

VISUALISASI DATA PENJULAN WARUNG AUNTY'PIW MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK MENGUNAKAN POWER BI

GITA NOVI YANTI¹

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri

Email: gitanoviyanti18856@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memvisualisasikan data penjualan Warung Aunty'Piw yang diperoleh melalui media sosial Facebook menggunakan Power BI. Dalam era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu platform yang efektif untuk memasarkan produk dan mendapatkan data penjualan yang akurat. Dengan memanfaatkan Power BI, sebuah alat analisis data yang kuat, penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai tren penjualan, preferensi pelanggan, dan performa produk. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dari laporan penjualan harian yang diposting di halaman Facebook Warung Aunty'Piw. Proses analisis melibatkan tahap ekstraksi data, pembersihan data, dan visualisasi menggunakan berbagai fitur Power BI seperti grafik, dan tabel. Hasil visualisasi ini tidak hanya membantu pemilik warung dalam memahami pola penjualan, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga untuk pengambilan keputusan strategis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Power BI dalam visualisasi data penjualan melalui media sosial dapat meningkatkan efisiensi analisis dan memungkinkan pemantauan kinerja bisnis secara real-time. Dengan demikian, penelitian ini menggaris bawahi pentingnya integrasi teknologi analisis data dalam manajemen bisnis kecil dan menengah, khususnya dalam memanfaatkan media sosial sebagai sumber data penjualan yang potensial.

Kata kunci: Visualisasi Data Penjualan, Media Sosial, Analisis Bisnis.

ABSTRAK

This study aims to analyze and visualize sales data from Aunty'Piw Shop obtained through Facebook using Power BI. In the current digital era, social media is an effective platform for marketing products and obtaining accurate sales data. By leveraging Power BI, a powerful data analysis tool, this research provides a clear overview of sales trends, customer preferences, and product performance. The data used in this study was collected from daily sales reports posted on the Aunty'Piw Shop Facebook page. The analysis process involved data extraction, data cleaning, and visualization using various Power BI features such as charts and tables. The results of this visualization not only help the shop owner understand sales patterns but also provide valuable insights for strategic decision-making. The findings indicate that using Power BI for visualizing sales data via social media can enhance the efficiency of analysis and enable real-time business performance monitoring. Thus, this study underscores the importance of integrating data analysis technology in small and medium-sized business management, particularly in utilizing social media as a potential source of sales data.

Keywords: Sales Data Visualization, Social Media, Business Analysis.

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dan penjualan telah menjadi strategi yang umum dan efektif. Media sosial, khususnya Facebook, memungkinkan bisnis untuk menjangkau pelanggan secara luas dan memperoleh data penjualan yang akurat dan real-time. Warung Aunty'Piw, sebuah usaha kecil yang bergerak dalam bidang kuliner, telah memanfaatkan Facebook sebagai platform utama untuk memasarkan produk-produknya. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mengolah dan menganalisis data penjualan yang besar dan beragam agar dapat diubah menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan bisnis.

Pentingnya analisis data dalam bisnis tidak dapat diabaikan, terutama dalam lingkungan yang sangat kompetitif saat ini. Data penjualan yang tidak dianalisis dengan baik dapat menyebabkan

hilangnya peluang untuk meningkatkan kinerja bisnis. Dengan memanfaatkan alat analisis data seperti Power BI, Warung Aunty'Piw dapat mengidentifikasi tren penjualan, preferensi pelanggan, dan kinerja produk dengan lebih efektif. Hal ini akan membantu dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan efisiensi operasional.

Kegiatan visualisasi data penjualan menggunakan Power BI menjadi sangat rasional mengingat kemampuan alat ini dalam mengintegrasikan, menganalisis, dan memvisualisasikan data secara interaktif dan real-time. Power BI memungkinkan pengguna untuk membuat laporan dan dashboard yang mudah dipahami, sehingga pemilik Warung Aunty'Piw dapat memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis secara terus-menerus. Dengan demikian, penerapan Power BI dalam analisis data penjualan melalui media sosial tidak hanya akan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif bagi Warung Aunty'Piw.

