

STRATEGI MENINGKATKAN USAHA PENJUALAN PAKAIAN DENGAN JASA DAN SOSIAL MEDIA DI DESA KEMENUH

Ayu Dika Permata Putri¹⁾, I Gusti Agung Sri Rwa Jayantini²⁾, Ida Ayu Mela Tustiawati³⁾

¹⁾²⁾ Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar, ³⁾ Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Mahasaraswati Denpasar
Email: ayu.putri0712@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa pandemi COVID-19 ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pada usaha masyarakat kecil yang berjualan pakaian jadi di Desa Kemenuh Gianyar. Masalah yang dihadapi adalah penurunan jumlah pembeli pada unit usaha penjualan pakaian jadi “Kim Juli Store” dan kesulitan pengantaran barang yang dipesan pelanggan. Solusi yang dapat diberikan untuk dua permasalahan diatas adalah meningkatkan layanan optimal yang diwujudkan melalui memaksimalkan penggunaan media sosial *Instagram* dan mempromosikan pakaian yang dijual dengan cara memberi potongan harga (*discount*) pada hari tertentu pada pelanggan, serta memfasilitasi pembeli dengan jasa pengantaran barang berupa *Cash on Delivery* (COD). Metode yang diterapkan adalah pendampingan dengan kunjungan dan pemberian informasi terkait pengelolaan usaha, serta metode ceramah dengan pendekatan dan pemberian informasi pada cara promosi melalui media sosial. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa mitra merasakan ada perkembangan yang baik pada usahanya dengan peningkatan penjualan dan layanan yang dirasa lebih baik oleh pembeli (*customer*). Pelaksanaan program kerja dapat terlaksana dengan baik karena adanya partisipasi positif dari masyarakat yang didampingi. Hal ini didapatkan melalui pemantauan program kerja yang terlaksana dengan baik serta program yang dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang ada.

Kata Kunci: COVID-19, Layanan Optimal, Media Sosial, Penurunan Penjualan

ANALISIS SITUASI

Desa Kemenuh adalah salah satu desa yang digunakan oleh mahasiswa Universitas Mahasaraswati Denpasar sebagai tempat pengabdian kepada masyarakat. Mitra yang dipilih oleh mahasiswa di desa Kemenuh bernama Ni Made Juli. Mitra tersebut adalah seorang pemilik toko Pakaian dan toko mitra bernama “Kim Juli Store” yang diambil dari nama pemilik toko yaitu Juli. Toko tersebut berada di dalam rumah pemilik toko sendiri, dan dapat dikatakan bahwa toko sulit untuk ditemukan bagi pembeli yang baru pertama kali datang. Jadi, pembeli dari toko “Kim Juli store” cenderung adalah masyarakat sekitar ataupun teman dari pemilik toko.

Melihat belum adanya masyarakat yang menjual pakaian membuat pemilik yang awalnya berprofesi sebagai guru les berpikir untuk mulai berjualan pakaian di masa pandemi ini. Itu semua dilakukan oleh mitra agar dapat menambah penghasilan setiap harinya. Pemilik tidak hanya bekerja sendiri, namun juga memiliki dua orang lainnya yang ikut bekerjasama dalam melancarkan bisnis tersebut. Industri rumahan seperti

toko Kim Juli ini merupakan hal yang menjanjikan dalam rangka mensejahterakan rakyat kecil. Dengan masyarakat memiliki usaha rumahan bisa mengurangi pengangguran (Luthfi 2017).

Pemilik toko memiliki satu orang adik perempuan yang bernama Ni Nyoman Sukreni yang bekerja sebagai *re-seller* di toko “Kim Juli Store”. Selain itu, adanya satu Mitra lainnya yaitu Ni Made Cempaka yang ditugaskan untuk memantau pembelian dan mengambil barang dari beberapa supplier. Pada saat dilakukannya observasi, mahasiswa mewawancarai pemilik toko dan menanyakan permasalahan yang dihadapi pemilik toko akibat pandemi COVID-19. Permasalahan yang terjadi adalah menurunnya tingkat pembeli yang datang ke toko untuk membeli pakaian, berbeda dengan pada saat awal toko dibuka. Perbedaan tersebut dapat dilihat oleh pemilik toko karena kurangnya pemasukan usaha toko pakaian setiap bulannya. Bukan hanya menurunnya pembeli, adapun pembeli yang datang mengeluhkan harga pakaian yang tidak sesuai dengan kondisi saat ini. Selain itu, mengingat letak toko yang berada di rumah pemilik toko itu sendiri, banyak pembeli yang enggan datang dengan alasan terpapar virus COVID-19 jika datang langsung ke toko.

