

UPAYA PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* DAN MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DALAM PERUSAHAAN CV DWI JAYA MANDIRI

Desak Made Mya Yudia Sari¹, I Gede Cahyadi Putra^{2,*},
Nyoman Yudha Astriayu Widyari³, Muhammad Faiz Al Fatih⁴

^{1,2,3,4} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: gdcahyadi@unmas.ac.id

ABSTRAK

CV DWI JAYA MANDIRI merupakan Perusahaan yang bergerak dibidang percetakan, penerbit, dan penyedia buku sekolah atau buku pendamping siswa. Perusahaan ini sudah berdiri pada tahun 2001. Perusahaan ini didirikan oleh sepasang suami-istri yang bernama Hariyanto dan Ni Nyoman Sudarti. CV DWI JAYA MANDIRI merupakan Perusahaan yang memproduksi buku pendamping sekolah, peralatan sekolah, untuk memenuhi kebutuhan sekolah. Perusahaan ini memasarkan produknya ke sekolah-sekolah. Melihat adanya permasalahan yaitu penurunan adanya interaksi dengan konsumen melalui pemasaran yang mengakibatkan adanya pemasaran produk yang bermasalah. Oleh karena itu setelah ditelusuri dikarenakan adanya promosi secara *online* yang belum berjalan dengan maksimal. Hal ini diperlukan adanya pembaruan untuk menunjang keberhasilan Perusahaan. Salah satu pengembangan pada media sosial dan website serta pelatihan pada pembuatan desain corel draw.

Kata Kunci : Perusahaan, Produk, Sosial Media, Website, Desain

ANALISIS SITUASI

CV DWI JAYA MANDIRI Merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, penerbit dan penyedia buku sekolah dan buku pendamping sekolah. Perusahaan ini sudah berdiri pada tahun 2001. Perusahaan ini didirikan oleh sepasang suami-istri yang bernama Hariyanto dan Ni Nyoman Sudarti. Di awal karirnya mereka membuka alamat pekerjaan pertama kalinya yaitu di Jln. Pulau Alor no 31 Dauh Puri Klod, Denpasar Barat. Tetapi seiring berjalannya waktu dan perkembangan pada perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI yang semakin meningkat maka terjadi perubahan lokasi pada tahun 2010 yang beralamatkan di Jln. Pulau Morotai No 57, Dauh Puri Klod, Denpasar Barat, Kota Denpasar.

Aktivitas pada perusahaan ini yaitu memberikan pelayanan kepada sekolah. Seperti mencetak buku pendamping siswa dan menyediakan buku-buku untuk menunjang kegiatan belajar siswa di sekolah. Yang akan dipesan pada perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI, Perusahaan ini memasarkan produknya ke sekolah-sekolah. System pemasaran yang dilakukan pada perusahaan ini melalui digital marketing dan juga pemasaran offline yaitu berkunjung ke sekolah yang dimana perusahaan ini menyediakan sstem pengadaan barang melalui website siplah.

Melihat adanya permasalahan yaitu penurunan adanya interaksi dengan konsumen melalui pemasaran yang mengakibatkan adanya pemasaran produk yang bermasalah. Oleh karena itu setelah di observasi mendalam adanya promosi secara

online yang belum berjalan maksimal. Dikarenakan produk yang diproduksi dari perusahaan pemasarannya tidak sesuai dengan target karena adanya sistem promosi di media sosial yang sangat terlambat dan terbilang sudah lama tidak mempublish konten terbaru dari perusahaan. Hal ini kami selaku tim pelaksana berkeinginan untuk memperbaiki dalam pengelolaan media sosial perlu meningkatkan penjualan produk.

RUMUSAN MASALAH

Setelah Melaksanakan kegiatan Observasi, wawancara yang telah diagendakan, adapun masalah yang ditemukan pada Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI yang langsung berbicara dengan Direktur Utama Perusahaan yang menyatakan bahwa:

1. Pemasaran produk pada *digital marketing* yang tidak berjalan maksimal
2. Pengelolaan *website* yang kurang optimal
3. Kurangnya pelatihan pada karyawan dalam membuat pemasaran melalui bidang *visual* pada Perusahaan

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Bedasarkan hasil observasi yang dilakukan, terdapat masalah yang dihadapi oleh pemilik perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI maka solusi yang didapatkan dan bisa dikembangkan yaitu:

1. Menjalankan media promosi pada akun sosial media mitra dengan *intensitas* yang konsisten
2. Menjalankan media promosi dengan mempublish segala produk mitra melalui *website* yang mencantumkan segala aspek penunjang
3. Melakukan penyampaian informasi penting mengenai strategi pemasaran *visualisasi* terhadap karyawan dengan membuat desain brosur

METODE PELAKSANAAN

Terdapat beberapa tahapan metode yang dilakukan untuk mewujudkan dalam pengabdian Masyarakat pada Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI diantaranya yaitu:

1. Pengelolaan akun sosial media yang telah tersedia sehingga dikembangkan secara *intensive* yang tinggi
2. Pengembangan penggunaan *website* sehingga dapat menjangkau informasi produk lebih luas
3. Pendampingan dalam pembuatan design corel draw sebagai penunjang daya Tarik produk

