

Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Usaha Konveksi Di Yeti Susanti Kebaya Bali

¹*Ni Luh Gede Pivin Suwirmayanti, ² Ni Kadek Sukerti³, Rosalia Hadi
ITB STIKOM Bali^{1,2,3}

*Email: pivin@stikom-bali.ac.id¹, dektisamuh@gmail.com²,
rosa@stikom-bali.ac.id³,

Abstrak

Salah satu UKM yang memproduksi kebaya adat bali adalah Ibu Yeti Susanti, yang beralamat di BTN Panti Residance Blok E No. 3, Kediri, Tabanan. Produk yang dihasilkan berupa kebaya adat Bali, dimana mitra untuk pemasaran mitra juga belum menggunakan secara maksimal sosial media seperti facebook dan instagram. Berdasarkan permasalahan prioritas yang harus ditangani maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan beberapa tahap, yang pertama dilaksanakan kegiatan berupa sosialisasi kegiatan pengabdian, kemudian adanya transfer iptek kepada mitra berupa pengembangan jangkauan pemasaran dengan menggunakan media sosial berupa facebook dan instagram untuk meningkatkan eksistensi usaha dengan harapan lebih banyak lagi yang mengenal hasil jaritan kebaya mitra, dapat menarik keinginan konsumen untuk menjarit kebaya dan melakukan order kabaya pada mitra. Walaupun ditengah pandemic COVID-19 sekarang ini tidak dapat dipungkiri untuk pesanan pastinya menurun namun berharap kegiatan pengabdian ini setidaknya dapat membantu mitra.

Kata kunci: Kebaya, Bali, Media Sosial

1. PENDAHULUAN

Pulau Bali sangat dikenal dengan budayanya yang unik dan menarik, selain obyek wisata yang terkenal, unsur keagamaannya pun sangat dilirik oleh wisatawan. Dimana sering kali kehidupan masyarakatnya disertai dengan upacara adat dan keagamaan. Setiap upacara agama maupun upacara adat, wanitanya baik anak-anak, ramaja maupun dewasa akan menggunakan pakain adat yaitu kebaya adat Bali. Oleh karena itu, baju kebaya menjadi barang penting dan wajib yang harus dimiliki oleh perempuan Bali. Tidak hanya untuk upacara keagamaan, untuk acara formal seperti acara wisuda kebaya juga menjadi pilihan utama untuk digunakan. Kebaya adat Bali kini memiliki banyak modifikasi mulai dari jenis kainnya yang beragam, warna yang semakin menarik dan banyak pilihan model yang bisa kita jumpai. Perubahan itu membuat para kalangan muda kembali mencintai dan bangga memakai kebaya adat Bali. Banyaknya permintaan dengan kebaya adat bali membuat peluang bisnis bagi masyarakat yang mampu mendesain dan menjarit kebaya untuk mengembangkan potensi yang dimiliki.

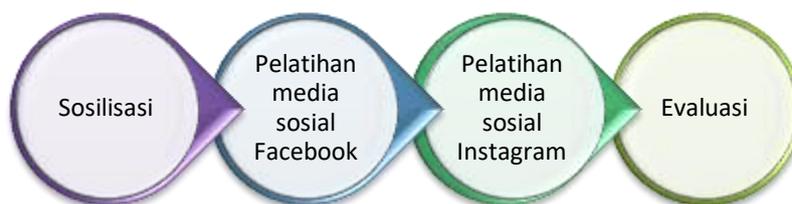
Salah satu UKM yang memproduksi kebaya adat bali adalah Ibu Yeti Susanti, yang beralamat di BTN panti residance blok E No. 3, Kediri, Tabanan. Mitra mencoba merintis usaha sendiri dengan membuka usaha jarit sejak anaknya lahir. Ibu Yeti sudah membuka usaha sejak 5 tahun yang lalu, mitra menggunakan beberapa alat untuk menyelesaikan kebaya sesuai dengan pesanan, saat ini mitra hanya memproduksi kebaya sesuai dengan pesanan pelanggan. Adapun tahapan-tahapan dalam produksi kebaya yaitu memilih kain ataupun menerima kain dari pelanggan, memilih model kebaya yang diinginkan pelanggan, mengukur badan pelanggan, membuat pola kebaya, memotong kain kebaya, menggunakan mesin obras untuk merapikan pinggiran, setelah itu setrika kain kebaya yang mudah kusut, tahapan selanjutnya yaitu dijahit dengan mesin jahit untuk membentuk pola baju kebaya yang sudah dipotong, kemudian tahap finising memasang kancing, terkadang pelanggan juga minta diisi payet untuk mempercantik kebayaanya.

