

## PKM Pemanfaatan Fanspage dan Ads Facebook sebagai Strategi Pemasaran Produk Pada Komunitas Online Shop Situbondo

Fathorrazi Nur Fajri<sup>1</sup>, Siti Aisyah<sup>2</sup>, Suhdil Ibadi<sup>3</sup>,  
Abdur Rohman Sholeh<sup>4</sup>, Muhammad Roziqin<sup>5</sup>, Agung Maulana<sup>6</sup>

Universitas Nurul Jadid, Probolinggo<sup>1,2,3,4,5,6</sup>  
{r4si.b1nt4ng@gmail.com<sup>1</sup>, siti71770@gmail.com<sup>2</sup>, zuhdylibadi123@gmail.com<sup>3</sup>,  
nufash28@gmail.com<sup>4</sup>, muhammadrosiqin283@gmail.com<sup>5</sup>, agngmlana@gmail.com<sup>6</sup>}

---

Submission: 21/07/2021

Received: 30/08/2021

Published: 31/12/2021

---

**Keywords:**

Utilization,  
Digital Marketing,  
Fanspage,  
Ads Facebook,  
Online shop,  
Community

**Abstract.** During the covid 19 pandemic, all activities involving and causing crowds are prohibited in order to prevent the transmission of the covid 19 virus. Buying and selling business activities were also affected where before the pandemic was done in traditional market when it has changed to online group groups on facebook or e-commerce. Fanspages or Pages are used by businesses, brands, organizations and public figures to share their stories and connect with people. Like profiles, Pages can be customized for stories, events and more. People who like or follow a Page will get updates in News Feed. The sheer number of similar things makes competition increasingly difficult to get buyers. therefore it takes sharing knowledge or knowledge in order to get a good and targeted marketing strategy. in addition, it requires introduction related to tools that can facilitate market activities. so that with good marketing is expected to increase revenue.

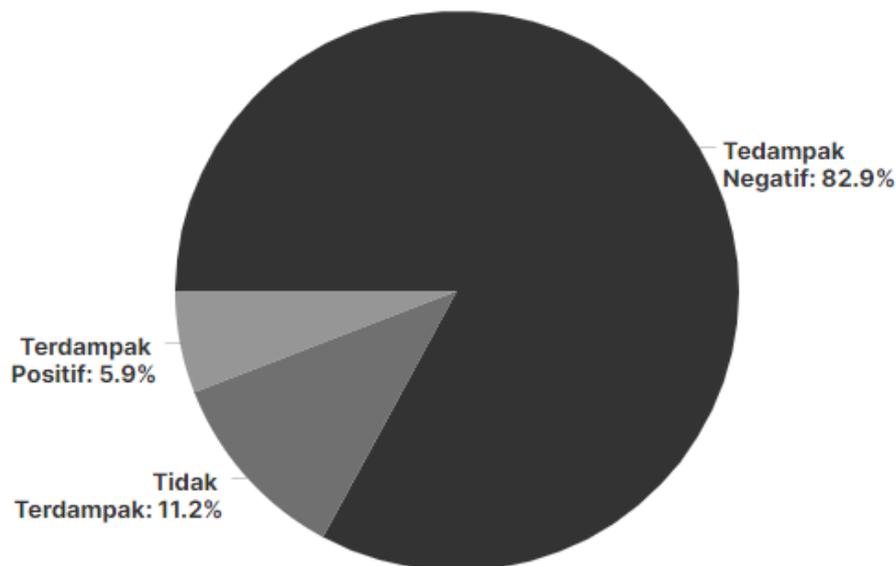
**Katakunci:**

Pemanfaatan,  
Digital Marketing,  
Fanspage,  
Ads Facebook,  
Toko online,  
Komunitas

**Abstrak.** Dimasa pandemi covid 19 ini, segala kegiatan yang melibatkan dan menyebabkan berkumpulnya orang banyak dilarang demi mencegah penularan virus covid 19. Kegiatan usaha jual beli juga pun terkena imbasnya dimana sebelum pandemi dilakukan di pasar pasar tradisional saat telah berganti pada group group online di facebook atau e-commerce. Fanspage atau Halaman digunakan oleh bisnis, merek, organisasi, dan tokoh publik untuk membagikan cerita mereka dan terhubung dengan orang. Seperti profil, Halaman bisa disesuaikan dengan cerita, acara, dan lainnya. Orang yang menyukai atau mengikuti Halaman akan mendapatkan pembaruan di Kabar Beranda. Banyaknya hal serupa membuat persaingan semakin sulit untuk mendapatkan pembeli. oleh karenanya dibutuhkan sharing knowledge atau pengetahuan agar mendapatkan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran. selain itu dibutuhkan pengenalan terkait dengan tool yang dapat mempermudah kegiatan pasaran. sehingga dengan adanya pemasaran yang baik diharapkan meningkatkan pendapatan.

