

MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN TATA PENGELOLAAN STOK BARANG PADA UMKM PAYUK SARI GERABAH BALI

I Wayan Widnyana^{1,*}, Ni Komang Triswari Jayantini²

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: wywid@unmas.ac.id

ABSTRAK

Program kuliah Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu program Universitas Mahasaraswati sebagai salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian mahasiswa terhadap perusahaan ini bertujuan untuk memberikan pengalaman lapangan kepada mahasiswa tentang kondisi perusahaan secara langsung dan juga untuk membentuk sikap mandiri dan tanggung jawab mahasiswa selama melaksanakan kegiatan Pengabdian Masyarakat salah satu perusahaan yang menjadi tempat penulis yaitu UMKM Payuk Sari Gerabah Bali yang beralamat di Jalan Widuri, Br. Basang Tamiang, Kapal, Mengwi - Badung. Perusahaan ini bergerak dibidang kerajinan tangan dari tanah liat dengan menjual berbagai macam gerabah, seperti tempaya, periuk, belanga, kendi dan celengan. Permasalahan yang muncul pada saat melakukan observasi pada UMKM Payuk Sari Gerabah Bali yaitu yang pertama dilihat dari hasil foto produk yang kurang bagus dan rapi saat dipromosikan di media sosial sehingga tampilan foto tidak menarik. Selain itu ada satu permasalahan lagi yang ditemui, yaitu stok barang dan display yang masih tertata kurang rapi. Solusi yang dapat kami berikan yaitu, dengan memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai cara pengembangan marketing untuk meningkatkan penjualan. Serta memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai penataan stok barang dan display agar terlihat rapi dan mudah ditemukan.

Kata Kunci: Promosi, Blend Aplikasi, Penataan.

ANALISIS SITUASI

Persaingan dunia usaha yang semakin kompetitif, mendorong perusahaan untuk menjadikan sumber daya manusia sebagai asset utama dan mitra strategis dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan seringkali bersaing untuk mendapatkan SDM yang kompeten dan berkualitas sendini mungkin.

Pelaku usaha telah melakukan berbagai cara merespon kondisi sulit ini untuk mempertahankan usahanya. Kurangnya mobilitas massa di sekitar pasar tentu menghambat laju promosi yang berpengaruh pada tingkat penjualan. Mengatasi hal tersebut, pemasaran secara online melalui media sosial merupakan langkah tepat yang harus dilakukan oleh para pelaku usaha (Setiawati, 2020). Pengembangan teknologi digital memungkinkan para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya secara online dan melakukan transaksi melalui sistem perbankan secara online pula.

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan bisnis untuk merangsang permintaan untuk produk atau layanan dan memastikan bahwa produk dijual dan

dikirimkan ke pelanggan (Hasan, 2009). Perusahaan harus dapat menerapkan strategi bauran pemasaran yang baik, antara lain dengan: Produk, harga, promosi dan distribusi. Produk itu sendiri memiliki unsur antara lain: bentuk produk, kualitas produk dan tampilan produk.

UMKM Payuk Sari Gerabah Bali berdiri tahun 1980, yang beralamat di Jalan Jalan Widuri, Br. Basang Tamiang, Kapal, Mengwi - Badung. Perusahaan ini bergerak dibidang kerajinan tangan dari tanah liat dengan menjual berbagai macam gerabah, seperti tempaya, periuk, belanga, kendi dan celengan. UMKM Payuk Sari Gerabah Bali memasarkan produknya melalui media online seperti Instagram, Tiktok dan Facebook. Perkembangan UMKM Payuk Sari Gerabah Bali ini, dinilai belum signifikan dan jumlah pelanggannya kurang stabil, karena di wilayah Mengwi toko gerabah ini memiliki banyak pesaingnya dan banyak yang menekuni kerajinan dari tanah liat. Hal ini yang membuat persaingan bisnis di media sosial.

Permasalahan yang muncul pada saat melakukan observasi pada UMKM Payuk Sari Gerabah Bali yaitu yang pertama dilihat dari hasil foto produk yang kurang bagus dan rapi saat dipromosikan di media sosial sehingga tampilan foto tidak menarik. Sehingga bagaimana cara mengembangkan marketing agar menarik minat pelanggan dan meningkatkan pelanggan baru untuk meningkatkan penjualan. Karena dilihat dari media online, banyak toko – toko lain yang menjual produk mereka di sosial media dengan tampilan foto yang menarik.