Menyadari permasalahan diatas, pemilik toko memiliki solusi untuk mempromosikan tokonya di sosial media, akan tetapi masih kurangnya pengikut akun media sosial dan pembeli yang datang meresahkan pemilik toko. Pengambilan barang yang sudah dibelipun sulit untuk dilakukan, dan banyak pembeli meminta barang dikirimkan langsung ke rumah. Permasalahan-permasalahan yang datang membuat toko “Kim Juli Store” sulit mendapat pembeli jika bukan karena sosial media yang setidaknya menarik beberapa pembeli.

PERUMUSAN MASALAH

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sasaran sejak adanya pandemi COVID 19 antara lain :

1. Menurunnya jumlah pembeli di toko “Kim Juli Store”
2. Sulitnya pengantaran barang yang sudah dibeli di toko “Kim Juli Store”

Berdasarkan hasil observasi, permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah menurunnya jumlah pembeli yang datang ke toko. Hal ini terjadi setelah protokol kesehatan yang mengharuskan masyarakat untuk saling menjaga jarak disiarkan. Awal dibukanya toko “Kim Juli Store”, banyak pembeli yang datang baik masyarakat sekitar maupun dari pembeli lewat sosial media. Penghasilan bulanan toko juga dapat dikatakan stabil selama tiga bulan. Namun, setelah adanya protokol untuk menjaga jarak dan masyarakat yang mulai enggan untuk pergi keluar rumah membuat tokopun sepi akan pembeli. Pemilik yang menyadari hal tersebut berinisiatif untuk membuatkan toko akun Instagram yang bernama (Kim Juli Store 88) untuk menarik perhatian pelanggan dari berbagai daerah. Meskipun baru sedikit pengikut akun tersebut, dapat dilihat perkembangan pembeli yang mau menanyakan harga pakaian ataupun membeli pakaian dari toko “Kim Juli Store”. Beberapa pembeli juga sempat menanyakan harga pakaian yang tidak sesuai dengan kondisi COVID-19 saat ini.

Dengan kata lain, pembeli mengatakan bahwa pakaian di toko tersebut termasuk mahal. Permasalahan tersebut juga berdampak besar bagi jumlah pembeli yang mau berbelanja di toko “Kim Juli Store”.

Permasalahan kedua yaitu sulitnya pengantaran barang yang sudah dibeli di toko “Kim Juli Store”. Dilihat kembali, toko “Kim Juli Store” adalah sebuah *Home Store* atau toko yang terletak di rumah pemilik tokonya. Oleh karena itu, pembeli yang ingin berbelanja di toko “Kim Juli Store” harus datang langsung ke rumah pemilik toko untuk melihat pakaian ataupun mencobanya. Seperti permasalahan pertama, semenjak adanya protokol kesehatan yang sudah ditetapkan pemerintah, masyarakat enggan untuk keluar apalagi datang ke rumah orang yang tidak dikenal. Mendengar bahwa mereka harus datang secara langsung membuat pembeli mengurungkan niat untuk berbelanja di toko “Kim Juli Store”. Terutama pembeli yang tidak tau lokasi toko ataupun yang jaraknya jauh dari toko “Kim Juli Store”. Beberapa diantaranya menanyakan apakah ada jasa pengiriman barang seperti *Cash on Delivery* yang biasanya disebut (COD) . Oleh karena itu, pemilik toko hanya mengandalkan pembeli yang mau datang langsung ke toko dan terkadang mengirimkan pakaian lewat JNT bagi mereka yang memesan dari wilayah jauh.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang dapat diberikan untuk dua permasalahan diatas yaitu dengan cara membuat program kerja sebagai berikut:

1. Memaksimalkan penggunaan sosial media Instagram dan mempromosikan pakaian dengan cara memberi diskon dihari tertentu pada pelanggan.
2. Memfasilitaskan pembeli dengan jasa pengantaran barang berupa *Cash on Delivery* (COD). COD adalah salah satu metode pembayaran dalam bisnis *online* yang memungkinkan pembeli membayar ketika barang sudah diterima (Lita, 2020).

