

STRATEGI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING PADA WIN KONVEKSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi^{1,*}, Ni Putu Nia Ayunita Sari²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

*Email: gedejodi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Strategi pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penetapan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen. Oleh sebab itu, agar mencapai keuntungan serta tujuan yang diharapkan oleh perusahaan, perusahaan harus dapat membangun strategi pemasaran yang baik dan tepat. WIN Konveksi merupakan badan usaha yang dikelola secara perseorangan. Pada era globalisasi ini, setiap kegiatan usaha berkembang menjadi lebih baik yang mengakibatkan persaingan dalam dunia usaha bertambah ketat. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan atau para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi tersebut WIN Konveksi ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi jasa sablon & jahit produksi kaos polo *shirt*, kemeja, *hodie*, *jacket*, dan lainnya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik serta memberi manfaat kepada pemilik usaha. Pengabdian dilaksanakan selama lima minggu dengan menjalankan tiga program kerja yang diharapkan dapat memberikan pemahaman serta peningkatan penjualan. Adapun program kerja yang dilaksanakan yaitu Memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra dalam menggunakan digital marketing, Pendampingan dan membantu mitra dalam pembuatan platform digital seperti akun instagram dan tiktok, Membantu mitra membuat Instagram reel dan konten tiktok yang kreatif dan menarik untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas usaha.

Kata Kunci: Strategi, Digital Marketing, Meningkatkan Penjualan

ANALISIS SITUASI

Pada era globalisasi ini, setiap kegiatan usaha berkembang menjadi lebih baik yang mengakibatkan persaingan dalam dunia usaha bertambah ketat. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan atau para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi tersebut. Tingkat persaingan yang ketat akan mendorong setiap usaha untuk menghasilkan berbagai ide inovatif yang berbeda untuk mengalahkan persaingan, serta meningkatkan pendapatannya terutama untuk usaha yang beroperasi di industri yang sama.

Persaingan ketat yang melibatkan banyak pelaku usaha tentunya menuntut para pelaku usaha tersebut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan kondisi bisnis. Dalam menghadapi persaingan ini, menjalankan usaha memerlukan strategi yang baik untuk membantu pemilik usaha mengantisipasi dampak dari peristiwa tersebut dan mampu bersaing. Strategi merupakan rencana yang dikembangkan oleh perusahaan yang berfokus pada tujuan jangka panjang yang akan meningkatkan kualitas bisnis

perusahaan. Tentunya dalam setiap bisnis, perusahaan harus memiliki strateginya sendiri untuk melancarkan bisnis yang telah dijalankan serta memaksimalkan keuntungan.

Dalam industri perdagangan, strategi pemasaran yang baik dapat menjadi kunci terhadap keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan dan meningkatkan jumlah pelanggan serta penjualan. Strategi pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha melalui perencanaan, penetapan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen. Oleh sebab itu, agar mencapai keuntungan serta tujuan yang diharapkan oleh perusahaan, perusahaan harus dapat membangun strategi pemasaran yang baik dan tepat.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada WIN Konveksi yang beralamat di Jalan Kadjong Selemam II Br. Bersih Tegal Darmasaba Abiansemal-Badung. WIN Konveksi atau yang sering dikenal sebagai WIN Konveksi ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi jasa sablon & jahit produksi kaos polo shirt, kemeja, hodie, jacket, dan lainnya.

Masalah yang terungkap dari hasil observasi pada WIN Konveksi ini adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan pemiliki WIN Konveksi dalam menggunakan digital marketing. Dalam era digital yang semakin maju ini, banyak pelaku usaha, menghadapi tantangan besar dalam meningkatkan penjualan dan memperluas pasar mereka. Salah satu kendala utama adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan digital marketing dan media sosial. Banyak yang masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang tidak lagi efektif di era digital ini. Akibatnya, mereka kehilangan peluang besar untuk meningkatkan penjualan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Tanpa kehadiran yang kuat di media sosial, pelaku usaha akan sulit menjangkau dan menarik perhatian konsumen potensial. Selain itu, ketidaktahuan dalam strategi digital marketing dapat menyebabkan pemborosan anggaran dan usaha yang tidak efektif. Banyak pelaku usaha yang merasa frustrasi karena upaya mereka tidak memberikan hasil yang diharapkan, dan hal ini berdampak langsung pada kelangsungan bisnis mereka.

Selain itu di PT. Wedanata Industri Nusantara ini juga belum memanfaatkan potensi media sosial, dimana dimasa saat ini media sosial sangat melaju dengan pesat, dimana masyarakat berbelanja serba online. Menurut Nasrullah dan Rulli (2015), media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Menurut Puspitarini dan Nuraeni (2019), para pelaku bisnis memerlukan media pemasaran yang efektif dengan tujuan memperluas pangsa pasarnya. Menurut Williams et al., (2012) Media sosial sebagai alat pemasaran tentunya berkaitan dengan komunikasi pemasaran. Sosial media memungkinkan pengguna untuk melakukan komunikasi dengan jutaan pengguna lainnya.