Selain itu ada satu permasalahan lagi yang ditemui, yaitu stok barang dan display yang masih tertata kurang rapi. Dengan kondisi stok barang di rak yang tidak rapi sulit untuk menemukan jenis barang yang akan dicari. Barang yang di pajang pada rak display juga terlihat banyak sehingga sulit bagi customer yang ingin mengambil gerabah yang mereka inginkan. Jika dibiarkan, tentunya dapat memecah konsentrasi staff ketika bekerja dan membuat customer tidak nyaman. Saat sedang jenuh atau berada dalam tekanan, pikiran bisa semakin kacau saat susah menemukan barang yang ingin dicari pada rak stok yang terlihat berantakan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

1. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai bagaimana cara pengembangan marketing untuk meningkatkan penjualan.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai bagaimana cara melakukan penataan stok barang dan display agar terlihat rapi dan mudah ditemukan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan adalah prosedur atau cara yang ditempuh untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu usaha atau kegiatan tertentu yang dilakukan untuk mewujudkan rencana atau program dalam kenyataannya. Adapun tahapan atau langkah – langkah penerapan program yang telah diusulkan dimulai dari tahap persiapan/observasi hingga tahap evaluasi adalah sebagai berikut :

1. Tahap pelaksanaan

a. Tahap Awal/Persiapan (Observasi)

Menurut Anwar Sutuyo (2014:69-71) secara garis besar terdapat dua rumusan tentang pengertian observasi, yaitu pengertian secara sempit dan luas. Dalam arti sempit, observasi berarti pengamatan secara langsung terhadap gejala yang diteliti, dalam arti luas, observasi meliputi pengamatan yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung terhadap obyek yang sedang diteliti. Tahap pelaksanaan observasi dalam pengabdian masyarakat dilakukan dengan mengamati situasi yang ada pada UMKM Payuk Sari Gerabah Bali yang berada di wilayah Kapal - Mengwi. Tahap Observasi ini dilakukan pada tanggal 11 Juli 2024 – 15 Juli 2024.

b. Tahap Pelaksanaan

Menurut Wiestra, dkk (2014:12) Pelaksanaan adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk melaksanakan semua rencana dan kebijakan yang telah dirumuskan dan ditetapkan dengan melengkapi segala kebutuhan alat-alat yang diperlukan, siapa yang akan melaksanakan, dimana tempat pelaksanaannya dan kapan waktu dimulainya. Dalam tahap pelaksanaan mahasiswa mempersiapkan materi pelatihan yang akan dilakukan kepada rekan kerja terhadap bagaimana cara meningkatkan marketing serta merapikan stok – stok barang yang berantakan.

c. Tahap Evaluasi

Menurut Divayana (2016) evaluasi merupakan proses penilaian pencapaian tujuan dan pengungkapan masalah kinerja program/kegiatan untuk memberikan umpan balik bagi peningkatan kualitas kinerja program/kegiatan. Dalam tahap ini menjelaskan mengenai tercapainya atau tidak program kerja yang telah disepakati. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Memberikan pelatihan mengenai cara meningkatkan marketing agar terlihat menarik di media sosial untuk meningkatkan penjualan serta memberikan pelatihan tentang cara merapikan stok barang.
2. Melaksanakan pendampingan tentang cara meningkatkan marketing agar terlihat menarik di sosial media untuk meningkatkan penjualan serta cara merapikan stok barang.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dari semua pelatihan yang telah dilaksanakan, keberhasilan terhadap program kerja pengabdian masyarakat yang telah dibuat sudah berjalan dengan baik. Partisipasi semua karyawan juga sangat membantu kelancaran program kerja pengabdian masyarakat ini. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, berikut ini pencapaian program kerja pengabdian masyarakat:

1. Pelatihan dan pendampingan mengenai cara meningkatkan pemasaran agar terlihat menarik di media sosial untuk meningkatkan penjualan.

Permasalahan mengenai cara meningkatkan penjualan agar terlihat menarik di media sosial untuk meningkatkan target konsumen memang begitu sulit dilakukan. Itu dikarenakan banyak toko – toko lain di media sosial yang menawarkan produknya dengan tampilan foto yang bagus dan menarik sehingga customer tertarik dengan produk tersebut. Selain itu, dengan mengadakan diskon disetiap produk akan menarik minat pelanggan untuk berbelanja. Namun mahasiswa berusaha memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai cara meningkatkan penjualan agar terlihat menarik di media sosial, yaitu:

- a) Hal pertama yang dilakukan adalah membuat tampilan foto produk agar terlihat bagus dan menarik, kemudian mengedit foto dengan menggunakan aplikasi Blend.
- b) Hal kedua yang dilakukan adalah mengupload foto produk gerabah yang sudah di edit pada semua akun media social, seperti Instagram, Tiktok dan Facebook.



