

## **PENERAPAN STRATEGI *CONTENT MARKETING* & PENGEMBANGAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO KASYARAA.CO**

**Bagus Nyoman Kusuma Putra<sup>1,\*</sup>, Ni Putu Devi Reina Putri<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: bgskusumaputra@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan di Toko Kasyaraa.co melalui penerapan strategi content marketing dan pengembangan social media marketing. Dalam kegiatan ini, metode yang digunakan meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan melibatkan pemenuhan kebutuhan alat dan materi, termasuk pembuatan konten yang menarik. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, strategi content marketing diterapkan dengan merencanakan konten promosi yang terjadwal dan diposting di media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pelaksanaan ini juga mencakup penggunaan e-commerce seperti TikTok Shop untuk promosi lebih lanjut. Evaluasi dilakukan untuk menilai perkembangan toko setelah program kerja berjalan, dengan komunikasi antara pelaku usaha dan mahasiswa yang terus dijaga baik secara langsung maupun daring. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan dalam pemahaman dan kemampuan karyawan dalam membuat konten yang menarik dan relevan, serta peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial. Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa penerapan strategi content marketing dan pengembangan social media marketing berhasil meningkatkan efektivitas promosi dan penjualan Toko Kasyaraa.co. Kegiatan ini menunjukkan bahwa adaptasi terhadap tren pemasaran digital sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi

**Kata Kunci:** *Content Marketing, Social Media Marketing, E-Commerce, Digital Marketing*

### **ANALISIS SITUASI**

Toko kasyaraa.co merupakan perusahaan yang bergerak pada industri fashion yang berdiri pada tahun 2020 yang beralamat di Jl. Raya Padang Luwih No. 137f, Dalung, Kec, Kuta Utara Kabupaten Badung. Kasyaraa.co menyediakan segala jenis pakaian khusus wanita.

Saat ini, media sosial digunakan sebagai alat untuk menyebarkan informasi dengan lebih cepat. Tidak hanya untuk hiburan tetapi bisnis juga sering menggunakannya untuk mempromosikan bisnis mereka, Content marketing adalah strategi pemasaran media sosial yang paling umum digunakan ( Puspitarini & Nuraeni, 2019 ). Definisi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa pasar sasaran yang ingin dicapai perusahaan dan yang dapat memuaskan pasar sasaran tersebut. Menurut (Philip Kotler et al., 2019) , content marketing merupakan aktivitas pemasaran yang mencakup pembuatan konten, pemilihan, pembagian dan pengembangan kpten yang menarik, relevan dan bermanfaat dengan sasaran demografis tertentu dengan tujuan menciptakan interaksi antara konten yang sudah ada

dan khalayak yang sudah ada. Dengan adanya content marketing yang digunakan toko Kasyaraa.co dapat menarik dan mendapatkan target pasar dengan cara mendistribusikan konten yang relevan yang berhubungan dengan produk yang bersangkutan.

Banyaknya pesaing di usaha yang sejenis menjadi tantangan perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk mereka, maka toko Kasyaraa.co perlu mengembangkan strategi marketing dalam memasarkan produk. Social media marketing adalah salah satu bentuk pemasaran produk dengan memanfaatkan jaringan internet dalam berupaya mencapai tujuan pemasaran merk dan komunikasi melalui partisipasi diberbagai jaringan media sosial (Rognerud, 2008; Dewi dan Darma, 2019 ). Media sosial yang berkembang di dominasi aplikasi pada perangkat selular antara lain twitter, instagram, tiktok, facebook dan lain sebagainya.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi dan wawancara secara langsung dengan Kasyaraa.Co didapatkan permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan Kasyaraa.Co , yaitu :

1. Toko Kasyaraa.co belum optimal dalam memanfaatkan content marketing untuk mempromosikan produknya. Hal ini menyebabkan pengenalan produk kepada pasar berjalan lambat dan kurang mengikuti tren terkini
2. Kasyaraa.co juga belum mengoptimalkan potensi social media marketing dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan produk. Akibatnya, toko ini kurang mampu bersaing secara efektif dengan kompetitor yang telah memanfaatkan media sosial dengan lebih baik.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Kasyaraa.Co yang berlokasi di Jalan Raya Padang Luwih No 137 F , maka solusi yang dapat kami berikan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh Kasyaraa.Co , sebagai berikut :

1. Melakukan pelatihan terhadap karyawan Kasyaraa.co untuk meningkatkan kemampuan dalam membuat konten yang relevan dan menarik bagi target pasar. Ini termasuk perencanaan jadwal konten secara konsisten, serta memperbarui konten lama agar sesuai dengan tren terbaru.
2. Mengembangkan penggunaan media sosial dengan bekerja sama dengan platform e-commerce seperti TikTok Shop dan Shopee. Selain itu, melatih karyawan Kasyaraa.co untuk melakukan promosi produk melalui fitur-fitur media sosial seperti live sale di TikTok, guna meningkatkan engagement dan penjualan secara langsung.