Pada era digital ini, bisnis kecil hingga menengah perlu memanfaatkan teknologi untuk tetap kompetitif. Warung Aunty'Piw, sebuah usaha kuliner yang memanfaatkan media sosial, khususnya Facebook, sebagai platform utama untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memasarkan produk, menghadapi tantangan dalam pengelolaan dan analisis data penjualan yang besar dan kompleks. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk mengembangkan sistem visualisasi data penjualan yang efektif menggunakan Power BI, yang memungkinkan Warung Aunty'Piw untuk memahami tren penjualan, preferensi pelanggan, dan kinerja produk secara lebih mendalam dan cepat.

Langkah pertama dalam pemecahan masalah ini adalah mengumpulkan data penjualan dari laporan sebelum dan sesudah menggunakan media sosial dengan cara wawancara langsung ke Warung Aunty'Piw. Data ini mencakup berbagai informasi penting seperti jumlah penjualan, produk terlaris, dan waktu puncak penjualan bulanan. Tahap selanjutnya adalah proses ekstraksi data, di mana data mentah dari Facebook diambil dan dikonversi menjadi format yang dapat diolah. Proses ini melibatkan data dari halaman Facebook dan mengintegrasikannya ke dalam database yang sesuai untuk analisis lebih lanjut.

Setelah data terkumpul, tahap pembersihan data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis bebas dari kesalahan dan duplikasi. Data yang bersih kemudian diimpor ke Power BI untuk analisis dan visualisasi. Power BI menyediakan berbagai alat dan fitur untuk membuat grafik dan tabel yang mudah dipahami dan digunakan.

Melalui Power BI, data penjualan diolah menjadi visualisasi yang menggambarkan berbagai aspek penting dari bisnis Warung Aunty'Piw. Visualisasi ini meliputi grafik tren penjualan bulanan, analisis produk terlaris, demografi pelanggan, serta waktu dan hari puncak penjualan. Dengan adanya visualisasi ini, pemilik warung dapat dengan mudah melihat dan memahami pola penjualan serta membuat keputusan strategis yang lebih baik berdasarkan data.

Pemantauan kinerja bisnis secara real-time juga menjadi mungkin dengan Power BI, yang memungkinkan pemilik warung untuk segera mengidentifikasi dan merespons masalah yang muncul. Misalnya, jika ada penurunan penjualan pada produk tertentu, pemilik dapat segera mengambil tindakan yang diperlukan, seperti mengubah strategi pemasaran atau menyesuaikan stok produk.

Integrasi teknologi analisis data melalui Power BI tidak hanya akan meningkatkan efisiensi operasional Warung Aunty'Piw, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin digital. Dengan memahami dan memanfaatkan data penjualan secara lebih efektif, Warung Aunty'Piw dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan, merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Tujuan dan rencana pemecahan masalah yang disajikan dalam pendahuluan ini menunjukkan pentingnya penggunaan alat analisis data dalam manajemen bisnis modern, serta bagaimana penerapan teknologi ini dapat membantu bisnis kecil seperti Warung Aunty'Piw untuk berkembang dan sukses di pasar yang kompetitif. Media sosial telah menjadi platform penting dalam pemasaran dan penjualan produk. Media sosial menyediakan alat yang efektif bagi bisnis untuk menjangkau pelanggan, meningkatkan kesadaran mereka, dan mengumpulkan umpan balik pelanggan. Pemanfaatan media sosial

seperti Facebook memungkinkan bisnis untuk mendapatkan data penjualan yang real-time dan berinteraksi langsung dengan pelanggan.

Analisis data telah menjadi elemen kunci dalam strategi bisnis modern. Analisis data membantu bisnis dalam membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan bukti dan tren yang terlihat dalam data. Power BI, sebagai alat analisis data, memungkinkan pengguna untuk mengintegrasikan, menganalisis, dan memvisualisasikan data secara efektif, membantu bisnis kecil dan menengah dalam memahami performa mereka.

Visualisasi data adalah proses mengubah data mentah menjadi format grafis yang mudah dipahami, seperti grafik dan tabel. Visualisasi data membantu dalam mendeteksi pola, tren, dan anomali yang mungkin tidak terlihat dalam tabel data mentah. Dengan menggunakan alat seperti Power BI, bisnis dapat membuat visualisasi yang interaktif dan dinamis, yang memudahkan pemahaman data secara real-time.

