konvensional beralih jualan melalui media *online* untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar secara luas karena pengguna *facebook* yang semakin banyak. Media *online* merupakan solusi untuk mengatasi permasalahan sesuai analisis situasi di lokasi pengabdian masyarakat mengenai penjualan kentang di pasar induk Baturiti yang masih dilakukan secara konvensional yaitu penjualan yang hanya menjangkau wilayah sekitar saja dan laporan penjualan masih dilakukan secara manual. Selain itu laporan penjualan masih dilakukan secara manual yaitu dicatat dalam buku sehingga tidak teratur dan rentan terhadap kehilangan catatan penjualan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dilakukan pelatihan mengenai cara memanfaatkan media sosial dalam memasarkan kentang dan melakukan pendampingan dalam pembuatan promosi *fan page facebook* dengan berbayar yang dapat menjangkau orang yang melihat iklan sesuai dengan anggaran promosi dan pelatihan pembuatan laporan penjualan terkomputerisasi menggunakan *Microsoft Excel* agar laporan penjualan lebih teratur dan dapat tersimpan dengan baik.

Kata kunci : *Facebook, Fan Page, Kentang, Media sosial*

ABSTRACT

Facebook is one of the biggest social media at the moment, based on 2017 data Indonesia including the 4th largest Facebook user. In addition to social media, which is to meet new friends and meet old friends, Facebook also functions as a place to promote items to be sold online. Based on the Facebook function as a medium for sales promotion, this provides a broad opportunity for traders who sell conventionally to sell through online media to increase market share widely because of the increasing number of Facebook users. Online media is a solution to overcome problems according to the situation analysis at the location of community service regarding the sale of potatoes in the Baturiti main market which is still done conventionally, namely sales that only reach the surrounding area and sales reports are still done manually. In addition, sales reports are still done manually, which are recorded in books so that they are irregular and vulnerable to losing sales records. To overcome these problems, training was conducted on how to use social media in marketing potatoes and providing assistance in making paid Facebook fan page promotions that can reach people who see ads in accordance with the promotion budget and training in computerized sales reporting using Microsoft Excel so that sales reports are more organized and can be stored properly.

Keywords: Facebook, Fan Page, Potatoes, Social Media

PENDAHULUAN

Facebook merupakan salah satu media sosial yang terbesar saat ini, berdasarkan data tahun 2017 Indonesia termasuk pengguna facebook ke-4 terbesar di dunia mencapai 130 juta jiwa atau sekitar 48% dari jumlah populasi. Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh facebook, Inc. Awalnya terciptanya facebook karena ingin menjalin kembali dengan teman lama yang tidak tergantung pada jarak dan waktu, karena perkembangan teknologi maka facebook dapat digunakan sebagai salah satu media sosial yang sangat efektif untuk mempromosikan produk yang dijual karena dapat menjangkau calon pembeli di seluruh dunia dimanapun berada. Berkembangnya teknologi informasi terutama media sosial maka sangat memungkinkan dilakukan promosi penjualan kentang dalam partai besar di pasar induk sayur yang berlokasi di Jl. Raya Baturiti Bedugul Tabanan Bali. Kentang (*Solanum tuberosum*) merupakan salah satu komoditas penting di Indonesia yang mempunyai potensi dan prospek untuk mendukung program diversifikasi pangan dalam rangka mewujudkan ketahanan pangan yang berkelanjutan (Prabaningrum, L, dkk. 2014). Penjualan kentang yang dilakukan di pasar induk sayur Baturiti masih tradisional yang hanya diketahui oleh masyarakat di sekitar wilayah Baturiti saja sehingga pangsa pasar sangat sempit dan pencatatan transaksi masih manual yaitu dengan menggunakan buku/kertas yang tidak rapi dan rentan terhadap kehilangan.