Dalam satu bulan, produksi kebaya adat Bali yang dapat dihasilkan oleh Ibu Yeti Susanti sangat tergantung dengan pesanan, pelanggan pun masih disekitaran daerah produksi saja, jika mendekati hari raya besar maka pesanan kebaya akan meningkat hingga 30 kebaya per bulan. Namun jika hari biasa maka produksi kebaya menurun karena pesanan berkurang yaitu antara 10-20 kebaya. Apalagi saat pandemi covid-19 saat ini, pesanan kebaya sangat menurun. Untuk daerah pemasaran kebaya adat Bali Ibu Yeti hanya di daerah produksi dengan informasi dari mulut ke mulut, sehingga pelanggan masih terbatas. Mitra belum memasang label produk dan desain kemasan pada kebaya yang sudah dijarit, dan belum memiliki penanda usaha di lokasi mitra untuk mengetahui nama pemilik usaha serta alamat mitra.

Adapun permasalahan utama saat ini adalah mitra perlu media promosi untuk lebih memperluas area pemasaran yang saat ini hanya di daerah produksi saja. Mitra belum memiliki media pemasaran online seperti media sosial yang khusus untuk penyebaran informasi kebaya yang diproduksi. Maka melihat permasalahan tersebut maka kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Pada Usaha Konveksi Di Yeti Susanti Kebaya Bali. Dengan harapan kegiatan ini membantu mitra dalam hal menyebarkan informasi produk dan lokasi produksi sehingga meningkatkan penjualan produk kebaya mitra kedepannya.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan permasalahan yang menjadi prioritas maka terdapat beberapa rencana kegiatan untuk menangani permasalahan tersebut, seperti pada gambar berikut:



Gambar 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan

1. Sosialisasi dilaksanakan dengan menghadirkan mitra selaku peserta dalam pertemuan. Peserta adalah Ibu Yeti Susanti beserta keluarga yang membantu usaha. Pada pertemuan tersebut akan disampaikan informasi-informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan.
2. Penerapan media pemasaran online berupa media sosial Facebook yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai produk kebaya mitra dan lokasi usaha mitra, sehingga jangkauan pemasaran lebih luas lagi.
3. Penerapan media pemasaran online berupa media sosial Instagram yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai produk kebaya mitra dan lokasi usaha mitra, sehingga jangkauan pemasaran lebih luas lagi.
4. Evaluasi kegiatan pada prosedur kerja akan dilakukan setelah pelatihan selesai dilakukan, prosedur kerja pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui keberhasilan dari kegiatan yang dilakukan.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat untuk pelatihan ini, mitra diharapkan berperan aktif dalam kegiatan tersebut dan memberikan kontribusi antara lain:

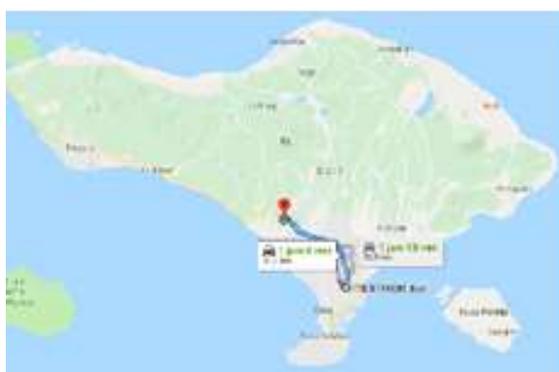
1. Mitra memiliki peran yang besar dalam penyediaan tempat dan waktu untuk proses kegiatan pengabdian masyarakat
2. Membantu menentukan persoalan utama yang dialami oleh masing – masing mitra.
3. Mitra dalam kegiatan ini sebagai pelaksana ide-ide dan berperan aktif memberikan masukan terhadap pelatihan yang dilaksanakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat ini akan menerapkan konsep pemberian media social sebagai media online untuk pemasaran produk mitra, Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap kegiatan meliputi survey wilayah dan mitra, pengkajian awal (pengumpulan dan pengolahan data), perencanaan, pendampingan mitra serta evaluasi dan rencana tindak lanjut. Pembahasan kegiatan ini berisikan tentang hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan serta berisi tentang pembahasan susunan kegiatan sesuai bentuk pengabdian yang dilakukan sampai dengan hasil evaluasi kegiatan pengabdian.