Untuk permasalahan pertama mengenai menurunnya jumlah pembeli yang datang dan juga keluhan mengenai harga dapat dihindari dengan cara memaksimalkan penggunaan sosial media Instagram. Salah satu sosial media yang sangat populer saat ini adalah instagram. Di Indonesia sendiri pengguna instagram berjumlah 19,9 juta jiwa atau sekitar 15% dari banyaknya penduduk di Indonesia berdasarkan survei APJII tahun 2016 (Rosalina, 2016). Media sosial merupakan suatu media alat bantu seseorang dalam bersosialisasi dengan lingkungan dan promosi hingga penjualan produk yang tidak secara langsung bertatap muka hanya dalam bentuk video promosi (Anna, 2020). Penggunaan media sosial ini difokuskan penjualan terhadap pembeli lewat akun sosial media instagram. Agar pemasaran ini bisa berjalan lancar, pelaku usaha harus bersabar dan menerapkan metode yang tepat, yaitu dengan target promosinya jelas dan interaksi dengan masyarakat berjalan dengan baik (Permana, 2019). Hal itu dapat dilakukan dengan cara mempromosikan akun “Kim Juli Store 88” untuk menambah jumlah pengikut, dengan begitu semakin banyak yang tau mengenai toko tersebut. Setelah hal itu dilakukan, mahasiswa akan memantau pembeli yang

bertanya lewat sosial media ataupun yang berniat untuk membeli pakaian di toko “Kim Juli Store”. Selain itu, mengenai permasalahan harga pakaian yang dikatakan mahal oleh beberapa pembeli, toko akan memberikan potongan harga di hari tertentu saja yang akan dijadwalkan setiap minggu. Jadi, pada hari senin akan di posting jadwal hari toko Kim Juli store akan memberi diskon pakaian untuk pembeli yang membeli pakaian lewat instagram. Dengan begitu, para pembeli akan tertarik untuk membeli pakaian saat melihat kata diskon dibandingkan sejak awal memposting harga yang memang murah namun tidak ada yang membeli.

Solusi permasalahan kedua mengenai sulitnya pengantaran barang yang sudah dibeli di toko “Kim Juli Store”. Pada saat observasi, pemilik mengatakan bahwa sangat sulit untuk mengirimkan barang apalagi pada saat pembeli yang ingin mengetahui kecocokan barang sebelum membeli. Disana tentunya pemilik toko harus mengirimkan barang terlebih dahulu untuk mengetahui apakah barang tersebut sudah sesuai dengan yang diinginkan atau tidak. Jika tidak maka uang yang dikeluarkan juga lebih banyak namun pembeli tidak jadi membeli pakaian tersebut. Begitu juga dengan pengantaran barang yang sudah dibeli, banyak pembeli tidak mau datang langsung ke *Home Store* dengan alasan tidak mau terpapar COVID-19 pada saat datang ke toko. Oleh karena itu, program kerja yang akan diterapkan adalah dengan memposting *real picture* atau foto asli dari pakaian yang diminati pelanggan di Instagram dan menyediakan jasa pengantaran barang berupa COD. Dengan begitu, pemilik tidak lagi perlu mengirimkan barang sebelum pembelian yang tentunya memerlukan uang untuk jasa pengantaran barang berupa JNT. Toko juga akan menyediakan jasa pengantaran barang berupa COD agar pembeli yang tidak mau datang langsung ke *Home Store* tidak perlu lagi khawatir akan terpapar virus COVID-19. Selain itu, pengiriman barang yang sudah dibeli juga akan dijadwalkan pada hari Sabtu setiap minggu terkecuali jika barang tersebut diperlukan segera oleh pembeli. Jadi, setiap hari sabtu mahasiswa dan satu mitra dari toko “Kim Juli Store” akan melakukan COD ke wilayah tertentu yang sudah ditetapkan yaitu wilayah Kemenuh, Sukawati, dan Ubud. Wilayah selain yang sudah dicantumkan akan dikenai ongkos kirim karena jauh dari toko “Kim Juli Store”.

Target yang ingin dicapai dengan diterapkannya kedua program kerja diatas adalah diharapkan agar usaha toko “Kim Juli Store” terus meningkat terutama pada jumlah pembeli. Pembeli yang bukan saja dari kalangan masyarakat sekitar , namun juga pembeli dari berbagai daerah yang melihat promosi pakaian yang sudah diposting di sosial media.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat selama 42 hari ini, dilakukannya tahapan-tahapan pelaksanaan, metode pendekatan, dan partisipasi masyarakat untuk menyelesaikan persoalan masyarakat sasaran. Tahapan pelaksanaan dan penyusunan laporan pengabdian masyarakat sesuai Buku Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar (LPPM Unmas, 2021).

