



PEMANFAATAN FANPAGE FACEEBOOK: PENJAHIT KEBAYA DAN SALON DI DESA SIOPAT SOSOR KABUPATEN SAMOSIR

Romindo M Pasaribu¹, Juara Simanjuntak², Vinsensius Matondang³, Frans Yolanda Tampubolon⁴, Juliansen Purba⁵.

^{1,2,4,5}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Univ HKBP Nommensen, Medan, Sumatera Utara

³Manajemen Pemasaran, Politeknik WBI, Deli Serdang, Sumatera Utara

Article Information

Article history:

Received February 05, 2024

Approved February 16, 2024

Keywords:

Digital Marketing, Facebook, Fanpage, Kebaya, And Salon

ABSTRACT

The kebaya sewing service industry and beauty salons are industries that are always in demand by Indonesian people both in cities and in regions. Kebaya is a traditional Indonesian dress. Every religious event and custom almost always uses kebaya cloth. In using kebaya cloth at every event, Indonesian women always make up themselves so that the kebaya cloth used looks more beautiful and beautiful when worn. Therefore, the kebaya cloth sewing industry and beauty salons are one of the service industries that are in great demand by the public in starting a business. The purpose of this community service activity is so that people who start kebaya sewing and beauty salon businesses can reach a wider market by utilizing social media accounts such as Facebook in promoting their business. Facebook social media accounts can be turned into business accounts by adding a fanpage or business page feature. Facebook fanpage is a special page like a blog that contains various kinds of content according to the wishes of its users. The results of this activity are kebaya sewing and beauty salon business actors who have changed their personal Facebook account to a business Facebook account by adding a fan page feature. So that business actors in kebaya sewing and beauty salons can expand their market share through promotions on social media.

ABSTRAK

Industri jasa jahit kebaya dan salon kecantikan merupakan industri yang selalu diminati masyarakat Indonesia baik di kota maupun di daerah. Pakaian kebaya merupakan pakaian tradisional Indonesia. Setiap acara keagamaan dan adat istiadat hampir selalu menggunakan kain kebaya. Dalam menggunakan kain kebaya disetiap acara perempuan Indonesia selalu merias diri agar kain kebaya yang digunakan tampak lebih indah dan cantik ketika dipakai. Oleh karena itu, industri jahit kain kebaya dan salon kecantikan menjadi salah satu industri jasa yang banyak diminati oleh masyarakat dalam memulai usaha. Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar masyarakat yang memulai usaha jahit kebaya dan salon kecantikan dapat menjangkau

pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan akun media sosial seperti facebook dalam mempromosikan usaha. Akun media sosial facebook dapat diubah menjadi akun bisnis dengan menambahkan fitur fanpage atau halaman bisnis. Facebook fanpage merupakan halaman khusus layaknya blog yang berisi berbagai macam konten sesuai keinginan penggunaannya. Hasil dari kegiatan ini adalah pelaku usaha jahit kebaya dan salon kecantikan telah mengubah akun facebook pribadi menjadi akun facebook bisnis dengan menambahkan fitur fan page. Sehingga pelaku usaha jahit kebaya dan salon kecantikan dapat memperluas pangsa pasar melalui promosi di media sosial.

© 2024 EJOIN

*Corresponding author email: romindopasaribu@gmail.com

PENDAHULUAN

Baju kebaya adalah pakaian tradisional yang dikenakan oleh wanita Indonesia yang dibuat dari kain kasa yang dikombinasikan dengan sarung, batik, atau pakaian tradisional yang lain seperti songket dengan motif warna-warni. Asal kata kebaya berasal dari kata arab Abaya yang berarti pakaian. Dipercaya sejarah kebaya berasal dari Tiongkok ratusan tahun silam. Kemudian menyebar ke Malaka, Jawa, Bali, Sumatera, dan Sulawesi. Dari setiap daerah tersebut muncul beberapa variasi baju kebaya dengan ciri khas yang berbeda-beda, variasi ini terjadi pada umumnya dipengaruhi oleh budaya lokal suatu tempat. Lombard yang dikutip dari [3], kebaya berasal dari bahasa Arab “Kaba” yang berarti baju serta diperkenalkan melalui bangsa Portugis kala mereka mendarat di Asia Tenggara.