Lokasi pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan di mitra Ni Made Yeti Susanti yang beralamatkan di BTN panti residence blok E No. 3, Kediri, Tabanan. Jarak antara lokasi pelaksana (kampus ITB STIKOM Bali) dan mitra adalah kurang lebih 31,8 Km.



Gambar 2. Peta Lokasi Mitra

Pada tahap awal kegiatan dilakukan sosialisasi dari personal dengan mitra yaitu Ibu Yeti Susanti selaku pemilik usaha kemudian dilakukan penyampaian rencana kegiatan yang dilakukan selama pelatihan. Selanjutnya Pada tahap presentasi awal disampaikan mengenai manfaat menggunakan media sosial untuk media promosi produk mitra sehingga dapat memperluas jangkauan penyebaran informasi kepada konsumen.



Gambar 3. Sosialisasi awal kegiatan

Terkait ke usahan dan produk yang dihasilkan, Ibu Yeti sudah membuka usaha sejak 5 tahun yang lalu, mitra menggunakan beberapa alat untuk menyelesaikan kebaya sesuai dengan pesanan, saat ini mitra hanya memproduksi kebaya sesuai dengan pesanan pelanggan. Adapun tahapan-tahapan dalam produksi kebaya yaitu memilih kain ataupun menerima kain dari pelanggan, memilih model kebaya yang diinginkan pelanggan, mengukur badan pelanggan, membuat pola kebaya, memotong kain kebaya, menggunakan mesin obras untuk merapikan pinggiran, setelah itu setrika kain kebaya yang mudah kusut, tahapan selanjutnya yaitu dijahit dengan mesin jahit untuk membentuk pola baju kebaya yang sudah dipotong, kemudian tahap finising memasang kancing, terkadang pelanggan juga minta diisi payet untuk mempercantik kebayanya. Mitra menerima pesanan kebaya baik dewasa, anak-anak, baik kebaya modifikasi maupun kebaya kartini.



Gambar 4. Beberapa hasil jaritan kebaya mitra untuk dewasa



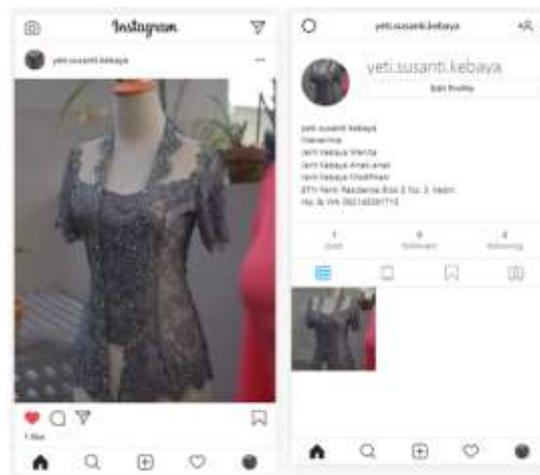
Gambar 5. Jaritan kebaya untuk anak-anak

Kegiatan pengabdian berupa pelatihan media social sebagai media promosi produk yang dihasilkan oleh mitra. Kegiatan promosi sangat penting bagi semua pelaku usaha baik yang skala besar maupun kecil. Seiring perkembangan era komunikasi digital kegiatan pemasaran pun bergeser kepada platform-platform digital salah satunya yang paling populer adalah media sosial. Maka dari itulah tujuan kegiatan ini adalah mengenalkan kepada mitra bahwa media sosial mampu membantu mempromosikan produk yang dihasilkan kepada konsumen dengan jangkauan yang lebih luas. Melalui iklan media sosial, mitra akan mendapat keuntungan dengan membuat lebih banyak orang tahu tentang produk yang mitra hasilkan sehingga dapat meningkatkan profit bisnis mitra. Iklan media sosial juga dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan berkaitan dengan produk dan layanan yang akan dibeli.

