

## **MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI PELATIHAN KARYAWAN, LOYALITAS PELANGGAN, DAN ENDORSEMENT PRODUK PADA PERUSAHAAN KARANG DEWATA BUTIK**

**I Made Dauh Wijana<sup>1,\*</sup>, Yuliana Jerita<sup>2</sup>**

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

\*Email: mdw323@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan bentuk realisasi dari program pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Universitas Mahasaraswati Denpasar. Pengabdian ini dilakukan di sebuah perusahaan yaitu Karang Dewata Butik, sebuah toko fashion yang berlokasi di Ubud dan sudah berdiri sejak 2014 lalu. Masalah yang dihadapi oleh Karang Dewata Butik meliputi kurangnya pelatihan terhadap karyawan, kebutuhan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, dan kurangnya endorsement produk. Identifikasi masalah ini mengakibatkan penurunan omset karena rendahnya penjualan. Meskipun demikian, loyalitas pelanggan yang kuat menjadi keunggulan utama bisnis ini. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun solusi konkret guna mengatasi masalah-masalah tersebut dan memperkuat posisi Karang Dewata Butik di pasar fashion lokal. Adapun upaya yang dilakukan untuk mencegah hal tersebut yaitu 1) Pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan keterampilan berkomunikasi, keramahan, dan keterampilan layanan pelanggan. 2) Untuk itu perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. 3) Membangun kemitraan dengan selebriti atau influencer yang sesuai dengan citra dan nilai merek Karang Dewata Butik.

**Kata Kunci:** Pelatihan Karyawan, Loyalitas Pelanggan, *Endorsement* Produk, Tingkat Penjualan

### **ANALISIS SITUASI**

Perkembangan bisnis yang pesat membuat perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan kinerja dan meningkatkan penjualannya. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Mahasaraswati Denpasar yang bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah yang terdapat di lingkungan sekitar atau masyarakat. Pengabdian masyarakat ini dilakukan di Karang Dewata Butik yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang fashion yang terkenal di Ubud. Butik ini didirikan pada tahun 2014, yang terletak di Jalan Raya Pengosekan, Ubud. Karang Dewata Butik dikenal dengan fokusnya pada busana lokal dengan sentuhan modern. Jaringan pelanggan yang dimiliki Karang Dewata Butik cukup luas, seperti kalangan wisatawan lokal maupun mancanegara, saat ini Karang Dewata Butik memiliki 3 karyawan. Dari hasil observasi yang dilakukan di Karang Dewata Butik, terungkap bahwa penjualan belum mengalami peningkatan, hal ini diakibatkan karena kurangnya pelatihan terhadap karyawan tercermin dari keterampilan dalam berkomunikasi yang masih sangat kurang, serta kecanggungan yang masih dirasakan

oleh beberapa karyawan, selain itu terdapat juga program loyalitas terhadap pelanggan setia belum terealisasi sehingga membuat banyak pelanggan setia merasa belum puas dengan layanan yang diberikan. Di sisi lain kurangnya pengetahuan dan edukasi terhadap penggunaan media sosial sebagai wadah promosi untuk meningkatkan penjualan dengan melibatkan selebriti atau *influencer* (*endorsement*).

Meski demikian, Karang Dewata Butik memiliki keuntungan dalam bentuk loyalitas pelanggan yang tinggi. Pelanggan tetap kembali berbelanja karena mereka yakin dengan kualitas produk yang dijual meski kualitas layanan masih kurang. Mereka merasa senang dengan pengalaman berbelanja di Karang Dewata Butik mereka percaya bahwa kualitas produk yang ditawarkan sangat terjamin. Pelanggan setia juga sering merekomendasikan Karang Dewata Butik kepada teman, keluarga, atau rekan mereka karena mereka merasa yakin dan senang dengan pengalaman berbelanja di Karang Dewata Butik.