Sebelum tahun 1600-an di pulau Jawa, kebaya adalah pakaian yang hanya dikenakan oleh keluarga kerajaan. Pada akhir abad ke-19, para wanita dari negara Belanda juga menyukai baju kebaya untuk digunakan dalam acara resmi yang cocok dengan iklim tropis di Indonesia. Pada masa ini kebaya sudah mulai mengalami perubahan yang dulunya hanya menggunakan tenunan mori saja, sekarang telah menggunakan tenunan sutera dengan sulaman warna-warni. Selain di kalangan wanita Belanda, kebaya juga sangat populer di kalangan wanita Cina. Karena inilah muncul istilah kebaya encim.

Mengenakan baju kebaya akan membuat wanita berubah menjadi seorang yang anggun dan mempunyai kepribadian. Potongan baju kebaya yang mengikuti lekuk tubuh membuat wanita harus bisa menyesuaikan dan menjaga diri. Semakin berkembangnya zaman, baju kebaya secara tidak langsung menjadi simbol feminisme. Yaitu busana khas wanita yang kini telah menjadi busana nasional dan model kebaya modern. Mengenakan kebaya akan membuat wanita yang mengenakannya berubah menjadi seorang wanita yang anggun dan mempunyai kepribadian. Potongan kebaya yang mengikuti bentuk tubuh mau tidak mau akan membuat wanita tersebut harus bisa menyesuaikan dan menjaga diri. Setagen yang berfungsi sebagai ikat pinggang, bentuknya tak ubah seperti kain panjang yang berfungsi sebagai ikat pinggang. Namun justru dari bentuknya yang panjang itulah nilai-nilai filosofi luhur ditanamkan, merupakan symbol agar bersabar/jadilah manusia yang sabar, erat kaitannya dengan peribahasa jawa “dowo ususe” atau panjang ususnya yang berarti sabar.

Berkaitan dengan naiknya pamor dari kebaya di Indonesia, khususnya di Kabupaten Samosir usaha penjahitan kebaya sangat banyak berkembang. Usaha-usaha tersebut mendesain kebaya dengan model-model terbaru demi menarik minat para pelanggannya. Saat ini Pemerintah Kabupaten Samosir sedang gencar mempromosikan Kabupaten Samosir sebagai salah satu destinasi wisata. Selain itu juga, Pemerintah daerah juga mengembangkan

usaha-usaha kecil salah satunya adalah usaha jahit. Kurangnya informasi pelaku usaha jahit dalam mempromosikan hasil usaha menjadi salah satu kelemahan dari usaha ini untuk berkembang dan bersaing dengan industri fashion lainnya.

Pelaku usaha jahit kebaya membutuhkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual [2]. Salah satu alternatif dalam melakukan komunikasi pemasaran saat ini adalah melalui media sosial. Media sosial adalah sarana yang dipergunakan untuk memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi.

Komunikasi pemasaran yang saat ini banyak digunakan adalah dengan menggunakan media internet seperti media sosial. Menurut [1], media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian yaitu infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media. Isi media dapat berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital. Proses produksi dan konsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri. Dalam laporan Hootsuite tahun 2019, media sosial yang aktif digunakan oleh pengguna di Indonesia adalah Facebook dan Instagram. Dalam Laporan survei Tren Digital hasil kerja sama dengan YouGov, jumlah pengguna Facebook global pada 2020 mencapai 3,3 miliar orang, 140 juta orang di antaranya berada di Indonesia (<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/30/pengguna-facebook-indonesia-dalam-bingkai-statistik>).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah (1) menambah ketrampilan pemasaran digital dengan menggunakan Fanpage Facebook bagi pelaku usaha jahit kebaya di Siopat Sosor Pangururan? (2) meningkatkan semangat berwirausaha dalam ketrampilan pemasaran digital dengan menggunakan Fanpage Facebook bagi pelaku usaha jahit kebaya di Siopat Sosor Pangururan? (3) menambah penghasilan atau pendapatan keluarga bagi pelaku usaha jahit kebaya di Siopat Sosor Pangururan? Pendahuluan ditutup dengan tujuan pengabdian.

