

PROGRAM PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI MEDIA *DIGITAL* DAN OPTIMALISASI PELAYANAN TOKO ARYS MIKRO BATANTA

Putu Ari Pertiwi Sanjiwani¹, I Komang Andre Yulistiawan²

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

*Email: arisanjiwani2@unmas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan program peningkatan penjualan melalui media *digital* dan optimalisasi pelayanan di Toko Arys Mikro Batanta. Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, media digital menjadi salah satu alat yang sangat efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Toko Arys Mikro Batanta, yang bergerak di bidang penjualan barang mikro, menghadapi tantangan dalam menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, program ini difokuskan pada pemanfaatan platform digital seperti media sosial, *e-commerce*, dan *website* untuk mempromosikan produk serta memperkenalkan layanan pelanggan yang lebih efisien. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi media *digital* dapat mempercepat proses promosi dan memperluas pasar, sementara optimalisasi pelayanan di toko melalui pelatihan karyawan, pemanfaatan sistem manajemen yang lebih baik, serta peningkatan kualitas layanan pelanggan mampu menciptakan kepuasan yang lebih tinggi di kalangan pelanggan. Dengan demikian, program peningkatan penjualan melalui media *digital* dan optimalisasi pelayanan ini diharapkan dapat membantu Toko Arys Mikro Batanta untuk meningkatkan penjualannya secara signifikan, serta memperluas pangsa pasar.

Kata Kunci: peningkatan penjualan, media digital, pelayanan toko, *e-commerce*, pelanggan.

ANALISIS SITUASI

Toko Arys Mikro Batanta merupakan usaha yang bergerak dalam penjualan barang mikro yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan penjualan, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam hal pemanfaatan teknologi *digital* dan pelayanan pelanggan. Dalam kondisi pasar yang semakin digital, toko ini perlu beradaptasi dengan tren pemasaran *modern* dan kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Berdasarkan data yang tersedia, banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, termasuk Toko Arys Mikro Batanta, masih mengandalkan metode pemasaran tradisional yang terbatas pada promosi langsung di toko dan melalui hubungan pribadi dengan pelanggan (Sulaiman, 2020). Pemanfaatan media *digital* di Indonesia terus berkembang pesat, dengan hampir 70% penduduk internet aktif yang menggunakan berbagai platform digital untuk membeli produk dan mencari informasi (We Are Social, 2024). Oleh karena itu, memanfaatkan platform digital seperti media sosial, dan toko untuk memperkenalkan produk serta menarik perhatian pelanggan baru menjadi sangat penting. Namun, meskipun media sosial seperti Instagram dan Facebook sering digunakan oleh pelaku usaha kecil, banyak dari mereka yang belum mengoptimalkan

fungsinya secara maksimal (Puspitawati, 2021). Selain itu, pelayanan pelanggan di Toko Arys Mikro Batanta juga perlu diperhatikan. Walaupun pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, masih ada ruang untuk meningkatkan kualitas interaksi dengan pelanggan, terutama dalam hal kecepatan dan efektivitas layanan. Penelitian oleh Sari (2021) menunjukkan bahwa pelatihan dan pembekalan karyawan mengenai cara berinteraksi dengan pelanggan. Toko Arys Mikro Batanta juga menghadapi tantangan dalam hal daya saing, terutama dengan semakin berkembangnya usaha *e-commerce* yang menawarkan kemudahan berbelanja secara online. Oleh karena itu, program peningkatan penjualan melalui media digital yang mencakup pembuatan konten promosi, pengoptimalan melalui media *digital*, Dengan demikian, analisis situasi ini menunjukkan bahwa penerapan media digital untuk promosi dan optimalisasi pelayanan di Toko Arys Mikro Batanta sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Toko ini perlu meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui platform *digital* dan memperbaiki kualitas pelayanan guna memenuhi harapan pelanggan yang semakin tinggi.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan analisis situasi tersebut, adapun perumusan masalah yang akan di bahas dalam laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pemanfaatan media cetak dan *digital* terhadap peningkatan penjualan di Toko Arys Mikro Batanta?
2. Apa saja tantangan yang dihadapi Toko Arys Mikro Batanta dalam mengoptimalkan pelayanan?