Ketiga metode mahasiswa dapat menerapkan program kerja terhadap persoalan masyarakat sasaran di Desa Kemenuh. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai tahapan-tahapan yang ditempuh guna melaksanakan program kerja atas permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat sasaran. Adapun tahapan-tahapan pelaksanaan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Memberitahukan kepada masyarakat sasaran bahwa pelaksanaan program kerja dimulai pada hari Rabu, 3 Maret 2021.
2. Berkoordinasi dengan mitra yang bertugas untuk memantau jalannya akun sosial media Instagram dari toko “Kim Juli Store” setiap hari Senin.
3. Menanyakan kelangsungan program kerja pertama pada mitra yang bekerja sebagai *re-seller* lewat sosial media.
4. Datang ke toko “Kim Juli Store” untuk membungkus pakaian yang sudah dipesan oleh pembeli pada hari Sabtu.
5. Pergi ke wilayah-wilayah tempat COD berlangsung dengan salah satu mitra pada hari Sabtu.

Metode pendekatan yang digunakan oleh mahasiswa adalah dengan memberikan informasi dan edukasi mengenai penggunaan sosial media untuk menghasilkan keuntungan. Mahasiswa juga mendampingi masyarakat sasaran pada saat pelaksanaan kedua program kerja baik secara daring ataupun luring. Partisipasi masyarakat pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini sudah cukup baik dikarenakan dua mitra sudah ikut berpartisipasi secara langsung selama proses jalannya program kerja yang dilaksanakan di Desa Kemenuh.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Kemenuh dapat terlaksana dengan baik dan berlangsung dengan lancar. Hal ini terbukti dengan tercapainya program kerja yang diajukan oleh mahasiswa. Kerjasama antara mahasiswa dan masyarakat sasaran juga mensukseskan jalannya kedua program kerja. Program kerja yang diterapkan yaitu memaksimalkan penggunaan sosial media Instagram dan penggunaan jasa pengantaran COD oleh masyarakat sasaran dapat meningkatkan jumlah pembeli yang datang ke toko “Kim Juli Store”. Program kerja yang diterapkan oleh mahasiswa berjalan sesuai dengan harapan karena dibandingkan bulan sebelumnya, adanya peningkatan yang cukup signifikan dari jumlah pembeli yang membeli pakaian di toko “Kim Juli store”. Sebelum adanya program kerja yang diterapkan oleh mahasiswa, toko “Kim Juli Store” sepi akan pembeli, dan kedua mitra lainnya hanya bekerja pada saat adanya pembeli yang datang ke toko “Kim Juli Store”. Jadi, jika tidak ada pembeli, maka kedua mitra lainnya hanya mengupdate sosial media Instragram milik toko saja. Keberhasilan program kerja yang diterapkan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor baik dari faktor pendukung dan juga penghambat pelaksanaan program kerja.

1. Faktor Pendukung Jalannya Pelaksanaan Program Kerja:

Faktor pendukung datang dari dua mitra yaitu mitra kedua dan ketiga yang bersedia membantu jalannya program kerja pertama baik kedua. Mitra tersebut bernama Ni Made Cempaka dan Ni Nyoman Sukreni, meskipun beliau hanyalah orang yang membantu di toko “Kim Juli Store”, beliau dengan senang hati membantu mahasiswa untuk menjalankan kegiatan pengabdian kepada masyarakat tersebut. Kedua mitra tersebut membantu dalam pemberian informasi pembeli lewat sosial media dan juga bersedia ikut dalam pengantaran barang (COD). Dengan bantuan kedua mitra tersebut, mahasiswa dapat melancarkan jalannya program kerja pengabdian kepada masyarakat pertama dan juga kedua.



Gambar 1. Perencanaan program kerja yang dilakukan mahasiswa dan dibantu oleh pemilik usaha yang sangat antusias dengan kegiatan ini.