Oleh karena itu, Karang Dewata Butik perlu untuk meningkatkan strategi pemasaran serta pelatihan terhadap karyawan sebagai investasi masa depan perusahaan. Dalam pengabdian ini penulis berinisiatif untuk melaksanakan program kerja yang dapat membantu perkembangan serta memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi oleh Karang Dewata Butik. Program kerja yang dimaksud dapat terlaksanakan dengan kegiatan “Meningkatkan Penjualan Melalui Pelatihan Karyawan, Loyalitas Pelanggan dan Endorsment Produk pada Perusahaan Karang Dewata Butik”. Diharapkan bahwa setelah kegiatan ini dilaksanakan, akan terjadi peningkatan yang signifikan dalam penjualan dan semakin dikenal lebih luas lagi, sehingga dapat lebih efisien dan memberikan manfaat yang lebih besar serta rasa nyaman bagi seluruh pegawai yang bekerja di Karang Dewata Butik.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian analisis situasi diatas, maka diperoleh identifikasi permasalahan mitra sebagai berikut:

1. Kurangnya keterampilan dalam berkomunikasi kepada pelanggan serta kecanggungan yang masih dirasakan oleh beberapa karyawan.
2. Kurangnya program loyalitas kepada pelanggan.
3. Kurangnya *endorsement* produk serta hubungan dengan beberapa *influencer* yang sesuai dengan citra dan nilai merek dari produk yang dipasarkan.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan keterampilan berkomunikasi, keramahan, dan keterampilan layanan pelanggan.
2. Membangun program loyalitas pelanggan yang menarik, seperti diskon khusus bagi pelanggan setia.
3. Membangun kemitraan dengan selebriti atau influencer yang sesuai dengan citra

dan nilai merek Karang Dewata Butik.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan program kerja untuk memperbaiki situasi di Karang Dewata Butik dilakukan melalui serangkaian langkah. Observasi dilakukan secara langsung oleh tim pelaksana di Butik untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh karyawan dan manajemen, terutama dalam aspek pelayanan dan promosi produk. Dari hasil observasi langsung di lingkungan perusahaan kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi yang perlu ditingkatkan yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan yang ditemukan dalam perusahaan tersebut. Selanjutnya berdasarkan hasil analisis, disusunlah materi pelatihan yang mencakup peningkatan keterampilan komunikasi, pelayanan pelanggan, dan penggunaan media sosial sebagai alat promosi. Program pelatihan dilaksanakan dengan mengundang para karyawan untuk mengikuti sesi pelatihan yang fokus pada pengembangan keterampilan yang diperlukan dalam memberikan layanan pelanggan yang lebih baik. Selain itu, tim pelaksana juga membantu Karang Dewata Butik dalam pembuatan dan pengelolaan akun media sosial, seperti Instagram, untuk meningkatkan kehadiran online dan promosi produk. Sebagai upaya memperkuat loyalitas pelanggan, Karang Dewata Butik juga menerapkan program diskon dan promosi khusus bagi pelanggan setia. Program ini berupa diskon khusus untuk pembelian tertentu, atau program loyalitas berbasis *cashback* atau *voucher* belanja, dengan harapan memberikan insentif tambahan bagi pelanggan untuk kembali berbelanja dan memperkuat hubungan dengan toko. Program yang telah direncanakan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, setelah diimplementasikan dilakukan pendampingan kepada karyawan untuk memastikan pemahaman mengenai materi pelatihan dengan baik dan juga dilakukan evaluasi terhadap setiap perubahan yang terjadi.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

### **1. Faktor Keberhasilan**

- a) Pelatihan terhadap karyawan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi, keramahan, dan keterampilan layanan pelanggan.

Hal Pertama yang perlu dilakukan yaitu mengadakan pertemuan atau sesi pengenalan dengan karyawan, memberikan sosialisasi tentang pentingnya keramahan, komunikasi yang baik, dan keterampilan layanan pelanggan dalam konteks Karang Dewata Butik. Dalam sesi ini karyawan mendapat ilustrasi langsung tentang bagaimana sikap yang ramah dan responsif dapat mempengaruhi pengalaman pelanggan secara positif, dan bagaimana hal itu dapat berdampak pada kesetiaan pelanggan.

Kedua, lakukan contoh langsung atau role-playing di mana karyawan berperan sebagai karakter tertentu dalam situasi yang disimulasikan dengan memperagakan cara yang tepat dalam berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini membantu karyawan untuk lebih memahami secara praktis bagaimana

menerapkan keterampilan tersebut dalam situasi nyata di toko serta dapat dipantau langsung oleh manajer.