Power BI adalah alat visualisasi data yang dikembangkan oleh Microsoft, yang memungkinkan pengguna untuk membuat laporan dan dashboard yang interaktif. Power BI mendukung integrasi data dari berbagai sumber, pembersihan data, serta pembuatan visualisasi yang mendalam. Kemampuannya untuk menangani data besar dan kompleks menjadikannya alat yang ideal untuk analisis data penjualan di berbagai platform, termasuk media sosial.

Penggunaan media sosial seperti Facebook secara signifikan meningkatkan kemampuan Warung Aunty'Piw untuk mengumpulkan data penjualan yang akurat dan real-time. Integrasi Power BI dalam analisis data penjualan dari Facebook akan memberikan visualisasi yang lebih jelas dan mendalam mengenai tren penjualan, preferensi pelanggan, dan kinerja produk di Warung Aunty'Piw.

Visualisasi data penjualan menggunakan Power BI akan membantu pemilik Warung Aunty'Piw dalam membuat keputusan bisnis yang lebih cepat dan tepat berdasarkan data yang tersedia. Penggunaan Power BI dalam pemantauan kinerja penjualan secara real-time akan meningkatkan efisiensi operasional dan responsivitas Warung Aunty'Piw terhadap perubahan dalam pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif, fokus pada pengumpulan dan analisis data penjualan dari Facebook serta visualisasinya menggunakan Power BI. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahap: pengumpulan data penjualan bulanan dari halaman Facebook Warung Aunty'Piw, analisis data menggunakan Power BI untuk memvisualisasikan tren penjualan dan preferensi pelanggan, wawancara dengan pemilik warung untuk mendapatkan wawasan tambahan, serta evaluasi dan interpretasi hasil visualisasi data. Objek penelitian ini adalah data penjualan dari Warung Aunty'Piw sebelum dan setelah menggunakan media sosial yang diperoleh dari Facebook.

Penelitian dilakukan di Warung Aunty'Piw dan secara online. Data dikumpulkan melalui pengunduhan laporan penjualan dari Facebook dan wawancara dengan pemilik warung. Data penjualan adalah jumlah produk yang terjual setiap hari yang diambil dari laporan Facebook, tren penjualan adalah pola perubahan penjualan dari waktu ke waktu, preferensi pelanggan adalah produk yang paling sering dibeli oleh pelanggan, dan kinerja produk adalah penilaian terhadap produk berdasarkan jumlah penjualan dan ulasan pelanggan. Analisis deskriptif dilakukan untuk menghitung statistik penjualan. Visualisasi data dibuat dalam bentuk grafik dan tabel. Wawancara dianalisis secara kualitatif untuk mendapatkan wawasan tambahan. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bagaimana visualisasi data penjualan dengan Power BI dapat membantu Warung Aunty'Piw dalam pengambilan keputusan bisnis dan meningkatkan efisiensi operasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan informasi yang didapatkan dari sumber media sosial yaitu facebook bahwasanya tingkat penjualan produk di warung Aunty'Piw meningkat, apalagi setelah berjualan menggunakan facebook.

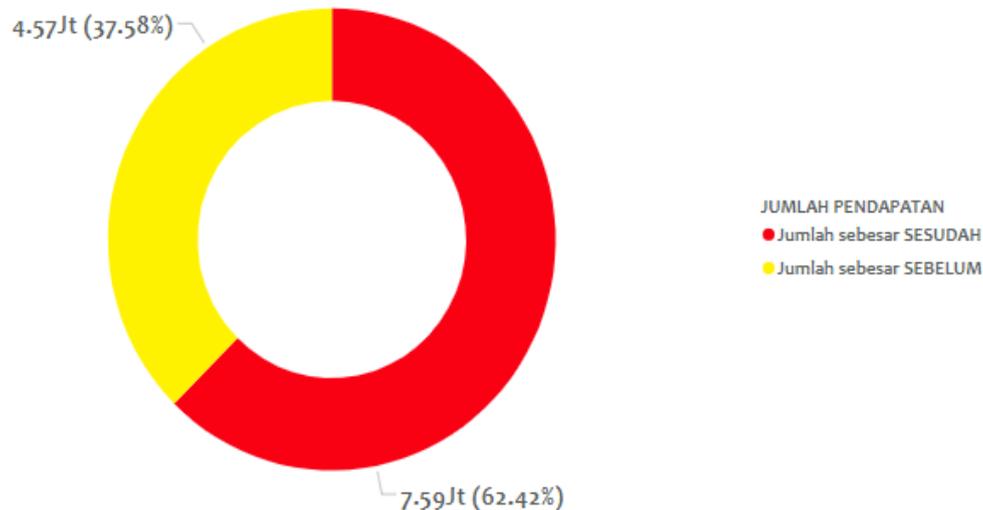
Tabel 1
data penjualan (dalam jumlah rupiah)
Produk Warung Aunty'Piw sebelum dan setelah menggunakan Media Sosial Facebook