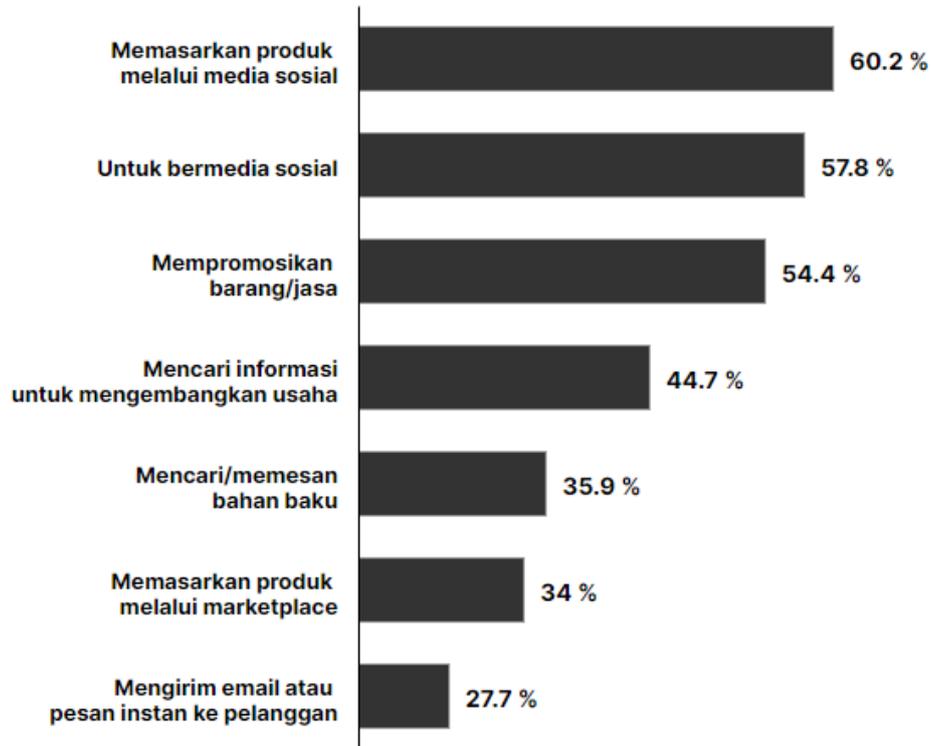
## 1 Pendahuluan

Pada tahun 2021 merupakan tahun berat bagi pengusaha baik menengah ataupun kecil. Kondisi usaha UMKM sebelum pandemi covid melanda mengalami perkembangan yang cukup baik, namun hasil berbalik ketika pandemi dimana 56,8% UMKM berada dalam kondisi buruk, dan hanya 14,1% UMKM yang masih berada pada kondisi yang baik. Selain itu hampir 82.9% UMKM mengalami dampak negatif dari pandemi covid dan hanya 5.9% dari pelaku usaha mengalami dampak positif (Thaha, 2020).



Gambar 1. Grafik Data Terdampak UMKM

Dalam dunia marketing penggunaan media digital merupakan suatu kebutuhan bagi pembisnis yang sudah berkembang agar usahanya semakin berkembang sangat pesat. (Sugiri, 2020) Perkembangan media digital ini mempunyai manfaat tersendiri diantaranya adalah mudahnya melakukan pemasaran produk dan melakukan targeting customer. Banyaknya media sosial menjadikan peluang marketing baru untuk mengenalkan produknya secara massive baik dari berbagai kalangan. (Rifai, Zanuvar, & Meiliana, 2020) Selain itu perkembangan teknologi e-commerce atau jual beli di dunia saat ini menjadi solusi ampuh untuk menghadapi permasalahan pandemi ini bagi pengusaha. (Ayu, Sandra, & Lahmi, 2020)