METODE PELAKSANAAN

Penentuan Kegiatan

Balai Pelatihan Kerja (BLK) Kabupaten Samosir memiliki kegiatan rutin yaitu memberikan pelatihan dan ketrampilan kepada masyarakat sekitar yang ada di Kabupaten Samosir. Pelatihan dan ketrampilan yang diberikan bertujuan untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dengan membuka usaha baru. Pelatihan dan ketrampilan yang diberikan kepada masyarakat masih bersifat teknis. Pengetahuan manajemen pemasaran yang diharapkan mampu menjadi bekal bagi masyarakat dalam mempromosikan usaha yang dijalankannya. Facebook dipilih karena akun media sosial ini sudah sangat familiar dan sangat mudah untuk digunakan oleh masyarakat umum. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Pangururan ditetapkan pada hari/tanggal: Kamis/15 September 2022 dikantor UPDT BLK Samosir, pukul 09:00 - Selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskusi Mengenai Manfaat Facebook Fanpage Untuk Bisnis UKM

Facebook fanpage adalah suatu halaman khusus yang dapat diisi dengan beragam informasi maupun bentuk konten sesuai dengan keinginan pemiliknya. Dalam dunia pemasaran facebook fanpage memiliki peran yang strategis untuk memperkenalkan sebuah merek ke calon konsumen. Facebook adalah layanan jejaring sosial yang didirikan sejak 2004, oleh Mark Zuckerberg. Media sosial ini mulai jadi tren terutama di tanah air saat memasuki tahun 2008.

Seiring berjalannya waktu penggunaannya mulai berkembang, hingga saat ini jumlah user aktif Facebook mencapai 1.71 miliar.

Facebook mengembangkan diri menjadi media sosial yang dapat memberikan fitur untuk keperluan bisnis pengguna. Selain marketplace, ada juga fitur Facebook Fanpage. Facebook fanpage merupakan halaman khusus layaknya blog yang berisi berbagai macam konten sesuai keinginan penggunaannya.

Facebook Fanspage :

1. Diperuntukkan untuk membuat halaman dari sebuah objek entah itu figur artis, ataupun produk dalam berbisnis.
2. Tujuan dari pembuatan fanspage yang utama adalah sebagai media promosi.
3. Bisa menambahkan facebook aplikasi pada halaman fanspage.
4. Admin atau pengelola dari fanspage tersebut tidak diperlihatkan.
5. Status hubungan pada halaman adalah fans, dimana memiliki arti sebagai kedudukan page dan member sehingga dapat diibaratkan antara pabrik figur dan penggemarnya.
6. Dilengkapi dengan fitur memonitor *traffic page* seperti *wp-stas* pada *wordpress* dan terdapat juga *feed activity* dari halaman *fanspage* tersebut.

Facebook fanpage tidak hanya untuk hiburan semata, tapi juga memberikan manfaat untuk pengguna bisnis. Manfaat Facebook Fanpage untuk UKM:

1. Menekan biaya promosi
Dengan melakukan promosi menggunakan Facebook business page tidak akan mengeluarkan biaya apapun. Kita dapat mendesain flayer atau banner untuk kebutuhan promosi dilakukan dengan menggunakan foto yang di ambil sendiri. Facebook juga menyediakan fitur Facebook Ads. Di mana cara ini bisa lebih efektif untuk menggapai pelanggan. Fitur ini lebih murah daripada melakukan iklan di media cetak, radio ataupun TV.
2. Menjadi media untuk menjangkau pelanggan
Pengguna akun dapat mengandalkan user yang me-like akun fanpage. Facebook fanpage dapat dijadikan media berkomunikasi antara pengguna dengan pelanggan.
3. Mampu menganalisa dan memantau keterlibatan Fans
Insights adalah fitur yang disediakan facebook untuk memudahkan pengguna untuk mengetahui perkembangan halaman serta statistik akun fanpage. Pada bagian overview akan terdata total likes yang terdapat juga tingkat presentase perkembangan dari minggu ke minggu. Melalui fitur ini pengguna akun dapat mengetahui content mana yang paling disukai oleh pengujung halaman.
4. Lebih mudah terindeks Search Engine
Salah satu keuntungan dari fanpage FB bisnis adalah dapat ter-index oleh mesin pencari seperti Google.
5. Mampu mengintai pesaing
Yang menarik dari fitur facebook fanpage adalah pemilik akun dapat mengintai perkembangan fanpage pesaing dengan menggunakan pages to watch yang dapat temukan pada menu insights.
6. Meningkatkan Traffic Website
Pemilik akun yang memiliki website menggunakan fanpage dapat meningkatkan traffic website. Dengan cara memposting link website yang berisi konten promosi yang sifatnya informatif sehingga orang-orang yang menyukai page dan tidak merasa sia-sia me-like page.
7. Postingan Fanpage akan Tampil di Newsfeed Penggemar
Kelebihan menggunakan fanpage lainnya adalah setiap postingan yang di unggah di page akan ditampilkan pada newsfeed penggemar/likers.