Jenis Makanan	Sebelum menggunakan facebook	Setelah menggunakan facebook	Jumlah penjualan	Peringkat
Sayuran segar	150.000	300.000	450.000	10
Bumbu instan	250.00	650.000	900.000	8
Makanan siap saji	580.000	1.200.000	1.780.00	2
Penyedap rasa	410.00	750.000	1.160.000	5
Makanan instan	400.000	700.000	1.100.000	6
Daging segar	190.000	290.000	480.000	9
Mie dan pasta instan	590.000	900.000	1.490.000	4
Biscuit dan kue kering	400.000	600.000	1.000.000	7
Makanan beku	600.000	900.000	1.500.000	3
Cemilan instan	1.000.000	1.300.000	2.300.000	1
Jumlah	4.570.000	7.590.000	12.160.000	

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Facebook sebagai alat pemasaran telah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan penjualan Warung Aunty'Piw. Melalui analisis data penjualan sebelum dan setelah penerapan strategi pemasaran di Facebook, terlihat peningkatan yang mencolok di berbagai kategori produk.

Penerapan strategi pemasaran melalui Facebook telah berhasil meningkatkan total penjualan dari Rp 4.570.000 menjadi Rp 7.590.000. Peningkatan total ini mencapai Rp 3.020.000, menunjukkan efektivitas penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk. Kategori produk yang mengalami peningkatan tertinggi adalah cemilan instan, yang naik dari Rp 1.000.000 menjadi Rp 1.300.000, menempatkannya di peringkat pertama. Hal ini menunjukkan bahwa produk ini sangat diminati oleh konsumen dan pemasaran melalui Facebook telah berhasil meningkatkan kesadaran dan permintaan.

Jumlah Seluruh Pendapatan Sebelum dan Setelah Menggunakan facebook



Selain cemilan instan, kategori makanan siap saji juga menunjukkan peningkatan signifikan, dengan penjualan meningkat dari Rp 580.000 menjadi Rp 1.200.000. Kenaikan ini menunjukkan efektivitas promosi visual di Facebook, di mana gambar dan video makanan siap saji yang menggugah selera menarik perhatian konsumen.

Perubahan signifikan dalam perilaku pembelian konsumen juga terlihat pada kategori seperti bumbu instan dan mie serta pasta instan. Penjualan bumbu instan meningkat dari Rp 250.000 menjadi Rp 650.000, dan mie serta pasta instan dari Rp 590.000 menjadi Rp 900.000. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa konsumen lebih tertarik untuk mencoba produk-produk yang sering diulas dan direkomendasikan melalui posting dan iklan di Facebook.

Analisis data penjualan harian menunjukkan bahwa hari-hari dengan transaksi tertinggi adalah Minggu dan Senin, sementara Jumat menjadi hari dengan aktivitas transaksi terendah. Dengan memahami pola ini, Warung Aunty'Piw dapat mengatur strategi promosi yang lebih efektif, seperti mengadakan diskon khusus atau penawaran terbatas pada hari-hari dengan transaksi rendah untuk menarik lebih banyak pelanggan.

1. BAURAN PEMASARAN

Penulis tertarik mempelajari apa yang dilakukan pada tahap analisis strategi pemasaran. Bauran pemasaran diterapkan oleh Warung Aunty'Piw sebelum dan sesudah menggunakan Facebook. Penulis memberikan hasil wawancara informan dibawah ini:

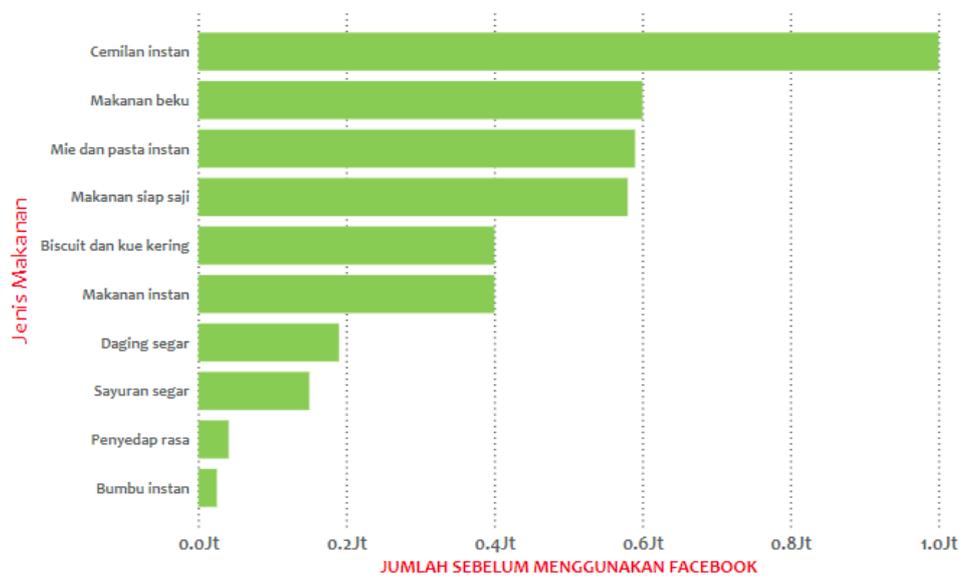
a. Analisis Produk (Product)

Secara keseluruhan, penggunaan Facebook sebagai platform pemasaran telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan penjualan di Warung Aunty'Piw. Setiap kategori produk mengalami peningkatan penjualan, dengan beberapa kategori seperti cemilan instan dan makanan siap saji menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan. Ini menunjukkan efektivitas strategi pemasaran digital dalam menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan kesadaran produk, dan mendorong penjualan. Warung Aunty'Piw dapat terus memanfaatkan platform ini untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan penjualan di masa mendatang.

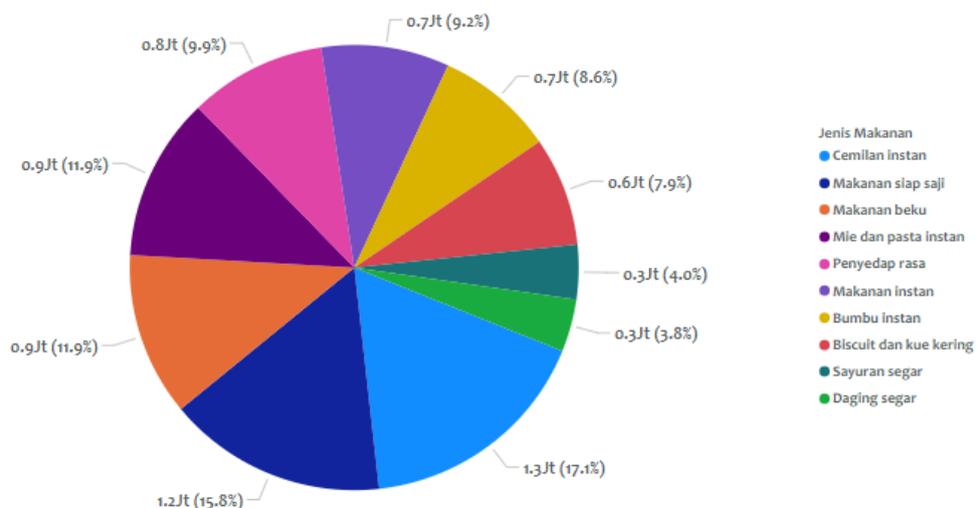
b. Analisis Harga (Price)

Analisis harga menunjukkan bahwa meskipun ada peningkatan harga pada hampir semua jenis produk, penjualan tetap meningkat dan mendapatkan pendapatan atau keuntungan yang lebih besar setelah menggunakan Facebook sebagai platform pemasaran. Ini menandakan bahwa strategi pemasaran yang efektif di Facebook, seperti penggunaan visual yang menarik, promosi yang tepat sasaran, dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, dapat meningkatkan nilai persepsi produk. Warung Aunty'Piw berhasil menggunakan Facebook untuk tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga mengatasi sensitivitas harga di kalangan pelanggan.