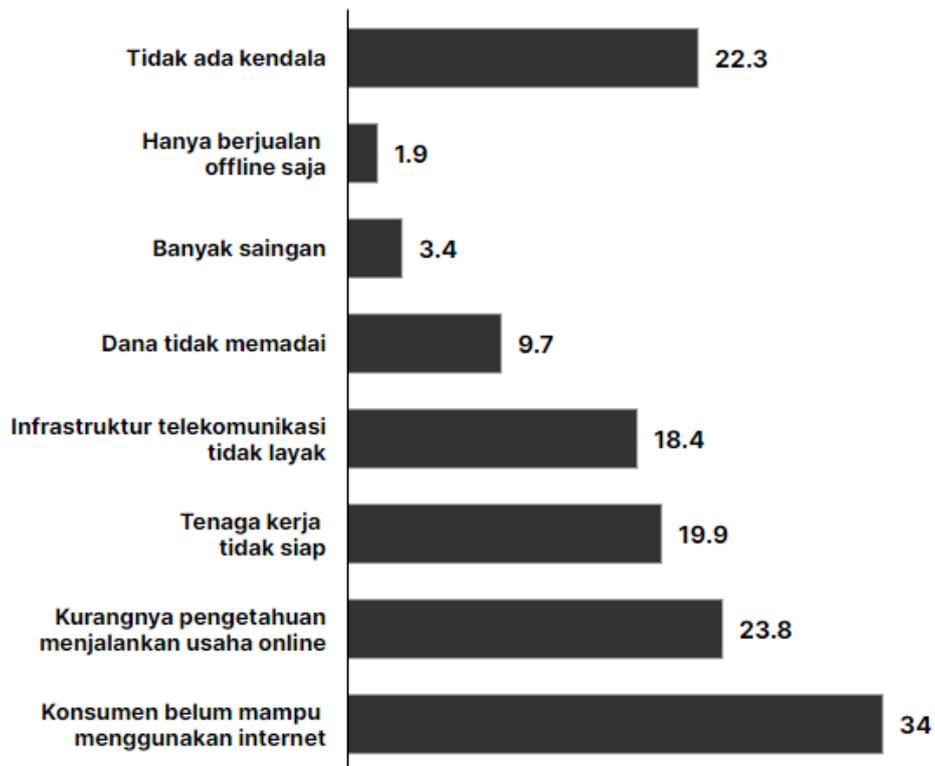


Gambar 2. Tujuan Akses Internet dalam Menjalankan Usaha

Dengan adanya pembatasan aktifitas diluar rumah maka para konsumen akan lebih cenderung menggunakan media sosial sehingga hal ini dimanfaatkan dengan baik oleh pengusaha. Untuk memanfaatkan kesempatan diatas maka pengusaha di masa covid-19 ini dapat menggunakan digital marketing sebagai media pemasarannya seperti yang telah dimanfaatkan oleh beberapa jurnal. (NAIMAH, WARDHANA, HARYANTO , & PEBRIANTO, 2020) (Hendrawan, 2019) Berdasarkan data yang ada pengusaha mulai menggunakan akses internet sebagai media dalam menjalankan usahanya.

Internet dan media digital ini seharusnya jadi peluang besar bagi pengusaha untuk lebih mengembangkan strategi pemasaran produknya. (Susanti, 2020) akan tetapi kesiapan dari para pengusaha tidak serta merta siap untuk beralih ke dunia digital. Salah satu permasalahan utama bagi UMKM ialah kurangnya pengetahuan untuk menjalankan usaha secara online. Facebook merupakan platform media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Selain itu perusahaan facebook juga banyak

memiliki afiliasi atau kepemilikan pada platform lainnya seperti whatsapp, instgram, fanspage, facebook gaming dan lainnya. Fanspage merupakan sebuah fitur yang diberikan oleh facebook untuk perusahaan atau instansi yang mana dimasa sekarang tidak terbatas pada perusahaan meliputi juga pada personal. (Muttaqin, 2012) (Handayani, Wuri, & Lisdianingrum, 2011) Fanspage berisikan informasi umum tentang perusahaan/ instansi atau personal yang dapat di sukai oleh pengguna umum lainnya sehingga pengguna yang menyukai fanspage tersebut terkumpul dalam satu komunitas. hal tersebut sangat memudahkan untuk para usaha melakukan sebuah promosi kepada calon customer.



Gambar 3. Kendala Usaha menggunakan Internet

Oleh karena itu dengan adanya Pelatihan pemanfaatan fanspage dan ads facebook dapat menjadi pengetahuan baru sebagai strategi pemasaran produk yang efektif pada komunitas online shop Situbondo. Sehingga dampak positif dari penggunaan internet dapat dirasakan oleh pengusana UMKM di situbondo serta dapat mengatasi permasalahan usaha di era pandemi.