2. Faktor Penghambat Jalannya Pelaksanaan Program Kerja:

Faktor penghambat pelaksanaan program kerja adalah sulitnya untuk bertemu dengan pemilik toko sebagai mitra pertama. Selain sulitnya bertemu dengan pemilik, juga sulit untuk berkomunikasi lewat sosial media dengan pemilik toko “Kim Juli Store”. Meskipun pada saat observasi pemilik bersedia untuk menjadi masyarakat sasaran yang akan digunakan untuk pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, pada saat pelaksanaan beliau selalu tidak bisa ikut dengan alasan sibuk. Sulitnya bertemu pemilik tersebut menghambat jalannya pelaksanaan program kerja. Hal itu terjadi karena sulit bagi mahasiswa untuk datang ke toko yang berada dirumah pemilik sementara pemiliknya tidak ada dirumah. Sementara untuk bertemu dengan Mitra ketiga yaitu Ni Made Cempaka mudah dan hanya memerlukan komunikasi lewat sosial media. Oleh karena itu, hanya kedua mitra saja yang dapat ikut untuk pelaksanaan program kerja sementara pemilik sekaligus mitra pertama tidak dapat ikut. Faktor penghambat lainnya adalah mahasiswa hanya dapat bertemu secara daring dengan mitra kedua, jadi sulitnya mendapatkan foto untuk dijadikan bukti dokumentasi. Oleh karena itu, sulit untuk mendapatkan foto dokumentasi dengan mitra kedua yaitu Ni Nyoman Sukreni kecuali pada saat mengambil video pada saat observasi. Beberapa faktor diatas adalah faktor pendukung dan juga penghambat jalannya pelaksanaan kedua program kerja.

Tabel 1. Realisasi Pencapaian Program Kerja

No	Judul	Program Kegiatan	Realisasi
1	Strategi Meningkatkan Usaha Penjualan Pakaian Dengan Jasa dan Sosial Media di Desa Kemenuh	-Memaksimalkan penggunaan sosial media Instagram dan mempromosikan pakaian dengan cara memberi diskon dihari tertentu pada pelanggan. -Memfasilitaskan pembeli dengan jasa pengantaran barang berupa Cash on Delivery (COD)	70% 100%

Partisipasi dari masyarakat sasaran cukup baik, karena dari tiga mitra yang ikut dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dua diantaranya dapat mengikuti pelaksanaan program kerja selama pengabdian kepada masyarakat berlangsung. Partisipasi dari mitra pertama yaitu pemilik toko yang bernama Ni Made Juli hadir pada saat perencanaan program kerja saja dikarenakan kesibukan mitra pertama. Sementara dua mitra lainnya yang bekerjasama dengan pemilik tidak dapat ikut pada saat perencanaan. Pemilik menyetujui program kerja yang dianjurkan oleh mahasiswa dan bersedia ikut selama pelaksanaan program kerja. Namun, pada pelaksanaan minggu berikutnya pemilik selaku mitra pertama tidak bisa ikut. Saat pelaksanaan program kerja, mahasiswa didampingi oleh kedua mitra lainnya yaitu Ni Nyoman Sukreni dan Ni Made Cempaka. Kedua mitra tersebut memberikan informasi perkembangan jalannya kedua program kerja kepada mahasiswa dan juga ikut serta dalam pelaksanaan program kerja. Pelaksanaan program kerja pertama didampingi oleh mitra kedua sebagai reseller pakaian yang selalu mengupdate perkembangan akun instagram toko “Kim Juli Store”. Sementara mitra ketiga yaitu Ni Made Cempaka ikut berpartisipasi pada saat pelaksanaan program kerja kedua yaitu pengantaran barang atau COD setiap hari sabtu. Pemantauan program kerja selalu dilaksanakan oleh mahasiswa sesuai dengan jadwal kegiatan pengabdian kepada masyarakat didampingi oleh dua mitra yang bekerja di toko “Kim Juli Store”. Begitulah partisipasi masyarakat sasaran dalam melancarkan pelaksanaan program kerja pengabdian kepada masyarakat.



Gambar 2. Pengemasan produk yang dilakukan oleh pemilik toko dan dibantu oleh mahasiswa untuk diantarkan ke konsumen.



