

ANALISIS FACEBOOK MARKETING PADA PENJUALAN FURNITURE (STUDI KASUS UD BUANA JATI MAKMUR)

Indah Puspita Sari¹, Esti Dwi Rahmawati²

Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta
Alamat : Jl Pinang No.47, Jati, Cemani, Kec, Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah,
57552

Telp. (0271) 7470050

E-mail: psindah24@gmail.com

Abstrak

Furniture menjadi bahan konsumsi rumah tangga yang berfungsi sebagai hiasan dan untuk menyimpan barang-barang rumah tangga. Furniture juga menjadikan rumah menjadi terlihat rapi dan nyaman untuk dilihat maupun ditempati. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui analisis marketing Facebook pada UD Buana Jati Makmur. Metode penelitian yang digunakan kualitatif deskriptif yaitu wawancara dan studi pustaka. Hasil pembahasan dalam penelitian ini UD Buana Jati Makmur untuk saat ini hanya menggunakan fitur-fitur Facebook yang gratis untuk memasarkan produk Furniturnya. Kedua memposting produk furniture di marketplace Facebook untuk menjangkau lebih banyak pengguna Facebook di dunia untuk bersaing di pasar dengan kompetitor lain.

Kata Kunci: Marketplace, Facebook, Marketing

Abstract

Furniture is a household consumption material that functions as decoration and for storing household items. Furniture also makes the house look neat and comfortable to see and live in. The purpose of this study was to determine Facebook marketing analysis at UD Buana Jati Makmur. The research method used is descriptive qualitative, namely interviews and literature study. The results of the discussion in this study, UD Buana Jati Makmur, for now, only use Facebook features which are free to market their furniture products. Second, posting furniture products on the Facebook marketplace to reach more Facebook users in the world to compete in the market with other competitors.

Keywords: Marketplace, Facebook, Marketing

1. Pendahuluan

Furniture menjadi bahan konsumsi rumah tangga yang berfungsi sebagai hiasan dan untuk menyimpan barang-barang rumah tangga. *Furniture* juga menjadikan rumah menjadi terlihat rapi dan nyaman untuk dilihat maupun ditempati. Adanya bermacam-macam bentuk *furniture*, maka dapat disesuaikan dengan kebutuhan rumah tangga perlukan. Oleh karena itu, tidak heran jika *furniture* menjadi bisnis yang menjanjikan di masa mendatang dengan banyaknya ide-ide kreatifitas yang bermunculan, sehingga menciptakan lebih banyak kreasi *furniture* rumah tangga.

Menurut Afianti dan Suhartono (2020) menyatakan perkembangan perekonomian dan perubahan lingkungan bisnis yang kompleks, dinamis, serta penuh ketidakpastian merupakan suatu peluang sekaligus ancaman. Oleh karena itu, maka bisnis yang dijalankan harus beradaptasi atas perubahan tersebut secara proaktif sehingga dapat memanfaatkan secara maksimal peluang yang ada dan meminimalisir ancaman. Hal ini juga serupa dengan pendapat Karim, et al. (2022) mengatakan bahwa *digital marketing* merupakan bentuk usaha dalam hal melakukan promosi dengan memasarkan merek yang menggunakan media *digital*. Menurut Rachmadewi, et al. (2021) mengatakan bahwa adanya *digital marketing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

loyalitas pelanggan yang bermanfaat pada dampak kebiasaan konsumen terhadap adanya perilaku pemilihan suatu produk ataupun jasa. Menurut Pambudi (2021) mengatakan adanya akses internet yang menghadirkan sosial media, terutama facebook yang digunakan untuk berkomunikasi dalam berbagai keperluan yang berguna untuk interaksi. Sedangkan menurut Asse (2018) bahwa membedah secara komprehensif fitur Facebook *marketing* sebagai bauran pemasaran modern. Menurut Susanto., et al. (2022) mengatakan facebook *marketplace* yang dapat digunakan untuk menjual serta mempromosikan produk yang dapat menjangkau seluruh pengguna Facebook.

2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan *case study*. Dengan melakukan proses tanya jawab dengan bapak Sugeng selaku owner UD Buana Jati Makmur, yang berguna untuk mendapatkan informasi dari pihak yang bersangkutan atau orang yang memahami informasi yang dibutuhkan. Penelitian ini menggunakan tehnik analisis kualitatif deskriptif yang berguna untuk menjawab permasalahan penelitian, yaitu terkait menganalisa Facebook marketing terkhususnya keefektifan menggunakan sosial media Facebook untuk melakukan promosi serta penerapan strategi pemasaran dengan menggunakan Facebook pada UD Buana Jati Makmur.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil dari wawancara dengan bapak Sugeng selaku owner atau pemilik usaha UD Buana Jati Makmur :

a. Facebook *Marketing* UD Buana Jati Makmur :