Jumlah Pendapatan Sebelum menggunakan Facebook Per Jenis Makanan



Jumlah Pendapatan Setelah menggunakan facebook Per Jenis Makanan



c. Analisis Tempat (Place)

Analisis tempat menunjukkan bahwa penggunaan Facebook sebagai platform pemasaran memberikan dampak signifikan terhadap distribusi dan penjualan produk di Warung Aunty'Piw.

Dengan memanfaatkan media sosial, warung mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan memperkuat keunggulan kompetitifnya. Strategi ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas produk, tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih positif bagi pelanggan.

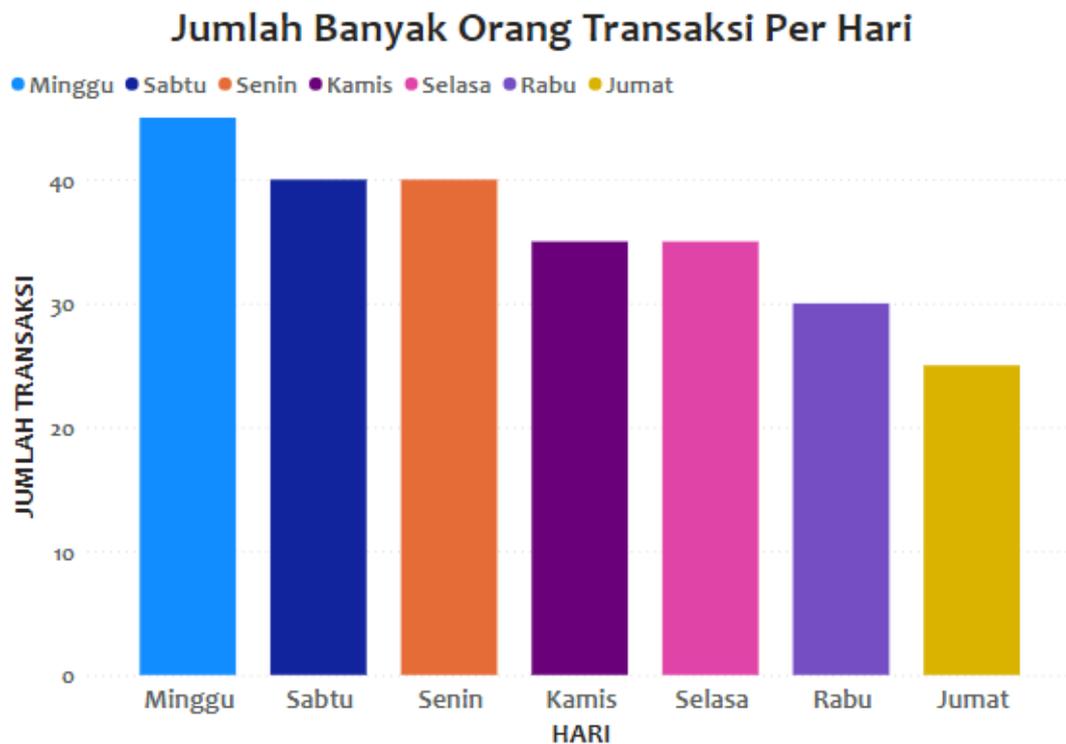
d. Analisis Promosi (Promotion)

Warung Aunty'Piw berhasil meningkatkan promosi produk dengan memanfaatkan Facebook sebagai platform utama. Sebelumnya, promosi terbatas pada spanduk lokal dan promosi mulut ke mulut. Setelah menggunakan Facebook, mereka aktif memposting produk, diskon, dan kontes. Strategi ini meningkatkan kesadaran merek, interaksi pelanggan, dan penjualan secara signifikan. Iklan berbayar dan konten kreatif menjadi kunci kesuksesan dalam menjangkau dan mempertahankan pelanggan baru.

e. Analisis waktu transaksi yang sering terjadi (Transaction Times)

Tabel 2
data waktu transaksi sering terjadi pada Warung Aunty'Piw

Hari	Jumlah Banyak Orang Transaksi
Senin	40
Selasa	35
Rabu	30
Kamis	35
Jumat	25
Sabtu	40
Minggu	45