Gambar 3. Program kerja COD sekitar Desa Kemenuh untuk mempermudah pemilik usaha dalam menjual produknya yang dibantu oleh mahasiswa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengabdian kepada masyarakat atau yang biasanya disebut pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu bentuk pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat dengan membantu masyarakat sasaran untuk menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang sedang dihadapi. Masyarakat sasaran yang bekerjasama dengan mahasiswa adalah seorang pemilik toko pakaian bernama Ni Made Juli yang berasal dari Desa Kemenuh. Toko yg dimiliki oleh pemilik bernama “Kim Juli Store”. Selain pemilik toko, ada dua mitra lainnya yang membantu jalannya pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yaitu Ni Nyoman Sukreni dan Ni Made Cempaka. Adapun permasalahan yang dihadapi oleh pemilik toko adalah menurunnya jumlah pembeli di toko “Kim Juli Store” dan sulitnya pengantaran barang yang sudah dibeli di toko Kim Juli Store. Kedua permasalahan tersebut dihadapi oleh pemilik semenjak meluasnya kasus pandemi COVID-19 dan diterapkannya protokol kesehatan untuk menjaga jarak. Melihat permasalahan tersebut, mahasiswa memberikan dua solusi permasalahan yang dapat mengatasi permasalahan masyarakat sasaran. Pertama, memaksimalkan penggunaan sosial media Instagram dengan mempromosikan pakaian dengan cara memberi diskon dihari tertentu pada pelanggan. Kedua adalah dengan memfasilitaskan pembeli dengan jasa pengantaran barang berupa *Cash on Delivery* (COD).

Pelaksanaan program kerja pertama dilakukan setiap hari Senin dan pelaksanaan program kerja kedua dilakukan setiap hari Sabtu. Dalam pelaksanaan program kerja juga terdapat faktor pendukung dan penghambatan pelaksanaan program kerja. Faktor pendukung pelaksanaan adalah mudahnya kerjasama dari dua mitra untuk melancarkan program kerja. Sementara faktor penghambat adalah kurangnya partisipasi pemilik selaku mitra utama dalam pelaksanaan program kerja. Meskipun adanya beberapa kendala pada saat pelaksanaan program kerja, kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kemenuh dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan harapan mahasiswa. Hal tersebut dibuktikan dengan tercapainya program kerja yang diterapkan oleh mahasiswa. Dapat dilihat perubahan yang

signifikan dari jumlah pembeli di toko “Kim Juli Store” dibandingkan dengan bulan sebelumnya.

Adapun saran yang diperlukan untuk mengefektifkan solusi yang diberikan adalah untuk masyarakat sasaran dapat ikut serta dalam pelaksanaan program kerja. Partisipasi masyarakat sasaran berpengaruh sangat penting demi lancarnya pelaksanaan program kerja. Apabila partisipasi masyarakat kurang, maka akan datangnya banyak kendala yang nantinya akan menghambat proses jalannya program kerja. Meskipun masyarakat sasaran hanya dapat memantau kegiatan, dan tidak ikut langsung dalam salah satu program kerja, akan lebih baik jika masyarakat mudah dihubungi agar kendala dapat diselesaikan dengan cepat. Kepada pelaksana pengabdian kepada masyarakat yaitu mahasiswa juga harus dapat dengan cepat menyelesaikan kendala-kendala yang datang pada saat pelaksanaan program kerja. Dengan begitu, hambatan yang terjadi seperti pada saat pelaksanaan program kerja dapat segera diatasi. Demikian laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dapat disampaikan, semoga solusi dari permasalahan masyarakat sasaran dapat diteruskan meski tanpa pendampingan mahasiswa kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anna, Suci N. (2020). Laporan Pengabdian kepada Masyarakat Daring Masa Pandemi Covid 19 di Desa Dajan Peken Kecamatan Tabanan Kabupaten Tabanan. Surakarta: Institute Seni Indonesia Surakarta.
- Lita. (2020). Arti, Cara Cod (Cash on Delivery), & Tips Transaksi Yang Aman. Diakses 22 April 2021, dari <https://keepack.id/cara-cod-tips-transaksi-yang-aman/>
- LPPM Unmas. (2020). Buku Pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Lutfi, Dea. (2017). *Mewujudkan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. Bandung. Diakses 20 April 2021, dari <https://purwaharjakknsisdamas2017.wordpress.com/2017/03/17/mewujudkan-usaha-kecil-dan-menengah-ukm-di-dusun-wargamulya-ditulis-oleh-dea-lutfi/>
- Permana, Andrian. (2019). Pemasaran Melalui Media Sosial: Solusi Pemasaran Digital Bisnis Anda. Diakses 22 April 2021, dari <https://seoanaksholeh.com/pemasaran-melalui-media-sosial/>
- Rosalina, Evi. (2018). Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Pakaian Wanita Aris Grosir di Kabupaten Bantul). *Seminar Nasional & Call for Paper*, 166-179.