SOLUSI YANG DI BERIKAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka solusi yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sosialisasi tentang bagaimana pentingnya meningkatkan penjualan melalui media *digital* seperti Instagram dan media cetak seperti brosur terhadap toko Arys Mikro Batanta.
2. Memberikan sosialisasi tentang bagaimana pentingnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan guna memberikan kesan baik terhadap toko Arys Mikro Batanta.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan kegiatan program peningkatan penjualan melalui media *digital* dan optimalisasi pelayanan toko arys mikro batanta ini dilaksanakan mulai tanggal 19 Februari – 9 April 2025 di Jalan Raya Pulau Batanta, No. 28 Denpasar.

Tabel 1. Timeline Kegiatan

No.	Waktu	Pelaksanaan	Deskripsi Kegiatan
1.	19 Februari – 23 Februari 2025	Observasi dan wawancara dengan kepala toko dan karyawan toko Arys Mikro Batanta	Melakukan observasi terhadap kepala toko dan karyawan toko mengenai apa saja kegiatan yang akan dilaksanakan selama pengabdian masyarakat di toko Arys Mikro Batanta
2.	24 Februari – 2 Maret 2025	Memberikan sosialisasi tentang bagaimana optimalisasi pelayanan terhadap pelanggan Arys Mikro Batanta	Memberikan sosialisasi tentang bagaimana pentingnya pelayanan yang baik terhadap pelanggan guna memberikan kesan baik terhadap toko Arys Mikro Batanta
3.	3 Maret – 10 Maret 2025	Melakukan pelatihan kerja di lapangan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan	Mulai melakukan pelatihan kerja langsung kepada karyawan tentang pelayanan yang baik terhadap pelanggan dan memberikan kesan baik terhadap toko Arys Mikro Batanta
4.	11 Maret – 20 Maret 2025	Melakukan sosialisasi dan pelatihan bagaimana cara penggunaan media digital dan media cetak pada Arys Mikro Batanta	Memberikan sosialisasi tentang bagaimana pentingnya meningkatkan penjualan melalui media digital seperti Instagram dan media cetak seperti brosur terhadap toko Arys Mikro Batanta
5	21 Maret – 26 Maret 2025	Melakukan pelatihan kerja langsung dengan memposting promo – promo melalui Instagram dan menyebarkan brosur promo di sekitar area toko Arys Mikro Batanta	Mulai melakukan praktek kerja langsung dengan memposting promo di Instagram dan penyebaran brosur promo di sekitar area toko arys batanta dimana bertepatan dengan menjelang hari raya umat hindu dan islam guna menjadi peluang peningkatan penjualan toko Arys Mikro Batanta
6	27 Maret – 9 April 2025	Melakukan evaluasi terkait sosialisasi dan pelatihan pada Toko Arys Mikro Batanta	Memastikan pelanggan sudah mendapatkan pelayanan dengan baik dari karyawan dan memastikan perkembangan terhadap program peningkatan penjualan melalui media digital dan media cetak yang dimana apakah sudah berjalan dengan baik.

Setelah memahami masalah yang terjadi di lapangan, hal selanjutnya adalah melaksanakan program kerja guna mengatasi permasalahan yang terjadi. Dimana dalam hal ini dapat dilakukan beberapa upaya yaitu:

1. Tahap Perencanaan

Pada tahap ini yaitu memberikan informasi kepada karyawan untuk mempersiapkan diri melaksanakan pelatihan tentang pelayanan kerja yang baik serta mempersiapkan atau mendownload *platform* Instagram yang akan dilakukan untuk pelatihan kerja, mencetak dan membagikan brosur untuk promosi melalui media cetak.