WIN Konveksi juga belum mampu untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha melalui platform digital, padahal dengan memperhatikan visibilitas yang dibangun menggunakan website serta memanfaatkan konten marketing akan menjadi titik awal bagi calon pembeli untuk mencari informasi tentang produk. Dengan adanya konten marketing yang kita buat di akun media sosial dengan jenis pemasaran menggunakan Instagram Reel juga sangat efektif dalam menarik konsumen, biasanya Instagram Reel memungkinkan para pengguna untuk membuat video singkat selama 15 detik dengan pilihan audio, efek, dan tools kreatif lainnya.

Tidak hanya itu, fitur ini juga memungkinkan untuk menggabungkan atau merekam beberapa klip untuk dapat menjadi satu video yang utuh. Apalagi dengan desain yang menarik dan kreatif akan menarik minat para konsumen. Adanya media pemasaran melalui Instagram Reel diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada WIN Konveksi. Selain itu pembeli juga bisa menemukan review tentang produk yang kita jual di Google sehingga minat untuk membeli semakin besar.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diperoleh permasalahan yang terjadi pada WIN Konveksi yaitu:

1. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan WIN Konveksi dalam menggunakan digital marketing
2. Kurangnya pengetahuan tutorial pembuatan akun media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk memasarkan produk
3. Kurangnya visibilitas dan daya saing usaha melalui platform digital

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat dan hasil dari observasi pada WIN Konveksi, adapun solusi yang dapat diberikan yang dituangkan ke dalam program dengan spesifikasi kegiatan antara lain:

1. Membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan WIN Konveksi dalam menggunakan digital marketing
2. Membantu WIN Konveksi membuat akun media sosial seperti TikTok dan Instagram untuk memasarkan produk, sekaligus memberikan simulasi mengenai cara pembuatan media sosial
3. Membantu WIN Konveksi meningkatkan visibilitas dan daya saing usaha melalui platform digital

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode dalam kegiatan untuk menjalankan program kerja di WIN Konveksi, sebagai berikut :

1. Metode Observasi

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis rencana program yang akan dilakukan di

perusahaan. Pada metode ini penulis turun langsung untuk mengamati secara langsung di lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.

2. Metode Perencanaan Program

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi dimana mahasiswa turun langsung pada lingkungan perusahaan serta melakukan konsultasi dengan pihak pimpinan perusahaan dan dosen pembimbing, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut.

3. Metode Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, program kerja yang telah direncanakan untuk seluruh bidang dilakukan di perusahaan sesuai dengan program kerja dan waktu pelaksanaan yang telah dibuat.

4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dalam hal ini dokumentasi sebagai bukti bahwa berjalannya Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di lokasi atau tempat kerja.

5. Metode Evaluasi

Pembenahan akhir dan pemantauan pada pelaksanaan tugas yang telah dilaksanakan.

6. Penyusunan Laporan

Pembuatan laporan sebagai rekomendasi untuk perusahaan ke depan dimana laporan tersebut merupakan rangkuman dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan strategi pemanfaatan digital marketing pada WIN Konveksi dalam meningkatkan penjualan telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang telah dilaksanakan. Adapun realisasi pencapaian program kerja dapat dilihat pada Tabel 1 dibawah ini :

Tabel 1. Spesifikasi Hasil Kegiatan

No	Jenis Program Kerja	Spesifikasi Program Kerja	Keterangan
1.	Memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra dalam menggunakan digital marketing	Memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra dalam penggunaan digital marketing agar lebih meningkatkan daya jual melalui situs online seperti sosial media yang sedang viral tiktok dan instagram	100%
2.	Pendampingan	dan membantu nmitra dalam pembuatan platfrom digital seperti akun instagram dan tiktok	100%