Analisis waktu transaksi menunjukkan bahwa Warung Aunty'Piw mengalami peningkatan jumlah transaksi pada hari Minggu, Sabtu, dan Senin mungkin karena Awal dan akhir pekan juga populer untuk berbelanja. dengan puncak tertinggi pada hari Minggu, menunjukkan pelanggan berbelanja lebih banyak saat akhir pekan. Hari Jumat merupakan hari dengan aktivitas transaksi terendah mungkin di karenakan persiapan akhir pekan. Dengan memahami pola ini, Warung Aunty'Piw dapat menyesuaikan strategi promosi dan operasionalnya, seperti meningkatkan stok produk dan menambahkan promosi khusus pada hari-hari dengan transaksi tinggi untuk memaksimalkan penjualan. Selain itu, warung dapat mempertimbangkan promosi tambahan pada hari-hari dengan transaksi lebih rendah untuk mendorong lebih banyak pelanggan berbelanja.

2. STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL FACEBOOK

1. Profil Halaman yang Optimal

Pastikan halaman Facebook Warung Aunty'Piw memiliki informasi yang lengkap seperti deskripsi singkat yang menarik, alamat lengkap, nomor telepon, jam operasional, dan link ke situs web atau platform lain jika ada. Gunakan gambar profil dan sampul yang menarik dan mencerminkan identitas warung dengan baik.

2. Konten Berkualitas dan Variatif

Buatlah konten yang beragam untuk mempertahankan minat pengikut, seperti:

- Foto Produk: Gambar produk terbaru dengan deskripsi yang jelas dan menarik.
- Video Tutorial: Demonstrasi cara menggunakan produk Warung Aunty'Piw dalam berjalan sehari-hari.
- Tips Berjualan: Artikel atau posting ringkas tentang tips berjualan dengan cara memanfaatkan produk secara kreatif.
- Artikel Informatif: Informasi tentang manfaat kesehatan dari produk-produk yang dijual di warung.

3. Jadwal Posting yang Konsisten

Tetapkan jadwal posting rutin untuk membangun konsistensi dan meningkatkan keterlibatan pengikut. Posting bisa dilakukan beberapa kali dalam seminggu, dengan memperhatikan waktu-waktu yang strategis seperti pagi hari sebelum jam makan siang dan sore menjelang waktu pulang kerja.

4. Promosi dan Diskon Khusus

Gunakan Facebook untuk mengumumkan promosi spesial dan diskon, seperti:

- Diskon Akhir Pekan: Penawaran spesial untuk produk tertentu pada akhir pekan.
- Paket Hemat: Bundling produk dengan harga diskon.
- Program Loyalty: Promosi untuk pelanggan setia dengan poin atau diskon khusus.

5. Interaksi Aktif dengan Pengikut

Tanggapi dengan cepat dan ramah terhadap komentar, ulasan, dan pesan dari pengikut. Ini menciptakan hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan dan meningkatkan kepercayaan terhadap Warung Aunty'Piw.

6. Penggunaan Iklan Berbayar secara Strategis

Manfaatkan fitur iklan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan spesifik. Atur target iklan berdasarkan lokasi geografis, demografi (seperti usia dan jenis kelamin), minat (misalnya makanan sehat atau masakan rumahan), dan perilaku online untuk meningkatkan efektivitas kampanye.

7. Kontes dan Giveaway untuk Meningkatkan Keterlibatan

Selenggarakan kontes atau giveaway secara rutin untuk meningkatkan keterlibatan pengikut. Contohnya bisa berupa:

- Kontes Foto: Meminta pengikut untuk membagikan foto menggunakan produk Warung Aunty'Piw dengan hadiah menarik.
- Giveaway Produk Gratis: Memberikan produk gratis kepada pemenang yang dipilih secara acak untuk meningkatkan minat dan partisipasi.

8. Manfaatkan Ulasan dan Testimoni Pelanggan:

Bagikan ulasan positif dan testimoni dari pelanggan tentang pengalaman mereka dengan produk dan layanan Warung Aunty'Piw. Testimoni ini bukan hanya membantu membangun kepercayaan potensial, tetapi juga memberikan bukti sosial yang kuat bagi calon pelanggan.

9. Analisis dan Pengukuran Kinerja

Lakukan analisis terhadap kinerja setiap posting, iklan, dan kampanye untuk memahami metrik seperti tingkat keterlibatan (engagement rate), jumlah klik, konversi penjualan, dan ROI (Return on Investment). Gunakan data ini untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran dan membuat penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan hasil.