## 2 Metode

Metode pengabdian dilakukan bersama para usaha mikro kecil Menengah (UMKM). Adapun Prosedur kegiatan program pengabdian yang di usulkan meliputi: Studi literatur, pelatihan dan publikasi

1. Studi literatur
  - a. Mengumpulkan literasi terkait fokus pengabdian yaitu pemasaran produk usaha.
  - b. Menentukan jenis pendampingan yang dilakukan.
  - c. Merencanakan kegiatan meliputi waktu, materi yang akan disampaikan dan teknis pelaksanaan.
2. Pelatihan
  - a. Pembuatan slide presentasi
  - b. Penyampaian materi secara virtual menggunakan zoom atau google meet
  - c. Demonstrasi penggunaan fanspage dan ads facebook
  - d. Diskusi terkait pemahaman materi dan implementasi pada usaha masing masing peserta.
3. Publikasi
  - a. Pembuatan laporan pengabdian
  - b. Publikasi jurnal pengabdian masyarakat.



Gambar 4. Bagan Metode

## 3 Hasil

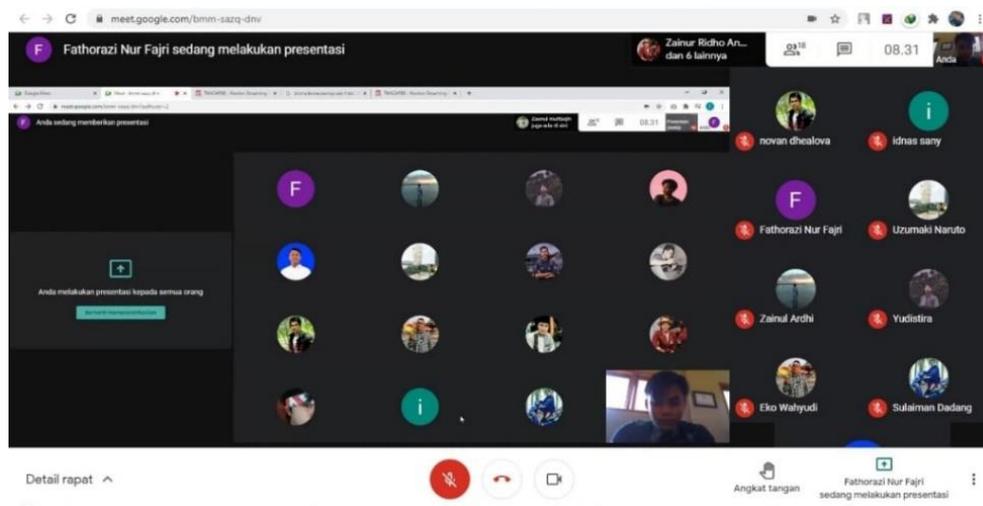
Pada tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan proses studi literasi dimana Tim yang beranggota dosen dan mahasiswa mengumpulkan

literasi terkait fokus pengabdian yaitu pemasaran produk usaha. Pengumpulan literasi dapat berupa buku, ebook, seminar dan jurnal. Selanjutnya jenis pendampingan diputuskan dilakukan dengan cara pelatihan yang mana pelatihan dilakukan secara virtual dengan menggunakan zoom atau google meet. Informasi pelatihan dimuat dalam bentuk poster dan menggunakan google form sebagai pendataan peserta. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 10 juli 2021 menggunakan media google meet dengan jumlah peserta 38 orang dari berbagai sektor usaha seperti baju, makanan, komputer, skincare dan lain lain



Gambar 5. Poster

Materi disampaikan secara ceramah dan diskusi menggunakan google slide presentasi. Pelatihan dimulai dengan pembukaan dan penyampaian slide presentasi, dimana pertama penyaji memberikan informasi tentang digital marketing dan manfaatnya. selanjutnya pengenalan dan pemahaman tentang fanspage dan fitur fitur yang ada didalamnya seperti insight dan iklan facebook. iklan facebook atau facebook ads merupakan fitur yang dapat digunakan oleh para UMKM untuk melakukan promosi guna meningkatkan proses marketing melalui online atau digital. Pelatihan ini berjalan secara dua arah dimana peserta dapat melakukan tanya jawab kepada narasumber diakhir sesi.