Maka dari itu materi dalam pelatihan ini membahas tentang pembuatan akun bisnis pada aplikasi facebook dan instagram. Langkah pertama setelah berhasil melakukan pendaftaran pada akun facebook dan instagram , Tampilan seperti gambar dibawah ini:



Gambar 6. Tampilan akun facebook mitra



Gambar 7. Tampilan akun Instagram mitra

Setelah mitra memiliki akun social media facebook dan instagram, langkah selanjutnya untuk membuat akun bisnis adalah mendaftarkan akun facebook mitra sebagai akun fanspage. Setelah mitra memiliki akun facebook fanspage, langkah berikutnya agar dapat mengiklankan bisnis mitra pada akun media social adaah dengan cara membuat akun bisnis, dan mengelola halaman facebook bisnis. Adapun tahapan – tahapannya adalah membuat akun bisnis, dimulai dengan membuka link berikut <https://business.facebook.com/home/> . Dimana link ini nantinya akan menghubungkan ke halaman facebook pengelola bisnis. Kemudian pada halaman awal dapat langsung membuat akun.



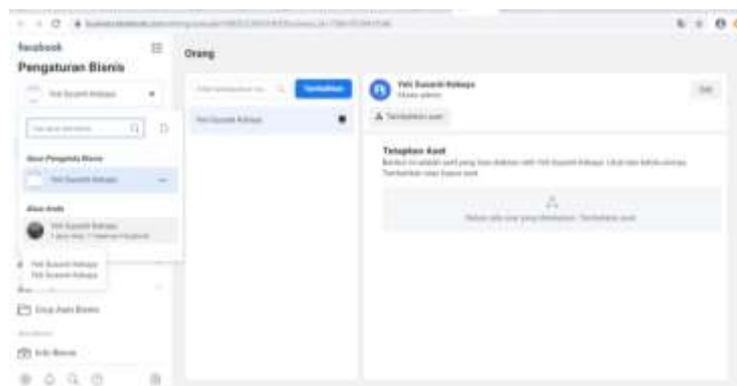
Gambar 8 Halaman awal Facebook bisnis

Setelah membuat akun maka tahapan selanjutnya adalah mengisi data yang diminta berupa email, alamat dan yang lainnya. Setelah data diisi dengan lengkap kemudian tekan tombol kirim, setelah itu akun facebook bisnis mitra telah aktif, seperti pada gambar berikut:



Gambar 9 Halaman Facebook Bisnis yang sudah aktif

Proses selanjutnya adalah membuat halaman bisnis baru sesuai keperluan mitra. Setelah halaman terbentuk, maka pada menu kiri akan muncul profil bisnis facebook mitra. Kemudian pilih facebook mitra. Dan akan diarahkan ke halaman untuk membuat iklan.



Gambar 10. Halaman Profil Facebook Bisnis

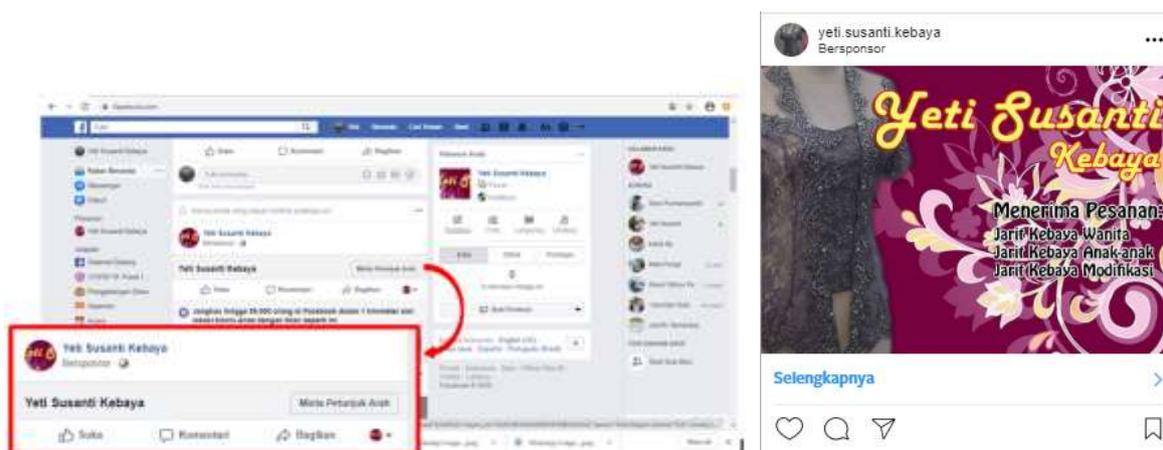
Kemudian iklan dibuat dengan cara memilih tombol “Buat Iklan”. Setelah itu mitra diminta untuk memilih tipe iklan sesuai dengan tujuan promosi. Setelah proses pemilihan jangkauan maka dilanjutkan ke proses setingan iklan, termasuk link ke akun instagram mitra. Tujuannya adalah agar iklan yang dibuat secara otomatis akan muncul pada akun facebook mitra juga pada

akun instagram mitra. Setelah setingan semua lengkap tinggal proses penerbitan iklan dengan cara tekan tombol “Terbitkan”.