- 1) Strategi pesan yang disampaikan dengan baik dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Pesan yang baik mengandung pesan pokok gambaran seperti apa produk barang atau jasa yang ditawarkan. Memberikan rincian informasi toko yang terpercaya untuk memikat kepercayaan konsumen terhadap penjual dan produk barang atau jasa yang dipasarkan.
- 2) Memperhatikan penyampaian pesan yang berupa isi pesan harus berorientasi terhadap produk barang atau jasa serta tingkat kepedulian penjual terhadap konsumen harus terbangun.
- 3) Memanfaatkan fitur-fitur media Facebook dalam menunjang bisnis, seperti *inbox*, postingan produk barang atau jasa pada beranda Facebook berupa gambar dan informasi lainnya, *marketplace* Facebook, Grup Facebook, Komentar status postingan Facebook, Facebook Ads.
- 4) Mengatur penyampaian pesan :
 - a) Dengan menggunakan judul dan subyek pesan yang menarik.
 - b) Mengirim pesan tidak melakukan spam.
 - c) Membuat pesan secara singkat dan jelas.
 - d) Selalu mengakhiri dengan memberikan kontak.
 - e) Membuat jadwal serta frekuensi pengiriman pesan secara berkala.

b. Facebook *Ads*

UD Buana Jati Makmur ini belum melangkah pada tahap ini dikarenakan perlunya pengeluaran modal untuk membayar iklan, sehingga UD Buana Jati Makmur untuk saat ini hanya menggunakan fitur-fitur Facebook yang gratis untuk memasarkan produk *Furniturenya*.

c. *Marketplace*

Bagian ini, UD Buana Jati Makmur memposting produk *furniture* di *marketplace* Facebook untuk menjangkau lebih banyak pengguna Facebook di dunia untuk bersaing di pasar dengan kompetitor lain. Fitur ini disebut fitur pelengkap fitur gratis yang di berikan oleh layanan Facebook yang dapat diakses khususnya baik pemasar maupun pembeli dengan jangkauan lebih luas.

d. Alur Kerja

Alur kerja pada UD Buana Jati Makmur dimulai dengan memfoto produk, kedua membuat konsep pengeditan, ketiga tahap isi pesan (*caption*) yang menarik, setelah selesai mengupload ke Facebook.

- e. Peningkatan penjualan produk *Furniture* UD Buana Jati Makmur pada bulan Juni dengan total penjualan sebesar Rp 8.900.000 kemudian pada bulan Juli UD Buana Jati Makmur mampu menjual produk *Furniture*nya sebesar Rp 15.170.000, sehingga laba yang diperoleh dalam periode bulan Juli mengalami peningkatan omset penjualan sebesar Rp 6.270.000. Sedangkan penjualan unit produk *furniture* yang sudah dijual UD Buana Jati Makmur pada bulan Juni sebanyak 27 unit produk *furniture*, namun pada bulan Juli UD Buana Jati Makmur hanya menjual sebanyak 15 unit produk *furniture*. Sehingga pada penjualan unit produk barang *furniture* mengalami penurunan.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Dengan melakukan pemasaran online melalui Facebook *Marketing*, UD Buana Jati Makmur mengalami peningkatan penjualan dengan presentase sebelum melakukan pemasaran online melalui Facebook *Marketing* sekitar 20% dan setelah melakukan pemasaran online menggunakan sosial media khususnya Facebook *Marketing*, produk *Furniture* UD Buana Jati Makmur mengalami peningkatan yang cukup signifikan dengan presentase 39%. Sehingga omset laba yang diperoleh UD Buana Jati Makmur mengalami peningkatan.

4.2 Saran

- a. Diharapkan dengan adanya pengeditan foto produk bisa dikembangkan lagi dengan menambahkan video proses pembuatan produk *furniture* usaha mebel UD Buana Jati Makmur.
- b. Diharapkan dengan adanya Facebook bisnis dapat mengembangkan wawasan pengurus usaha mebel UD Buana Jati Makmur mengikuti tren pasar.
- c. Diharapkan UD Buana Jati Makmur lambat laun akan menggunakan fitur Facebook *Ads* untuk menunjang merek dan perhatian pembeli terhadap produk *furniture* UD Buana Jati Makmur.

DAFTAR PUSTAKA

- Afianti, C. M dan Suhartono, E. (2020). *Strategi Pemasaran Usaha Home Industri Aneka Camilan UD Rizki Di Desa Sukorejo Kecamatan Bojonegoro*. JEMES - Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial Vol. 3, No. 1.
- Asse, R. A. (2018). *Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar)*. Jurnal Komunikasi KAREBA Vol. 7, No. 2.
- Karim, A., et al. (2022). *Pemanfaatan Digital Marketing Dengan Facebook Ads Bagi Pelaku UMKM Di Labuhanbatu*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG) Vol. 2, No. 19.
- Pambudi, R. K. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Marketplace Facebook*. Repository Univesitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Rachmadewi., et al. (2021). *Analisis Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Usaha Kecil Menengah*. Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya Vol. 7 No. 2, 121-128.
- Susanto, A., et al. (2022). *Implementasi Facebook Marketplace Untuk Produk UMKM Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Dan Penjualan Online*. Jurnal Abdimasku, Vol. 3, No. 1, 42-51.