Berdasarkan analisis situasi di lokasi pengabdian masyarakat mengenai penjualan kentang yang masih tradisional (*offline*) dan kurangnya informasi mengenai pemanfaatan promosi media sosial berupa facebook dalam memasarkan

kentang yang dapat memperluas wilayah pemasaran sampai di luar kota sehingga mampu menambah pendapatan masyarakat dan kurangnya adanya pelatihan mengenai pembuatan laporan penjualan yang terkomputerisasi Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka dilakukan pelatihan mengenai cara memanfaatkan media sosial dalam memasarkan kentang dan melakukan pendampingan dalam pembuatan promosi *fan page facebook* dengan berbayar yang dapat menjangkau orang yang melihat iklan sesuai dengan anggaran promosi dan pelatihan pembuatan laporan penjualan terkomputerisasi menggunakan *Microsoft Excel* supaya laporan penjualan lebih teratur dan dapat tersimpan dengan baik sehingga lebih efektif untuk evaluasi penjualan kentang perbulan.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi maka dapat diuraikan permasalahan yang dihadapi adalah

1. Sempitnya wilayah pemasaran kentang karena informasi ketersediaan kentang hanya sampai di wilayah Baturiti dan sekitarnya saja sehingga mempengaruhi pendapatan
2. Pembukuan penjualan dilakukan tidak tertata dengan rapi karena hanya menggunakan kertas/buku saja yang rentan terhadap kehilangan.

METODE

Prosedur kegiatan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Observasi lokasi
2. Analisis situasi
3. Pengenalan media sosial di *facebook*

4. Pendampingan Pembuatan promosi di *fan page facebook*
5. Pembuatan pembukuan penjualan dengan *Microsoft Excel*
6. Evaluasi (Penyebaran kuesioner)
7. Pembuatan Laporan

PEMBAHASAN

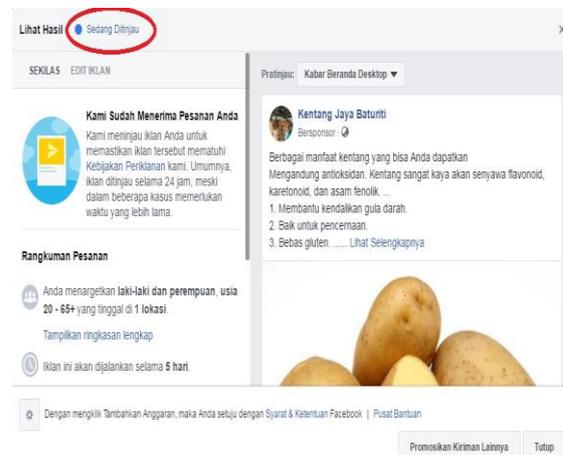
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kegiatan pelatihan promosi penjualan kentang melalui *fan page facebook* sesuai rencana adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan media sosial *facebook* secara umum. Kegiatan ini merupakan kunjungan pertama pelaksanaan pengabdian masyarakat setelah observasi tempat sebagai mitra pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini memberikan informasi mengenai fungsi media social *facebook* dalam penjualan secara *online* yang dapat menjangkau wilayah yang lebih luas.
2. Pengenalan promosi *online* dengan menggunakan *fan page facebook*. Memberikan pengenalan mengenai pentingnya media social untuk promosi menggunakan *fan page facebook*.
3. Pelatihan dengan mendampingi secara langsung kepada pemilik usaha kentang mengenai langkah-langkah pembuatan akun *facebook* dan cara promosi *online* dengan menggunakan *fan page facebook*. Pelatihan ini mengajarkan pemilik untuk membuat halaman *facebook* dengan mengajarkan memberikan langkah-langkah awal sampai *fan page/ Halaman* dibuat pada gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1 Promosi Iklan di *Fan Page Facebook*

Setelah melakukan proses pembayaran maka pengelola iklan *facebook* akan meninjau kelayakan penayangan iklan di *facebook* selama 24 jam.



Gambar 2 Iklan Sedang Ditinjau Pengelola *Facebook*

Setelah dilakukan peninjauan kelayakan penayangan iklan maka hasilnya dapat dilihat pada gambar 2. Iklan yang kita buat harus sesuai dengan kebijakan yang dibuat oleh *facebook* selama 24 jam masa peninjauan mengenai konten-konten yang diperbolehkan.