### **METODE PELAKSANAAN**

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam pelaksanaan program kerja ini adalah sebagai berikut :

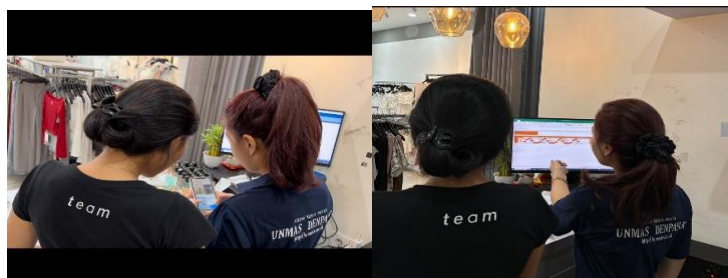
1. Pada tahap persiapan, mahasiswa mempersiapkan segala alat dan bahan materi

- yang dibutuhkan selama program pengabdian pada masyarakat berlangsung, seperti alat untuk proses dokumentasi dan beberapa materi pembuatan konten menarik yang akan dijadikan contoh dalam proses pembuatan konten.
2. Pada tahap pelaksanaan penulis melakukan kerjasama bersama para staff lainnya untuk menerapkan strategi content marketing untuk menghasilkan konten promosi yang sudah terjadwal rilis untuk di upload di sosial media guna mempromosikan produk untuk meningkatkan penjualan, serta melakukan pendampingan dalam setiap pelaksanaan program yang telah dibuat.
  3. Pada tahap evaluasi, Setelah semua program kerja terlaksana, mahasiswa mengevaluasi bagaimana perkembangan dari Toko Kasyaraa.Co . Pelaku usaha dengan mahasiswa saling berkomunikasi, baik secara langsung atau secara daring untuk saling menginformasikan bagaimana perkembangan Toko Kasyaraa.Co setelah dilakukannya program kerja oleh mahasiswa.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Setelah dijalankannya program kerja pada Toko Kasyaraa.co , maka dapat dilihat peningkatan – peningkatan yang dialami pelaku bisnis. Adapun peningkatan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Setelah penerapan strategi social media marketing yang lebih terstruktur, Kasyaraa.co mengalami peningkatan penjualan produk. Kampanye promosi yang efektif melalui media sosial dan platform e-commerce seperti TikTok Shop dan Shopee berhasil menarik lebih banyak pelanggan.
2. Dengan optimalisasi konten marketing dan konsistensi dalam posting di media sosial, kesadaran merek Kasyaraa.co meningkat secara signifikan. Jumlah pengikut di platform utama seperti Instagram dan TikTok meningkat sebanyak, sementara interaksi dalam bentuk likes, shares, dan comments juga mengalami lonjakan sebesar.
3. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan mengenai content marketing dan penggunaan alat-alat media sosial terbaru telah meningkatkan efisiensi tim pemasaran. Karyawan Kasyaraa.co sekarang mampu merencanakan, membuat, dan menerbitkan konten secara lebih efektif.



**Gambar 1.** Pembuatan jadwal konten pada sosial media serta memberikan ide-ide konten terbaru sesuai tren



**Gambar 2.** Mendukung para staff dalam membuat konten pada sosial media instagram dan tiktok



**Gambar 3.** Melaksanakan kegiatan live streaming sale produk pada aplikasi tiktok

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan kegiatan yang sudah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan program kerja pada Perusahaan Kasyaraa.Co telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Program kerja yang sudah dirancang untuk pelaku Perusahaan Kasyaraa.Co mampu membantu pemilik dalam meningkatkan penjualan serta mempromosikan produknya agar lebih berinovasi. Selain itu staff juga lebih teredukasi dalam pembuatan konten yang menarik dan lebih dimudahkan karena efisiensi dari program kerja ini. Adapun kegiatan pembuatan laporan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan sosialisasi atau pengarahan, pelatihan dan evaluasi yang dilaksanakan dengan baik dan sudah sesuai program kerja yang telah direncanakan.

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang mengangkat program kerja Penerapan Strategi Content Marketing & Pengembangan Social Media Marketing dalam rangka Meningkatkan Penjualan pada Toko Kasyaraa.co, diharapkan staff toko dapat menerapkan program – program yang telah diberikan untuk meningkatkan strategi content marketing dan sosial media dalam promosi pada

perusahaan Kasyaraa.Co demi kemajuan dan peningkatan pendapatan kedepannya agar dapat berjalan dengan baik dan lancar.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmed, R. R., Streimikiene, D., Berchtold, G., Vveinhardt, J., Channar, Z. A., & Soomro, R. H. (2019). Effectiveness of online digital media advertising as a strategic tool for building brand sustainability: Evidence from FMCGs and services sectors of Pakistan. *Sustainability*, *11*(12), 3436.
- Kaur, G. (2020). Social Media Marketing: Strategies & Its Impact. *International Journal of Scientific & Technology Research*, *9*(2), 450-454.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.
- Limandono, J. A. (2017). Pengaruh content marketing dan event marketing terhadap customer engagement dengan sosial media marketing sebagai variabel moderasi di Pakuwon City. *Jurnal Strategi Pemasaran*, *5*(1), 11.
- 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.
- Pulizzi, J., & Rose, R. (2017). *Killing marketing: how innovative businesses are turning marketing cost into profit*. McGraw Hill Professional.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, *3*(1), 71-80.
- Rognerud, J. (2008). *Social media marketing beginner's guide*. Retrieved on, 15.
- Tuten, T. L. (2023). *Social media marketing*. Sage publications limited.