10. Kolaborasi dengan Influencer dan Bisnis Lokal

Jalin kerja sama dengan influencer lokal atau kolaborasi dengan bisnis terkait yang memiliki audiens yang relevan dengan target pasar Warung Aunty'Piw. Kolaborasi ini dapat membantu meningkatkan visibilitas warung dan menarik pelanggan baru melalui endorsement dan rekomendasi yang diberikan oleh pihak ketiga.

Dengan menerapkan strategi pemasaran ini secara terencana dan berkelanjutan, Warung Aunty'Piw dapat memaksimalkan potensi platform Facebook untuk meningkatkan kehadiran online mereka, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan loyalitas serta retensi pelanggan dengan efektif.

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran yang jelas mengenai dampak positif penggunaan platform Facebook dalam meningkatkan performa penjualan Warung Aunty'Piw. Implementasi strategi pemasaran digital yang terencana dan berbasis data telah menghasilkan peningkatan yang signifikan dalam pendapatan warung. Sebelum adopsi strategi ini, warung mencatat pendapatan sebesar Rp 4.570.000, yang meningkat drastis menjadi Rp 7.590.000 setelah periode tertentu menggunakan Facebook sebagai alat pemasaran utama.

Analisis harian menunjukkan bahwa ada pola yang konsisten dalam aktivitas transaksi pelanggan. Hari-hari dengan transaksi tertinggi adalah Minggu dan Senin, sementara Jumat merupakan hari dengan aktivitas transaksi yang lebih rendah. Informasi ini memberikan panduan berharga dalam menyesuaikan strategi promosi dan pengelolaan stok untuk memaksimalkan potensi penjualan pada hari-hari sibuk dan mengoptimalkan efisiensi pada hari-hari dengan aktivitas lebih rendah.

Keberhasilan strategi pemasaran Warung Aunty'Piw dapat dikaitkan dengan penggunaan konten berkualitas dan varian, termasuk foto produk menarik, video tutorial, dan tips memasak yang relevan. Promosi diskon spesial, kontes, dan kolaborasi dengan influencer lokal juga berkontribusi signifikan dalam meningkatkan keterlibatan pengikut dan memperluas jangkauan pasar.

Pengukuran terhadap kinerja kampanye pemasaran secara berkala seperti tingkat keterlibatan dan konversi, memberikan wawasan yang berharga dalam mengidentifikasi strategi yang efektif. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap langkah pemasaran dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan jangka panjang Warung Aunty'Piw dalam memperkuat kehadiran online, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar yang semakin kompetitif.

REFERENSI

- Davenport, T. H. (2005). *Competing on Analytics*. www.hbr.org
- Dharma, B., & Rafiq Efrianda, M. (2023). Analisis Penjualan Online Melalui Media Sosial Tiktok. *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi (JUPEA)*, 3(3).
- Ilmiyatul, N., 1* , L., Sains, I. T., Kesehatan, D., & Hartono, S. (2023). *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Literature Review: KOL Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital di Era Sosial 5.0*. 5(3). <https://doi.org/10.37034/infec.v5i3.576>
- Istanto -Istiana, Y., Dyah, R., Arundati, S.-R., & Adisti, T. (n.d.). *PEMASARAN MEDIA SOSIAL PADA USAHA KECIL*.
- Jannatin, R., Wardhana2, M. W., Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (n.d.). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM*.
- Pemasaran Bisnis Kuliner Menggunakan Influencer, S., Made Resta Handika, by, & Sri Darma, G. (2018). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 15(2). <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Setiawan, H. F. (n.d.). IMPLEMENTASI ANALISIS DATA PENJUALAN PRODUK ELEKTRONIK MEMANFAATKAN WEB SCRAPING DAN POWER BI. In *JURNAL ILMIAH INFORMATIKA MULIA VOLUME. 1 NOMOR (Vol. 1)*.
- Stiawan, H., Najibuloh Muzzaki, M., Sari Wardani, A., Firliana, R., Iqbal khalid, M., Wicak Milbar Gamas, A., & Arshad Busro, S. (2022). MODEL VISUALISASI INFORMASI DASHBOARD PADA PEMETAAN TANAMAN OBAT DAN LANGKA KABUPATEN KEDIRI MENGGUNAKAN MICROSOFT POWER BI. In *JINTEKS (Vol. 4, Issue 4)*.