Gambar 2. Halaman Setingan Iklan

Pada saat memilih tombol “Terbitkan” iklan mitra tidak secara langsung akan muncul pada akun facebook maupun instagram. Facebook meminta pembayaran jasa diawal melalui sistem transfer pembayaran melalui kredit card atau melalui dokuwalet. Setelah transfer dilakukan facebook akan melakukan verifikasi terlebih dahulu kepada materi iklan dan pembayaran. Apabila proses verifikasi sudah selesai maka iklan akan ditampilkan pada user instagram dan facebook pada area tertentu yang telah di setup di awal. Berikut merupakan gambar tampilan sponsor di akun instagram dan akun facebook mitra, terlihat pada Gambar berikut:



Gambar 32. Tampilan iklan bersponsor pada akun Instagram dan Facebook mitra

Tahapan selanjutnya adalah evaluasi kegiatan untuk menilai keberhasilan dan kegagalan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan. Kami tim pengabdian mengevaluasi beberapa komponen diantaranya: Ketercapaian tujuan penelitian hal ini dilihat dari sudah dilaksanakannya keterampilan terkait dengan pemberian label produk, desain kemasan, media sosial facebook dan instagram. Dilihat antusias mitra setiap kali kami berkunjung untuk melakukan kegiatan selalu meluangkan waktu, mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir dengan baik, menyimak dan menanggapi setiap penyampaian materi, sehingga tujuan kegiatan ini dapat dikatakan tercapai. Kemampuan peserta dalam memahami materi Selama kegiatan pengabdian, mitra mudah memahami apa yang disampaikan saat pelatihan sehingga semua materi mengenai media promosi media sosial facebook dan instagram dapat diterima dengan baik oleh mitra. Kepuasan peserta dalam mengikuti Pelatihan, hal ini dilihat dari selama proses pelatihan mitra pengabdian yaitu ibu Yeti Susanti memberikan respon yang sangat baik dilihat dari hasil evaluasi yang sudah dilakukan melalui form monitoring dan evaluasi kegiatan, dimana

mitra juga sangat senang dengan aktivitas yang dilakukan dan merasa sangat terbantu melalui kegiatan ini, sehingga kepuasan peserta dalam mengikuti Pelatihan dapat dikatakan berhasil.



Gambar 43. Kegiatan Evaluasi dan Monitoring

4. SIMPULAN

Terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, di antaranya:

1. Penerapan iptek melalui pelatihan media pemasaran online berupa media sosial facebook dan instagram sebagai wadah mempromosikan dan menyebarkan informasi kebaya adat bali yang diproduksi mitra, sehingga dapat menarik keinginan konsumen untuk menjarit kebaya dan melakukan order kabaya pada mitra
2. Dalam hasil evaluasi pelatihan media sosial mitra sudah mampu menggunakan dan mengaplikasikan media sosial untuk Yeti Susanti Kebaya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada ITB STIKOM Bali yang telah memberi dukungan **financial** terhadap kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Florentina, Marsella. (2009). Analisa dan perancangan E-Marketing pada Omega optik. Binus University. Jakarta.
- [2] Profil UKM Kebaya
- [3] Pratami, N. W. C. A., Damayanthi, N. P. D., & Riawan, N. M. S. (2020). Pelatihan Manajemen Keuangan Dan Pemasaran Online Pada Usaha Havana Cake. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 1-6.
- [4] Azima, M. F. (2020). Pengembangan Dan Pelatihan Media Pembelajaran Bagi Guru SD IT Di Bandar Lampung. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 48-52.
- [5] Sukerti, N. K., Muryatini, N., & Putra, D. P. A. A. P. (2020). Pelatihan Manajemen Pemasaran Dan Produksi Pada Usaha Kerupuk Beras Di Banjar Bodong Nusa Penida. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 21-27.