

OPTIMALISASI SISTEM LAYANAN PELANGGAN DAN STRATEGI PROGRAM PEMASARAN PRODUK MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL TIK TOK PADA PERUSAHAAN MSGLOW BALIKU

**Ida Ayu Komang Tiara Pratistha Sari¹, Ni Made Dwi Puspitawati^{2,*},
Desak Kadek Sudiati³**

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

*Email: dwipuspitawati10@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilakukan agar para karyawan perusahaan memiliki pemahaman tentang penggunaan aplikasi pencatatan administrasi digital, dimana pada era ini semua sudah dilakukan secara digital. Serta pemahaman karyawan tentang penataan di lingkungan perusahaan. Dimana kegiatan ini dilaksanakan mulai tanggal 18 Juli sampai 27 Agustus. Melalui kegiatan ini diharapkan para karyawan mampu bekerja lebih efektif dan efisien. Setelah dilakukan evaluasi atas program kerja yang telah dilaksanakan, pencatatan yang dilakukan sehari-hari lebih efisien dan efektif serta penataan lingkungan yang dilakukan lebih bermanfaat. Dengan demikian, evaluasi secara continue perlu dilakukan untuk perbaikan yang mungkin dilakukan oleh perusahaan agar tercapainya tujuan perusahaan.

Kata Kunci: Sistem Layanan, Pemasaran Produk, Media Sosial Tik Tok

PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Program pengabdian masyarakat ini merupakan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk kolaborasi dosen maupun mahasiswa untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Perkembangan teknologi informasi dimulai dari era informasi hingga era kemajuan sistem informasi. Kemajuan teknologi telah memungkinkan interaksi yang dilakukan oleh manusia untuk mengatasi keterbatasan jarak yang sangat jauh, membuka lebih banyak kemungkinan untuk menjangkau semua lapisan masyarakat di belahan dunia manapun. Hal ini membuat proses perkembangan teknologi menjadi sangat cepat. Karena pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dapat membawa pengaruh kemajuan industri pada masyarakat dan perusahaan baik secara positif maupun negatif.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Perusahaan Msglowbaliku yang berlokasi di Jl. Tukad Barito 1 No.1A Panjer dapat dilakukan secara efektif ketika menjalankan strategi yang tepat. Pelayanan pelanggan telah menjadi pilar utama dalam dunia bisnis modern. Dalam era di mana persaingan semakin ketat dan pelanggan memiliki ekspektasi yang semakin tinggi, perusahaan tidak lagi dapat mengabaikan pentingnya memberikan layanan pelanggan yang optimal. Kualitas layanan pelanggan bukan hanya sekadar aspek tambahan melainkan merupakan elemen utama yang dapat

membedakan keberhasilan dan kegagalan suatu perusahaan (Pratama, & Wibowo, 2023). Dan Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2021:251) mendefinisikan istilah Kualitas Layanan sebagai kemampuan perusahaan jasa untuk mempertahankan pelanggannya. Artinya, menurut mereka retensi pelanggan adalah ukuran Kualitas Layanan terbaik. Di sisi lain, layanan menurut Kotler dan Armstrong (2021:234), memiliki definisi berupa suatu aktivitas, manfaat, dan kepuasan yang ditawarkan yang pada dasarnya tidak Dan pemasaran produk melalui media sosial telah menjadi salah satu strategi yang semakin penting memiliki bentuk atau tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Di masa sulit ini, pelaku UMKM disarankan untuk menggunakan media digital sebagai strategi pemasaran agar produk mereka lebih dikenal oleh konsumen Puspitawati & Muliani (2022). Dan pemasaran produk melalui media sosial telah menjadi salah satu strategi yang semakin penting dalam mengembangkan usaha di era digital saat ini. Mengoptimalkan penggunaan platform media sosial seperti Tik-Tok dapat membantu dalam pemasaran dan branding produk, sehingga meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk kepada masyarakat luas (Puspitawati, dkk. 2022).

Menurut Purwaamijaya et al., (2022) tik-tok adalah social media yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat video-video pendek yang dilengkapi dengan special efek. Berbagai konten dapat dibuat di video tik-tok. Promosi melalui media sosial dapat menjangkau banyak orang dengan cepat dan mudah Asari & Puspitawati (2022). Dalam lingkup ini, pengabdian berfokus pada Perusahaan Msglowbaliku yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan yang memanfaatkan potensi media sosial dalam meningkatkan pemasaran dan pertumbuhan bisnis mereka. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi kelancaran UMKM dan membantu meningkatkan penjualan mereka Puspitawati & Pratiwi (2022). Yang memiliki peran vital dalam perekonomian lokal dan nasional, memberikan lapangan pekerjaan, mendukung perkembangan komunitas, serta berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan secara online Puspitawati & Suharto (2021). Namun, mereka seringkali menghadapi tantangan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, inovasi dalam pemasaran menjadi kunci untuk mengatasi kendala tersebut.