Gambar 6. Pelatihan Fanspage dan Iklan Menggunakan Google meet

Pada sesi tanya jawab antusias peserta mulai terlihat dan dengan adanya semangat atau ide ide untuk menjalankan usaha dengan lebih baik menggunakan platform digital atau online. Peserta mulai merespon secara positif dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan demonstrasi atau praktek pembuatan fanspage dan tips penggunaan fitur iklan facebook untuk kegiatan promosi UMKM. Pada materi iklan facebook juga dijelaskan tentang menargetkan iklan secara spesifik dan menentukan tujuan promosi yang lebih efektif. Pada akhir pelatihan digunakan untuk praktek mandiri UMKM tentang pembuatan fanspage, membuat posting produk baik menggunakan teks, foto maupun video yang nantinya bisa digunakan sebagai iklan facebook. Selain itu disampaikan juga

terkait branding dan tips penggunaan judul dan deskripsi untuk menarik calon customer.

### Buat Halaman

Hubungkan bisnis, diri Anda sendiri, atau gerakan ke komunitas orang di seluruh dunia di Facebook. Untuk memulai, pilih kategori Halaman.

#### Bisnis atau Merek

**Nama Halaman**

**Kategori**

**Alamat**

**Nomor Telepon (Opsional)**

**Jangan tampilkan alamat saya.** Hanya tampilkan bahwa bisnis ini ada di wilayah Kota, Negara Bagian.

Saat Anda membuat Halaman di Facebook, maka berlaku [Kebijakan Halaman, Grup, dan Acara](#).

[Lanjutkan](#)



**Komunitas atau Tokoh Masyarakat**

Terhubung dan berbagi dengan orang di komunitas, organisasi, tim, grup, atau klub Anda.

[Memulai](#)

Gambar 7. Potongan Materi Fanspage

#### Materi Iklan

Pilih media, teks, dan tujuan untuk iklan Anda. Anda juga bisa menyesuaikan media dan teks untuk setiap penempatan.

[Pelajari Selengkapnya](#)

**Media**

 cara membuat website dengan mudah ads.png  
1200 x 628

Otomatis Potong menjadi Persegi

[Sunting Gambar](#) [Ubah menjadi Video](#)

**Edit Penempatan**

**Teks Utama**

Tetap produktif walaupun di rumah. Belajar cara membuat website dengan mudah. Mulai dari portofolio, profil perusahaan maupun toko online.

[Tambahkan Opsi Lain](#)

**Judul** · Opsional

[Tambahkan Opsi Lain](#)

**Keterangan** · Opsional

Contoh Iklan

16 Penempatan

Facebook Kabar

**Dewaweb** Dersponsor

Tetap produktif walaupun di rumah. Belajar cara membuat website dengan mudah. Mulai dari portofolio, profil ...Lihat Selengkapnya



DEWAWEB.COM  
Dewaweb  
Cloud Hosting, VPS dan Do...

[SELENGKAPNYA](#)

[Suka](#) [Komentari](#) [Bagikan](#)

**Beranda**

**Cerita**

Gambar 8. Potongan Materi Iklan Facebook

#### 4 Pembahasan

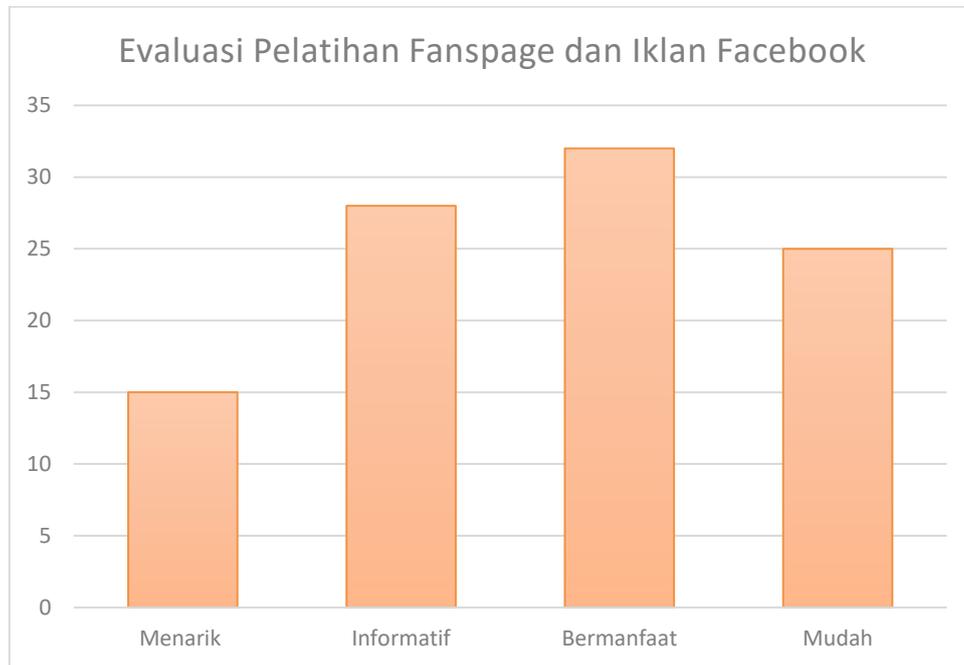
Hasil yang telah diperoleh selama melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat dengan cara memberikan informasi terkait dengan digital marketing serta pelatihan penggunaan fanspage dan ads facebook kepada UMKM di situbondo guna meningkatkan pemasaran produk pada komunitas online shop Situbondo ialah sebagai berikut:

1. Meningkatnya pengetahuan UMKM disitubondo tentang digital marketing dibuktikan dengan adanya wadah Pasar Rakyat Online (PARAO) pada platform facebook.



Gambar 9. Pasar Rakyat Online Situbondo

2. Memberikan pengetahuan bagaimana membuat fanspage dan memanfaatkan ads (iklan) facebook untuk meningkatkan pemasaran produk secara online.



Gambar 10. Grafik Evaluasi Pelatihan

3. Terbuatnya masing masing fanspage untuk para usaha mikro kecil Menengah (UMKM) sehingga dapat melakukan digital marketing gambar

Publikasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk jurnal yang akan dipublikasikan pada jurnal guyub universitas nurul jadid.

## 5 Kesimpulan

Kegiatan pelatihan pemanfaatan fanspage dan ads facebook sebagai strategi pemasaran produk pada Komunitas Online Shop Situbondo menjadi awal sebuah perubahan yang efektif dan efisien dalam menunjang pemasaran. Hasil dari kegiatan pelatihan dan pengabdian tersebut adalah masyarakat dapat memanfaatkan fanspage dan iklan facebook sebagai alat untuk mempromosikan produk UMKM yang ada di situbondo. Dimana dengan adanya pemasaran yang efisien dapat meningkatkan omset penjualan di masa pandemi.

## 6 Pengakuan

Ucapan terima kasih kepada pendiri dan pengasuh Pondok Pesantren Nurul Jadid, sebagai pemangku tertinggi yang telah memberikan amanah dan tempat naungan yang begitu teduh, sehingga menjadi perantara menjadikan insan yang berdedikasi dan belajar tanpa henti. Terima kasih kepada Rektor UNUJA yang mana telah mempercayai kami untuk mengabdikan dan mengamalkan ilmu kepada mahasiswa- mahasiwi UNUJA. Terima kasih juga kepada LP3M UNUJA telah mempercayai kami dalam melakukan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga untuk semua peserta KKN yang telah memberikan tenaga dan pikirannya, telah diperkenankan untuk melakukan penelitian dan pengabdian, semoga kegiatan tersebut secara terus menerus dan berjalan sesuai amanah dan barokah, Aamiin.

## 7 Referensi

- Ayu, Sandra, & Lahmi, A. (2020). Peran e-commerce terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 9(2), 114-123.
- Handayani, Wuri, P., & Lisdianingrum, W. (2011). Impact analysis on free online marketing using social network Facebook: Case study SMEs in Indonesia. 2011 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems IEEE.
- Hendrawan, A. (2019). Pengaruh marketing digital terhadap kinerja penjualan produk umkm asti gauri di kecamatan bantarsari cilacap. *Jurnal Administrasi Dan Kesekretarisan*, 4(1), 50-61.
- Muttaqin, Z. (2012). Facebook marketing dalam komunikasi pemasaran modern. *TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 1(2).
- NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.

- Rifai, Zanuar, & Meiliana, D. (2020). Pendampingan Dan Penerapan Strategi Digital Marketing Bagi Umkm Terdampak Pandemi Covid-19. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 604-609.
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan usaha mikro, kecil dan menengah dari dampak pandemi Covid-19. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76-86.
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala: Jurnal pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa dan Masyarakat*, 1(2), 36-50.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak covid-19 terhadap UMKM di Indonesia. *BRAND Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran*, 2(1), 147-153.