Gambar 3 Iklan Siap Tayang di Facebook

Pada gambar 3 terlihat ada tulisan "bersponsor" artinya iklan sudah siap untuk ditayangkan pada halaman *facebook* dan iklan telah disetujui sehingga orang-orang yang menggunakan *facebook* dapat melihat iklan tersebut berdasarkan target penayangan dari biaya yang dikeluarkan untuk biaya iklan.



Gambar 4 Foto Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Gambar 4 merupakan gambar pelaksanaan pelatihan promosi dengan memberikan gambaran cara kerja promosi online dengan menggunakan *fan page facebook*.



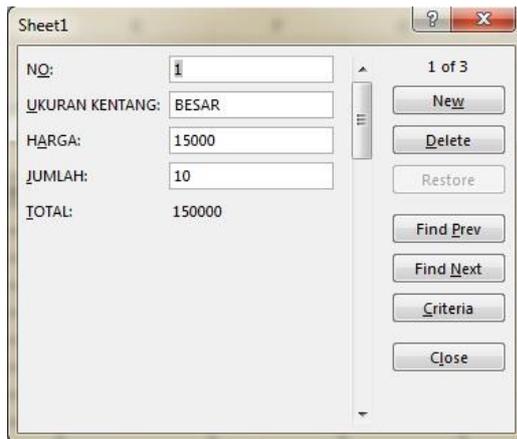
Gambar 5 Banyaknya Orang yang Like di *Fan Page Facebook*

Pada gambar 5 terlihat bahwa ada 188 orang yang menyukai iklan yang ada di *fan page facebook* dengan ditandai dengan klik tombol "like". Kegiatan yang kedua adalah memberikan pelatihan pembuatan laporan penjualan kentang per hari dengan menggunakan *Microsoft excel*, hasilnya dapat dilihat pada gambar 6 yang dilengkapi dengan pelatihan pembuatan rumus.

NO	UKURAN KENTANG	HARGA	JUMLAH	TOTAL
1	BESAR	15000	10	150000
2	KECIL	10000	2	20000
3	SEDANG	13500	11	148500

Gambar 6 Hasil Pelatihan Pembukuan Laporan Penjualan Kentang

Memberikan pelatihan pembuatan *form* untuk memudahkan dalam input data-data transaksi dapat menggunakan *form* pada gambar 7.



NO:	<input type="text" value="1"/>
UKURAN KENTANG:	BESAR
HARGA:	15000
JUMLAH:	10
TOTAL:	150000

Gambar 7 Form untuk Input Hasil Transaksi Penjualan Kentang

Kegiatan terakhir adalah melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan yang secara keseluruhan dapat diterima dengan baik oleh mitra. Semua penjelasan dan pelatihan dapat diterima dengan jelas oleh peserta pelatihan.

SIMPULAN

1. Pelatihan promosi *online* dengan menggunakan *fan page* facebook telah dilakukan sampai pendampingan pembuatan *fan page* berbayar untuk mempengaruhi target jangkauan orang yang melihat iklan telah berjalan dengan baik.
2. Materi pembuatan laporan penjualan terkomputerisasi dengan menggunakan *Microsoft Excel* dapat diterima dengan baik oleh peserta dan materinya jelas.
3. Peserta pelatihan dapat menerima pelatihan dengan baik sampai dengan implementasi promosi menggunakan *fan page facebook* dan implementasi pembuatan laporan penjualan dengan menggunakan *Microsoft Excel* secara sederhana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya kegiatan pengabdian masyarakat dapat berjalan dengan baik sesuai dengan tujuan. Terima kasih kepada STMIK STIKOM Bali dan mitra kentang jaya yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat berjalan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahardi, F, Rony Palungkuhan, dan Asiani Budiarti (2001). *Agribisnis Tanaman Sayur*. Penebit Swadaya. Jakarta.
- Tim Agro Mandiri (2018). *Budi daya Kentang*, penerbit ziyadbooks, Solo
- Madcoms (2009), Facebook. Penerbit : Andi Yogyakarta.
- Prabaningrum.L dkk (2014). *Teknologi Budidaya Kentang di Dataran Medium*. Balai Penelitian Tanaman Sayur. Bandung.
- Cipta Halim (2010). *Tip Praktis Promosi Online untuk Berbagai Event*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.