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Melakukan koordinasi dan penyampaian program kerja pada CV DWI JAYA MANDIRI mengenai hal apa saja yang dapat diperbaiki untuk mengatasi segala permasalahan yang ada pada Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI



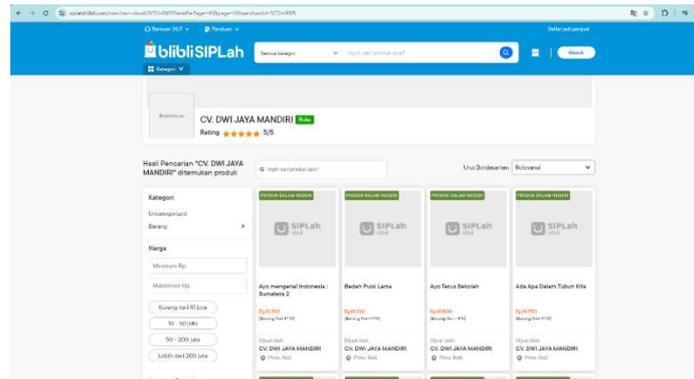
Gambar 1. Pengenalan dan Wawancara pada Mitra

2. Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI dapat mempublish segala konten yang telah tersedia di media sosial. Tidak hanya 1 media sosial tetapi semua media sosial yang telah dimiliki sesuai dengan adjustment pada media sosial tersebut. Sehingga media sosial yang dimiliki oleh Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI menjadi aktif.



Gambar 2. Membantu mitra proses dalam mempublish konten

3. Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI mempublish segala informasi kelebihan produk sehingga penyampian kepada konsumen lebih terpadu akan keunggulan produk. Selain itu Perusahaan pun dapat meninjau secara langsung pada website mengenai orderan yang akan masuk melalui pemesanan online.



Gambar 3. Halaman Utama Website

4. Karyawan pada Perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI dapat mengetahui bagaimana pengelolaan digital visual pada penggunaan aplikasi corel draw sehingga Perusahaan dapat mengetahui lebih luas lagi system digital marketing melalui pembuatan poster ataupun brosur.



Gambar 4. Membantu Mitra membuat desain cover buku Perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang diadakan pada perusahaan CV DWI JAYA MANDIRI pada tanggal 18 Juli – 30 Agustus 2024. Menghasilkan beberapa capaian target simpulan diantaranya :

1. Mitra dapat dipermudah dalam mempublish atau memposting segala hal product yang diproduksi. Sehingga system pemasaran yang dilakukan oleh mitra melalui digital marketing sehingga product yang diproduksi oleh mitra dapat dikenal lebih luas lagi
2. Mitra memiliki kemampuan daam pengelolaan website yang sudah lama tidak beroperasi karena minimnya informasi pada website. Kemudian setelah adanya informasi ini dapat membantu mitra pada pengelolaan website

- Mitra mempunyai informasi baru akan adanya penggunaan aplikasi corel draw yang dapat mempermudah dan menambah daya Tarik pada postingan website hingga postingan pada content di sosial media

Pada program kerja pengabdian Masyarakat tidak banyak saran dan pesan yang akan disampaikan kepada mitra ataupun tim terkait. Dikarenakan segala hal yang berkaitan dengan membantu Masyarakat sangatlah bagus dan mungkin harapannya kedepannya pihak tim pelaksana dapat memiliki jadwal kedatangan yang lebih intensive lagi untuk bertemu dengan mitra terkait. Guna menghindari adanya kesalahan yang akan terjadi

DAFTAR PUSTAKA

- Amalina, A., & Tiarawati, M. (2016). Pengaruh social media marketing terhadap brand loyalty dengan brand trust sebagai variabel intervening (studi pada follower twitter Mizone@ mizoneid). *Jurnal ilmu manajemen*, 4(3), 1-12.
- Astuti, M., Mm, M. O. S., Matondang, N., Kom, S., & MM, M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Astuti, M., Mm, M. O. S., Matondang, N., Kom, S., & MM, M. T. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Hendrayani, E., Siwiyanti, L. & Suardi, M. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2011). *Marketing Management edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.
- Kurniawan, P., Anwar, Y. & Jufri, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Selat Media
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi strategi promosi produk dalam proses keputusan pembelian melalui digital marketing saat pandemi covid'19. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23-31.
- Permadi, I. K. O., Puspitawati, N. M. D., Usadi, M. P. P., & Lisnawati, N. K. (2023). Optimalisasi Kinerja Pegawai & Transparansi Dalam Penggunaan Dana Bos Melalui Sistem Kerja Sesuai SOP Pada SMP (SLUB) Saraswati 1 Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(2), 850–856.
- Taufik, Y., Sari, A. R., Zakhra, A., Ayesha, I., Siregar, A. P., Kusnadi, I. H., & Tannady, H. (2022). Peran Social Media Marketing dan Brand Awareness

Terhadap Purchase Intention Produk Es Teh Indonesia. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2), 5234-5240.