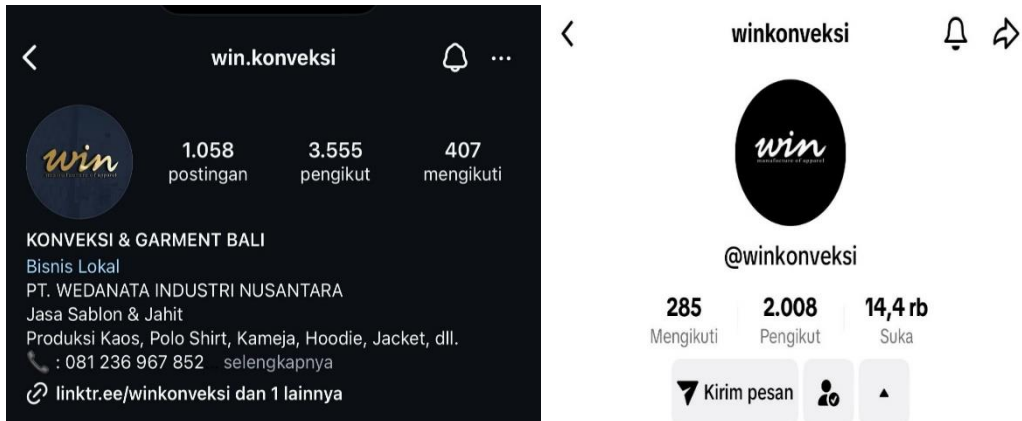
3.	Membantu mitra membuat Instagram reel dan konten tiktok yang kreatif dan menarik untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas usaha	Memberikan edukasi kepada mitra cara membuat Instagram reel dan konten tiktok yang kreatif dan menarik dengan harapan peningkatan penjualan serta memudahkan calon pelanggan melihat review pembeli lainnya	100%
----	--	---	------



Gambar 1. Memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra dalam menggunakan digital marketing

Hasil dari gambar 1 yaitu, berfokus pada memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra dalam penggunaan pemasaran digital di WIN Konveksi, berhasil mencapai target 100%. Sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menggunakan digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Program ini melibatkan pembekalan materi tentang digital marketing, pelatihan penggunaan media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta pembuatan konten kreatif.





Gambar 2. Pendampingan membantumitra dalam pembuatan platform digital seperti akun instagram dan tiktok

Hasil Gambar 2 menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan dan bantuan dalam pembuatan platform digital seperti Instagram dan TikTok telah dilaksanakan dengan baik dan mencapai realisasi 100%. Program ini bertujuan untuk membantu mitra dalam memanfaatkan platform digital tersebut untuk mempromosikan produk-produk mereka. Semua tahapan dalam program ini berjalan lancar, termasuk dalam proses pembuatan akun media sosial dan pembuatan konten awal.



Gambar 3. Membantu mitra membuat Instagram reel dan konten tiktok yang kreatif dan menarik untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas usaha

Hasil dari program kerja menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan Instagram Reels dan konten TikTok yang kreatif dan menarik telah berhasil dilaksanakan dengan realisasi 100%. Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan visibilitas usaha WIN Konveksi dengan memanfaatkan platform media sosial yang populer. Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan mempermudah calon pelanggan dalam melihat review dari pembeli lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada era globalisasi ini, setiap kegiatan usaha berkembang menjadi lebih baik yang mengakibatkan persaingan dalam dunia usaha bertambah ketat. Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut perusahaan atau para pemilik usaha untuk selalu memiliki strategi agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang dalam situasi tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di WIN Konveksi yang merupakan salah satu usaha beralamat di Jalan Kadjong Seleman II Br. Bersih Tegal Darmasaba, Abiansemal, Badung, Bali. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik serta memberi manfaat kepada pemilik usaha. Pengabdian dilaksanakan selama lima minggu dengan menjalankan tiga program kerja yang diharapkan dapat memberikan pemahaman serta peningkatan penjualan. Adapun program kerja yang dilaksanakan yaitu Memberikan sosialisasi dan pendampingan kepada mitra dalam pemanfaatan digital marketing, Pendampingan dan membantu mitra dalam pembuatan intragram, tiktok dan shoppe yang nantinya akan memudahkan untuk melakukan promosi dan Memberikan edukasi kepada mitra cara membuat Instagram reel yang kreatif dan menarik dengan harapan peningkatan penjualan serta membantu mitra untuk meningkatkan daya saing serta visibilitas usaha dengan melakukan share konten serta iklan secara berkala.

Saran

Dalam program pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar ini berjalan dengan baik serta terealisasikan secara teratur. Dalam hal ini pelaksana menyarankan kepada mitra saran agar konsisten dan disiplin dalam menerapkan program-program kerja yang telah terlaksana, sehingga nantinya akan lebih meningkatkan keuntungan dan mengetahui perkembangan atau kelangsungan usaha mitra. Selain itu, program kerja yang telah dilakukan diharapkan mitra secara konsisten menerapkannya sehingga akan mendatangkan lebih banyak calon customer dan memperluas target.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Permadi, I. K. O., Dewi, N. K. U. K., & Orlanda, N. P. A. (2024). Peningkatan Branding Pemasaran Melalui Media Sosial dan Optimalisasi Pencatatan Tata Kelola Keuangan Menggunakan Aplikasi Credibook Pada UMKM Kue Gabin Tirta Nadi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 3(1), 416–422.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & McCar-ty, P. (2012). The use of social media:an explor-atory study of uses among digital natives. *Journal of Public Affairs*, Vol. 12 No. 2, pp. 127-136