Dalam konteks ini, pengabdian masyarakat di Perusahaan Msglowbaliku berjudul "Optimalisasi Sistem Layanan Pelanggan Dan Strategi Program Pemasaran Produk Melalui Platform Media Sosial Tik Tok Pada Perusahaan Msglowbaliku" Fokusnya adalah membantu Perusahaan Msglowbaliku untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan media sosial dalam operasional mereka. Melalui kolaborasi dengan mahasiswa, diharapkan dapat disusun panduan praktis mengenai strategi pemasaran produk skincare dan memberikan sistem pelayanan yang yang terbaik untuk customer – customer pada Perusahaan Msglowbaliku.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini bukan hanya memberikan manfaat langsung bagi Perusahaan Msglobaliku dalam meningkatkan kinerja pemasaran mereka, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan teori dan konsep yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam konteks dunia nyata.

PERUMUSAN MASALAH

Msglobaliku yang beralamat di Jalan Tukad Barito 1 No.1A Panjer merupakan perusahaan kecantikan dan perawatan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh mahasiswa di Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini bukan hanya memberikan manfaat langsung bagi Perusahaan Msglobaliku dalam meningkatkan kinerja pemasaran mereka, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan teori dan konsep yang dipelajari di bangku kuliah ke dalam konteks dunia nyata.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengatasi masalah tersebut maka diperlukan beberapa solusi yaitu :

1. Melakukan pelatihan cara melayani customer yang membeli produk dan memberikan konsultasi sesuai keluhan wajah customer
2. Melakukan pelatihan fungsi produk – produk terbaru kepada pegawai
3. Membuatkan dan mensosialisasikan sosial media tik tok kepada pegawai

METODE PELAKSANAAN

Program kerja yang direncanakan untuk Perusahaan Msglobaliku mencakup berbagai strategi untuk meningkatkan sistem pelayanan kepada customer dan sistem pemasaran produk melalui media sosial. Pemberian edukasi dilakukan di Perusahaan Msglobaliku, edukasi yang diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Tahap Observasi

Pada tahap ini, mahasiswa melakukan observasi mendalam terhadap proses pemasaran dan sistem pelayanan yang sedang berlangsung di Perusahaan Msglobaliku. Observasi akan mencakup analisis terhadap peningkatan pelayanan kepada customer dan strategi pemasaran produk melalui media sosial.

2. Tahap Edukasi

Setelah observasi dilakukan, tahap selanjutnya adalah menyelenggarakan sesi edukasi bagi tim Pada Perusahaan Msglobaliku. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep-konsep baru dalam pemasaran produk dan meningkatkan sistem layanan pelanggan. Materi edukasi akan disesuaikan dengan hasil observasi untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya.

3. Tahap Pelatihan

Pelatihan lanjutan akan dilaksanakan untuk memberikan keterampilan praktis kepada tim Perusahaan Msglobaliku. Pelatihan akan fokus pada penggunaan

platform digital seperti media sosial salah satunya aplikasi Tik Tok dan kolaborasi dengan influencer untuk memaksimalkan potensi promosi pada perusahaan Msglobaliku. Selain itu, akan diajarkan juga teknik pengelolaan konten yang menarik dan relevan.

4. Tahap Pendampingan

Tahap terakhir adalah pendampingan aktif terhadap tim dalam menerapkan strategi baru dan meningkatkan kinerja mereka secara individu. Pendampingan akan dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan implementasi yang efektif dari strategi pemasaran produk yang baru dan optimalisasi sistem pelayanan kepada pelanggan. Dengan pendampingan ini, diharapkan tim pada Perusahaan Msglobaliku. dapat lebih percaya diri dan terampil dalam menghadapi tantangan di lapangan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil program kerja pengabdian masyarakat yang berlangsung dari tanggal 18 Juli 2024 s/d 27 Agustus 2024 telah berhasil dilaksanakan. Hal tersebut dilaksanakan melalui pengarahan, pendampingan dan pelatihan. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, permasalahan utama yang teridentifikasi di Perusahaan Msglobaliku adalah kurang memanfaatkan media social untuk branding, seperti media sosial Tik Tok. Serta adanya keluhan konsumen yang mengalami kurangnya sistem pelayanan terhadap customer saat melakukan konsultasi keluhan wajah.