Gambar 1&2. Pelatihan dan Pendampingan mengenai cara meningkatkan penjualan di media sosial dan mengedit foto menggunakan aplikasi blend untuk meningkatkan penjualan

2. Pelatihan dan pendampingan mengenai cara melakukan penataan stok gerabah di rak dan display gerabah agar terlihat rapi.

Permasalahan mengenai bagaimana cara melakukan penataan stok gerabah dan display gerabah agar rapi tidak begitu sulit untuk dilakukan. Pendampingan ini sangat mengasikkan dilakukan namun membutuhkan waktu yang cukup lama dalam melakukan ini. Mahasiswa pun

memberikan beberapa cara untuk menata stok – stok gerabah dan display gerabah yang ada, yaitu:

- a) Menata stok gerabah dengan mengumpulkannya berdasarkan model dan jenis yang sama.
- b) Melakukan inventory kembali terhadap gerabah yang sudah selesai dirapikan untuk memastikan kebenaran jumlah stok barang.
- c) Menginput hasil inventory data ke komputer untuk menghindari data yang hilang, dan memastikan jumlah barang asli sesuai dengan data di komputer.
- d) Menata gerabah pada rak display, kemudian mengganti gerabah yang model lama ke model baru.
- e) Menata kembali gerabah model baru berdasarkan jenisnya, dan membuat kesan agar terlihat rapi.
- f) Menjaga kebersihan produk gerabah yang dipajang.



Gambar 3&4. Pelatihan mengenai penataan stok gerabah pada rak dan display

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai program kerja yang telah diberikan, kesimpulan yang didapat yaitu bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan sesuai dengan program yang telah direncanakan. Semua rekan kerja mampu bekerjasama dengan baik, sehingga terealisasinya program kerja tersebut. Dan hasil yang didapat semoga kedepannya karyawan bisa mengembangkan teknik marketing untuk meningkatkan penjualan perusahaan dan bila memungkinkan untuk meminimalisir sepi terhadap penjualan. Selain itu, para karyawan terlihat sangat antusias dan memberikan respon positif saat mengikuti kegiatan pelatihan ini. Hal ini ditunjukkan mulai dari awal kehadiran, materi, dan praktek kegiatan yang melibatkan keaktifan semua karyawan. Aspek kognitif (pemahaman) dan aspek afektif (sikap) terhadap materi pelatihan sangat baik, dibuktikan dengan adanya karyawan yang langsung bisa mempraktekkan mengedit foto lalu mengupload foto gerabah melalui sosmed. Sehingga dapat dinyatakan bahwa

pengetahuan dan keterampilan karyawan dalam penggunaan teknologi informasi untuk pemasaran menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan, berikut adalah beberapa saran untuk UMKM Payuk Sari Gerabah Bali agar program kerja yang dilakukan dapat bermanfaat yaitu:

1. Selalu menjaga susunan produk gerabah disetiap model yang telah ditata dengan rapi dan jangan meletakkan barang dengan sembarangan.
2. Dikarenakan jumlah gerabah yang setiap bulan semakin meningkat, agar sewaktu – waktu diadakan clearance sale, selain untuk mengurangi jumlah stok, hal tersebut juga menarik minat pelanggan baru untuk berbelanja sehingga penjualan semakin meningkat.
3. Agar kedepannya lebih kreatif dalam mempromosikan produk untuk hasil yang lebih menarik sehingga pelanggan akan lebih tertarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran Edisi Tiga*
- Kurniawan, Gogi. “Kewirausahaan Di Era Revolusi Industri 4.0.”(2019)
- Nisa, I. F., & Fathoni, M. I. A. (2022). Pelatihan Strategi Marketing Bagi Masyarakat Desa Kanten Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Journal of Research Applications in Community Service*, 1(1), 7-14.
- Setiawati, P. S. (2020, Juli). Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 16-29.
- Sutoyo, Anwar. (2014). *Pemahaman Individu*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Wiestra dalam Febriyanti, (2014). *Pelaksanaan Pemberian Izin Oleh Kepolisian*. Lampung: Universitas Lampung. Hlm 12