2. Tahap Pelaksanaan

- a) Melakukan pelatihan kerja langsung kepada karyawan tentang pelayanan yang baik terhadap pelanggan dan memberikan kesan baik terhadap toko Arys Mikro
- b) Memulai memposting promo – promo melalui media *digital* seperti Instagram
- c) Penyebaran brosur ke area sekitar toko atau ke rumah – rumah sekitar toko

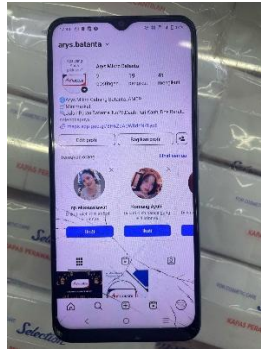
3. Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi ini untuk mengetahui pencapaian program kerja yang telah dilaksanakan dan kendala yang dialami selama pelaksanaan program kerja. Apabila belum sesuai harapan dapat diperbaiki dan disempurnakan lagi.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Ketercapaiannya kegiatan dalam Program Peningkatan Penjualan Melalui Media *Digital* Dan Optimalisasi Pelayanan Toko Arys Mikro Batanta berhasil dilaksanakan melalui kegiatan mengenai cara evaluasi dengan melakukan *meeting* dan melakukan promosi dengan membuat akun media sosial sehingga dapat mengoptimalkan pelayanan terhadap pelanggan dan peningkatan omset penjualan. Setelah dilakukan semua program kerja terlihat adanya peningkatan dalam kedatangan pelanggan yang berbelanja setiap harinya yang meningkat serta banyaknya pelanggan yang tidak komplain serta meningkatnya omset penjualan tiap harinya. Adapun realisasi pencapaian program adalah :

1. Pelatihan dan cara menggunakan media digital maupun cetak
 - Melaksanakan pelatihan mendalam mengenai bagaimana cara meningkatkan penjualan melalui media digital
 - Melaksanakan pelatihan mendalam mengenai bagaimana cara meningkatkan penjualan melalui media cetak
 - **Realisasinya : 100%**



Gambar 1. Pembuatan akun Instagram

2. Menciptakan strategi penanganan komplain pelayanan yang optimal
 - Menangani komplain pelayanan terhadap pelanggan dengan cara melakukan evaluasi / meeting karyawan guna mencegah terjadinya komplain sehingga pelanggan betah berbelanja dan memberikan kesan positif terhadap pelanggan Arys Mikro Batanta
 - **Realisasinya : 100%**



Gambar 2. Evaluasi / Meeting Karyawan

3. Program kerja tambahan yaitu *survey* terhadap customer
 - Melakukan *survey* wawancara kepada pembeli tentang Arys Mikro Batanta mengenai pelayanan, perbandingan harga dengan toko lain, kualitas barang dan kenyamanan toko serta meminta mereka untuk memberikan ulasan mengenai pelayanan pegawai, harga dan lainnya Arys Mikro Batanta
 - **Realisasinya : 100%**

KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian masyarakat Universitas Mahasaraswati pada Arys Mikro Batanta yang terletak di Jalan Pulau Batanta No. 28 Denpasar, Kabupaten Denpasar, Bali secara umum sudah terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam pelatihan peningkatan penjualan melalui media *digital* dan optimalisasi pelayanan terhadap customer telah berhasil ditingkatkan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan.

Saran yang diberikan, besar harapan kami agar kegiatan ini dapat terus dilakukan dan ditingkatkan melalui pendampingan secara berkelanjutan sehingga nantinya dapat meningkatkan kompetensi sehingga mampu menambah wawasan bagi karyawan dan lebih memperhatikan keadaan sekitar khususnya pelayanan terhadap pelanggan agar pelanggan lebih nyaman dan juga aman dalam berbelanja kebutuhannya sehingga pelanggan tidak terganggu saat berbelanja dan dapat mengurangi keluhan dari pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Sulaiman, M. (2020). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Era Digital*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 14(2), 101-110.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from <https://www.wearesocial.com/digital-2024-indonesia>.
- Puspitawati, A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran UMKM di Era Digital*. Jurnal Pemasaran dan Manajemen, 7(3), 22-30.
- Sari, D. (2021). *Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan melalui Pelatihan Staf dan Teknologi Informasi*. Jurnal Manajemen dan Pelayanan, 9(1), 45-58.
- Husna, N., & Mulyadi, R. (2022). *Pengaruh Penggunaan Media Digital terhadap Peningkatan Penjualan UMKM di Indonesia*. Jurnal Bisnis dan Teknologi, 8(4), 34-42.