Kelebihan dari Akun Facebook

Pemasaran digital dapat dilakukan melalui banyak media. Salah satunya adalah media sosial Facebook. Kelebihan Facebook Marketing untuk bisnis sebagai berikut:

1. Mudah digunakan
Akun media sosial Facebook sangat mudah digunakan dan diaplikasikan sehingga para penggunanya terus meningkat. Kemudahan dalam menggunakan aplikasi facebook, membuat orang-orang yang belum terlalu melek teknologi dengan mudah belajar mengoperasikannya.
2. Mampu menjangkau target pasar yang luas
Melalui akun Fanpage Facebook pengguna akun dapat langsung menemui siapa yang menjadi sasaran pembeli. Dengan cara bergabung pada grup-grup tertentu dimana para anggotanya memiliki potensi untuk tertarik pada produk yang akan ditawarkan.
3. Memiliki banyak fitur yang tersedia
Fanpage Facebook menyediakan banyak fitur dan mudah digunakan. Pengguna akun dengan mudah membagikan apapun di aplikasi ini. Mulai dari foto produk, video berisi iklan.
4. Fitur Facebook Ads mempermudah promosi
Kelebihan menggunakan facebook marketing dalam bisnis didukung dengan adanya fitur Facebook Ads. Fitur ini berguna untuk mempromosikan akun fanpage yang telah buat. Dengan adanya Facebook Ads, iklan yang dipasang akan menjangkau lebih banyak pasar.
5. Mengoptimalkan postingan dengan menjadwalkannya.
Ada waktu-waktu tertentu dimana postingan yang anda publikasikan dilihat oleh pengguna Facebook yang sedang online. seperti hari sabtu dan minggu dan jam-jam tertentu pada setiap harinya. Hal ini perlu anda perhatikan agar produk terpublikasi secara optimal.
6. Mampu menulis detail produk secara maksimal.
Berbeda dengan media sosial lain, kelebihan menggunakan Fanpage Facebook dalam bisnis adalah dalam penulisan caption. Pemilik akun Facebook memiliki peluang lebih banyak untuk menuliskan deskripsi produk yang akan ditawarkan.
7. Menyediakan durasi video yang panjang.
Saat ini masyarakat suka melihat video. Mempromosikan bisnis anda melalui fitur video facebook akan memudahkan usaha dan makin berkembang.



Gambar 1. Pemaparan Kelebihan dari Akun Fanpage Facebook

Syarat Membuat Akun Facebook Bisnis atau Fanpage Facebook adalah:

1. Nomor Handphone aktif.
2. Email atau akun Facebook aktif.
3. Pengguna hanya bisa maksimum 5 akun dalam satu waktu per gadget.

Beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam untuk membuat akun facebook fanpage untuk memulai usaha:

1. Langkah pertama buat akun Facebook

Jika sudah memiliki akun facebook pribadi tidak perlu membuat akun baru. Akun pribadi dapat digunakan sebagai akun fanpage. Bila ingin menggunakan akun berbeda untuk mengelola fanpage bisnis, maka harus sign up terlebih dahulu. Kemudian login dan klik "Create Page" yang ada di bagian kiri halaman utama facebook atau masuk ke link berikut: <https://www.facebook.com/pages/create.php>.