Faktor pendukung keberhasilan kegiatan adalah:

- 1) Pimpinan Perusahaan Msglobaliku yang mendukung penuh kegiatan.
- 2) Para Karyawan Perusahaan Msglobaliku yang mendukung penuh kegiatan.
- 3) Ketersediaannya fasilitas yang memadai dalam menjalankan kegiatan.

Faktor Penghambat Kegiatan adalah:

- 1) Ketidakmampuan mengatasi perubahan kurangnya protocol kesehatan sehingga perlu di tingkatkan lagi.
- 2) Masih banyak pegawai yang tidak ikut serta mengenai kegiatan tentang pemberian sosialisasi terkait media sosial Tik Tok.
- 3) Adanya Karyawan yang masih kurang dalam kesadaran tentang disiplin kerja.



Gambar 1. Melakukan pelatihan cara melayani customer yang membeli produk dan memberikan konsultasi sesuai keluhan wajah customer



Gambar 2. Melakukan pelatihan fungsi produk – produk terbaru kepada pegawai



Gambar 3. Membuatkan dan mensosialisasikan sosial media tik tok kepada pegawai

Partisipasi pegawai

Partisipasi pegawai pada Perusahaan Msglowbaliku dalam kegiatan Optimalisasi Sistem Layanan Pelanggan Dan Strategi Program Pemasaran Produk Melalui Platfrom Media Sosial Tik Tok Pada Perusahaan Msglowbaliku memberi respon yang cukup positif dan antusias, dengan terbukti dari antusias beberapa

pegawai di Perusahaan Msglowbaliku. Ini yang sangat komperatif ketika dilakukan kordinasi dalam kegiatan serta program kerja yang dijalankan. Sehingga dukungan ini memberi pengaruh yang cukup membantu terhadap kelancaran kegiatan ini, karena adanya penyediaan fasilitas dan pemberian hak akses alat – alat yang dibutuhkan dalam menjalankan kegiatan sehingga dapat meminimalisir kendala.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Optimalisasi Sistem Layanan Pelanggan Dan Strategi Program Pemasaran Produk Melalui Platfrom Media Sosial Tik Tok Pada Perusahaan Msglowbaliku sudah berhasil di jalankan dan program – program sudah terlaksana dengan baik. Faktor yang mendukung lancarnya kegiatan ini adalah partisipasi pegawai dan pimpinan yang antusias serta terdapat fasilitas – fasilitas yang memadai.

Saran

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama pelaksanaan kegiatan Optimalisasi Sistem Layanan Pelanggan Dan Strategi Program Pemasaran Produk Melalui Platform Media Sosial Tik Tok Pada Perusahaan Msglowbaliku masih perlu ditingkatkan dalam beberapa bulan kedepan dalam mensosialisasikan kepada customer tentang produk dan meningkatkan aktivitas pada media sosial

DAFTAR PUSTAKA

- Asari, A. A. P. G. P., & Puspitawati. N.M.D (2022). Upaya Peningkatan Pendapatan Melalui Digital Marketing Pada Agung Grazinia Ceramic Di Desa Guwang. *Jurnal: Prosiding Seminar Regional Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*, 1 (1), 255-261.
- Harlow: Pearson Education Limited Pratama, R., & Wibowo, S. W. (2023). Reevaluasi Asumsi Klasik Dalam Meningkatkan Pengalaman Pelanggan: Sebuah Analisis Mendalam Pada Teori Pelayanan Pelanggan. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 2(12), 111-121.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18e Global Edition).
- 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.
- Purwaamijaya, Btari Mariska et al. 2022. “Pelatihan Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Melalui Sosial Media Tiktok.” *Jilpi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi* 1(2): 133–40. <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>

- Puspitawati, N. M. D., Landra, I. N., & Savitri, P. Y. A. (2022). Social Media Sebagai Strategi Pemasaran Dan Branding Produk UMKM Adianom Costume Di Desa Penatih. *Jurnal: Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar* 1 (1), 15-22.
- Puspitawati, N. M. D., & Dewa Ayu Putri Dwi Pratiwi. (2022). Pengoptimalan Media Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Pada Toko Yoga Shoes Di Kabupaten Klungkung. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 1(1), 280-286.
- Puspitawati, N. M. D., & Muliani, N. K. (2022). Pemanfaatan Media Digital Dalam Penjualan Produk Ardita Gold Di Desa Batubulan, Kabupaten Gianyar. *Jurnal: Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA)*, 3 (2), 68-76.
- Puspitawati, N.M.D., & Suharto, G. N. (2021). Pemanfaatan Social Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Tempe Wina Di Br. Batur, Desa Ubung, Kaja. *Jurnal: Bakti Saraswati (JBS) Media Publikasi Penelitian dan Penerapan Ipteks*, 10 (2), 205-213.