Selanjutnya, pelatihan komunikasi dasar dan keterampilan komunikasi efektif seperti mendengarkan aktif, komunikasi verbal dan non-verba. Misalnya, karyawan diajarkan tentang cara berkomunikasi non-verbal dimana dengan menunjukkan ekspresi wajah, gerakan tubuh, kontak mata, serta jarak fisik dengan pelanggan yang mampu memberikan kesan nyaman kepada pelanggan.

Terakhir, melakukan evaluasi dengan tes tertulis atau praktik untuk mengukur pemahaman karyawan serta sejauh mana pelatihan telah diterapkan. Pihak manajemen juga perlu memberikan pujian kepada karyawan yang berhasil menerapkan keterampilan layanan dengan baik. Ini akan membantu dalam meningkatkan semangat karyawan untuk semakin memberikan kinerja yang baik serta mendorong peningkatan berkelanjutan.



**Gambar 1.** Proses pengembangan keterampilan karyawan

- b) Membangun program loyalitas pelanggan yang menarik, seperti diskon khusus bagi pelanggan setia.

Dalam membangun program loyalitas pelanggan perusahaan perlu memahami keinginan pelanggan, identifikasi pelanggan, serta konsistensi program. Ketika perusahaan bisa memahami keinginan pelanggan maka dapat dengan mudah menyediakan program loyalitas yang dapat dipahami oleh pelanggan. Promosi yang diberikan harus jelas, dan melakukan evaluasi secara berkala mengenai kinerja program, dengan begitu dapat mencapai tujuan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan di Karang Dewata

Butik. Diskon khusus yang diterapkan di Karang Dewata Butik sebagai berikut:

- 1) Potongan harga dengan nilai tetap atau dari total pembelian: untuk menarik loyalitas pelanggan toko memberikan potongan harga dengan nilai tetap seperti memberikan potongan harga sebesar Rp. 100.000 untuk setiap pembelian minimal Rp.1.000.000 dan pemberian diskon sebesar 10% untuk semua produk diakhir musim. Dengan demikian pelanggan dapat merasakan keuntungan dari setiap pembelian.
- 2) Diskon khusus pada hari besar: pada perayaan hari besar toko juga akan berinisiatif merayakan dengan memberikan diskon seperti pemberian diskon sebesar 30% di hari kemerdekaan, ini dapat menjadi daya tarik tabahan bagi pelanggan untuk berbelanja di Karang Dewata Butik.
- 3) Pemberian poin setiap kali pelanggan melakukan pembelian dan penawaran Cashback atau Voucher Belanja: Selain diskon langsung, toko juga memberikan poin kepada pelanggan setia untuk setiap kali pembelian yang nantinya dapat ditukar dengan diskon atau hadiah lainnya. Juga penawaran cashback atau voucher belanja untuk pembelian tertentu. Misalnya, setiap pembelian senilai tertentu akan memenuhi syarat untuk mendapatkan voucher belanja dengan nilai tertentu untuk digunakan pada pembelian selanjutnya. Ini dapat menarik perhatian pelanggan untuk kembali berbelanja yang pastinya dengan lebih banyak produk yang dibeli.

Dengan memberikan berbagai jenis diskon khusus seperti ini, Karang Dewata Butik dapat meningkatkan daya tariknya bagi pelanggan dan mendorong mereka untuk tetap loyal serta aktif berbelanja di toko tersebut.