2. Memilih jenis akun Fanpage

Setelah mengklik link tersebut akan diminta memilih jenis fanpage yang diinginkan. Terdapat 6 jenis fanpage yang dapat dipilih sesuai dengan klasifikasi usaha yang akan dibuka, yaitu

1. *Local Business or Place,*
2. *Company, Organization or Institution*
3. *Brand or Product*
4. *Artist, Band or Public Figure*
5. *Entertainment*
6. *Cause or Community*

3. Mengisi informasi yang berkaitan Page

Langkah selanjutnya adalah isi informasi seputar bisnis, seperti mengupload foto untuk page bisnis. Agar fanpage terlihat profesional maka isi lah semua informasi tentang bisnis dengan lengkap. Gunakan foto profil dan cover dengan resolusi yang baik dan mewakili bisnis. Jangan lupa isi halaman About fanpage FB dengan uraian yang singkat mengenai bisnis. Deskripsikan dengan jelas, mulai dari alamat bisnis, nomor telpon dan masukan URL atau link website bisnis jika ada.

4. Mulai tahap memposting konten

Hal penting yang harus diketahui dalam membuat konten adalah harus menyesuaikan dengan pengunjung yang ditargetkan. Semakin menarik dan bermanfaat konten yang diposting, maka akan semakin banyak pengunjung yang tertarik untuk meng-like fanpage. Pengguna akun harus mengetahui jenis post dan menyesuaikan waktu kapan biasanya pengunjung yang menyukai fanpage online. Cara mengetahuinya bisa melalui fitur insights yang ada di atas halaman Fanpage. Fitur ini adalah seperti analytic halaman yang bisa digunakan untuk mengetahui karakter pengguna yang mengunjungi halaman.



Gambar 2. Cara Membuat Akun Fanpage Facebook

KESIMPULAN DAN SARAN

Pemasaran digital bisa dilakukan melalui banyak media. Salah satunya adalah media sosial yang anda miliki. Banyak orang dari berbagai kalangan mempunyai akun media sosial. Salah satunya yaitu facebook dengan pemilik akun mencapai milyaran. Kelebihan Facebook Marketing untuk Bisnis. Facebook fanpage adalah suatu halaman khusus yang dapat diisi dengan beragam informasi maupun bentuk konten sesuai dengan keinginan pemiliknya.

Dalam dunia marketing facebook fanpage memiliki peran yang strategis untuk memperkenalkan sebuah merek ke calon konsumen. Facebook adalah layanan jejaring sosial yang didirikan sejak 2004, oleh Mark Zuckerberg. Media sosial ini mulai jadi tren terutama di tanah air saat memasuki tahun 2008. Seiring berjalannya waktu penggunaannya mulai berkembang, hingga saat ini jumlah user aktif Facebook mencapai 1.71 miliar. Facebook mengembangkan diri menjadi media sosial yang dapat memberikan fitur untuk keperluan bisnis pengguna. Selain marketplace, ada juga fitur Facebook Fanpage. Facebook fanpage merupakan halaman khusus layaknya blog yang berisi berbagai macam konten sesuai keinginan penggunaannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terimakasih kepada Rektor Universitas HKBP Nommensen, Medan, Dr. Richard Napitupulu, ST, M.T
2. Terimakasih kepada ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas HKBP Nommensen Medan, Dr. Janpatar Simamora, SH, M.H
3. Terimakasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas HKBP Nommensen Medan, Dr. Hamonangan Siallangan, SE, M.Si
4. Terimakasih kepada Ketua Kepala UPTD BLK Samosir, Ibu Dumasari Hogara Sitanggang

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Howard, P. N., & Parks, M. R. (2012). Social Media and Political Change: Capacity, Constraint, and Consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359–362. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x>
- [2] Kotler and Keller, (2018). *Marketing Management*. In *Essentials of Management for Healthcare Professionals*. <https://doi.org/10.4324/9781315099200-17>

- [3] Ria, D., Saragi, R., & Siahaan, A. M. (2022). KEAHLIAN MENDESAIN VIDEO PEMASARAN DIGITAL LEWAT. 2, 76–79.
_____, (<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/10/30/pengguna-facebook-indonesia-dalam-bingkai-statistik>).