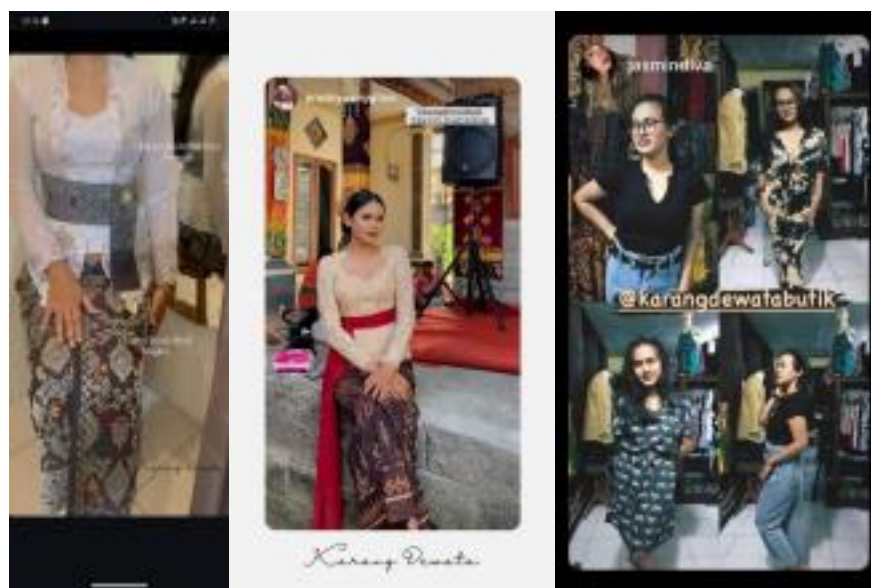


**Gambar 2.** Proses pengembangan program loyalitas pelanggan

- c) Membangun kemitraan dengan selebriti atau influencer yang sesuai dengan

citra dan nilai merek Karang Dewata Butik.

Untuk memperkuat citra merek Karang Dewata Butik dapat menjalin kerjasama dengan selebriti atau influencer untuk endorsement produk. Endorsment menjadi wadah promosi yang dapat menjangkau lebih banyak audiens. Proses seleksi dilakukan agar Karang Dewata Butik mendapat selebriti atau influencer yang sesuai dengan citra dan nilai mereknya. Kemudian membangun hubungan yang baik serta menjalin komunikasi yang transparan dengan calon influencer, melakukan kontrak yang jelas dan terperinci, dan umpan balik dan evaluasi secara berkala yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari endorsment yang telah dilakukan.



**Gambar 3.** Proses pengembangan kemitraan dengan selebriti atau influencer yang sesuai dengan citra dan nilai merek Karang Dewata Butik

## 2. Faktor Pendukung

Ketika melaksanakan proyek pengabdian masyarakat di Karang Dewata Butik, Mahasiswa merasakan adanya dukungan penuh dari semua pihak terutama dari pemilik usaha, serta seluruh anggota tim karyawan Karang Dewata Butik. Saat terlibat dalam proyek di Karang Dewata Butik, mahasiswa diberikan akses sepenuhnya untuk melaksanakan kegiatan mereka dengan dukungan penuh dari pemilik usaha dan staf Karang Dewata Butik.

## 3. Faktor Penghambat

Faktor penghambat dalam pelaksanaan proyek ini yaitu karena adanya perbedaan kemampuan dalam memahami materi pelatihan. Misalnya, beberapa karyawan mungkin memiliki tingkat pendidikan yang berbeda, yang bisa membuat sulit bagi mereka untuk sepenuhnya memahami materi pelatihan. Masih ada beberapa kariawan yang merasa kurang percaya dan dan canggung ketika melayani

pelanggan. Banyaknya pesaing yang juga tertarik untuk bekerjasama dengan influencer yang sama sehingga membutuhkan waktu untuk yang cukup banyak untuk promosi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Melalui program pelatihan karyawan dengan meningkatkan kemampuan berkomunikasi, membangun program loyalitas pelanggan, dan membangun kemitraan dengan selebriti atau influencer, Karang Dewata Butik telah melakukan langkah-langkah yang signifikan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi serta dapat meningkatkan omset dari hasil penjualan yang diharapkan dapat memperkuat posisi Karang Dewata Butik di pasar fashion lokal dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

### **Saran**

Untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan disarankan agar seluruh karyawan Karang Dewata Butik lebih memahami pentingnya pelatihan diri dalam melayani pelanggan. Program pelatihan karyawan juga harus terus dilanjutkan secara berkala guna memastikan kualitas layanan yang konsisten dan terus beradaptasi dengan perkembangan pasar. Selain itu, penting untuk membangun hubungan yang baik dengan selebriti atau influencer.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Dermawansyah, M., & Rizqi, R. M. (2021). Analisis strategi komunikasi pemasaran melalui digital marketing pada home industri kopi Cahaya Robusta Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 46-51.
- 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.