

OPTIMALISASI PEMASARAN DAN PENJUALAN ONLINE UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN BERBELANJA DI PARWATI KONVEKSI COLLECTION

**I Gusti Putu Eka Rustiana Dewi^{1,*}, Luh Komang Merawati²,
Luh Devi Juliantari³**

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

*Email: rustiana_dewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran online adalah penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk mendukung modern marketing yang mencakup pengelolaan hubungan pelanggan, penciptaan nilai, dan komunikasi dengan pelanggan. Pentingnya analisis pemasaran digital diharapkan mampu membantu pelaku bisnis memahami perilaku pelanggan, mengukur efektivitas promosi, dan menyempurnakan strategi pemasaran untuk mendorong penjualan. Pengabdian masyarakat dengan judul optimalisasi pemasaran dan penjualan online untuk meningkatkan minat konsumen berbelanja dilaksanakan di Parwati Konveksi, salah satu perusahaan di Denpasar yang menjual busana adat Bali. Belum optimalnya strategi pemasaran digital yang diterapkan dalam bisnis menjadi tantangan bagi penjualan perusahaan, meskipun Perusahaan telah memiliki akun media sosial dan katalog online. Perbaikan model pemasaran online perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan platform digital secara maksimal, membuat konten yang terarah, kerja sama dengan influencer lokal, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk perusahaan untuk ditawarkan kepada konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: Pemasaran, Penjualan Online, Parwati Konveksi

ANALISIS SITUASI

Berdasarkan instruksi dari Gubernur Bali I Wayan Koster yang dikutip dari Tribun.Bali.com (diakses:10 Agustus 2019) menjelaskan bahwa masyarakat di Provinsi Bali diwajibkan menggunakan busana adat setiap hari Kamis, Purnama, Tilem, hari jadi Provinsi Bali dan hari jadi kabupaten/kota dengan etika penggunaan busana adat sesuai dengan nilai kesopanan, kesantunan, kepatutan, dan kepantasan yang berlaku di masyarakat. Berkenaan dengan instruksi tersebut, busana adat Bali mulai sering digunakan oleh pegawai di lingkungan lembaga pemerintahan, pendidik, tenaga pendidik, peserta didik, dan pegawai lembaga swasta, sedangkan bagi masyarakat daerah luar Bali yang tinggal di wilayah Provinsi Bali dapat memilih menggunakan busana adat Bali atau menggunakan busana adat daerah masing-masing. Munculnya peraturan pemerintah daerah tersebut turut membuat kebutuhan akan baju adat di Bali mengalami peningkatan serta memiliki dinamika trend yang makin berkembang. Tidak heran jika peluang bisnis pakaian adat di Bali mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Salah satu usaha dagang yang menjual beraneka

macam busana adat Bali grosir maupun eceran di wilayah Denpasar adalah Parwati Konveksi.

Parwati Konveksi berlokasi di Jalan Nangka gang Cendrawasih Denpasar, menjual berbagai produk busana adat Bali diantaranya beraneka macam bentuk, motif dan model kain endek, sutra, gringsing, songket, katun bordir, baju safari, kain brokat, kebaya jadi dewasa dan anak-anak. Permasalahan yang terjadi pada Parwati Konveksi saat ini adalah terkait pemasaran online dan penjualannya, hal ini disebabkan karena tidak banyak konsumen yang mengetahui dan mengenal usaha Parwati Konveksi kecuali direkomendasikan oleh orang atau pelanggan yang pernah membeli busana adat Bali pada Parwati Konveksi. Perusahaan sudah pernah mencoba melakukan usaha serangkaian promosi melalui media sosial Instagram, tetapi ternyata usaha tersebut belum mampu meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini bisa jadi disebabkan karena Parwati Konveksi tidak secara rutin membagikan informasi mengenai produk terbaru maupun promosi penjualan yang diberikan melalui sosial media tersebut, sehingga konsumen kesulitan mencari informasi terkait produk busana adat Bali yang dijual pada Parwati Konveksi.

Belum optimalnya strategi pemasaran digital yang diterapkan perusahaan menjadi tantangan bagi Parwati Konveksi, meskipun telah memiliki akun media sosial dan katalog online, aktivitas promosi ternyata belum konsisten, konten yang dibuat juga kurang menarik perhatian audiens, selain itu perusahaan juga belum memiliki integrasi sistem penjualan online yang efisien seperti marketplace atau website yang user-friendly. Sisi lain dari tantangan usaha, kesempatan atau peluang untuk mencoba berkembang melalui ranah digital masih terbuka lebar. Perbaikan model pemasaran online perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan karena konsumen saat ini cenderung mencari produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga mudah diakses dan memiliki kejelasan informasi produk. Selain itu, pasar fashion lokal menunjukkan minat yang cukup tinggi terhadap produk-produk konveksi dengan desain khas dan harga bersaing. Dengan memanfaatkan platform digital secara maksimal, seperti melalui strategi konten yang terarah, kerja sama dengan influencer lokal, serta pemanfaatan fitur iklan berbayar, Parwati Konveksi Collection dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produknya untuk ditawarkan kepada konsumen.

Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan pemasaran online adalah penggunaan internet dan teknologi digital lainnya untuk mendukung modern marketing yang mencakup pengelolaan hubungan pelanggan, penciptaan nilai, dan komunikasi dengan pelanggan. Laudon dan Traver (2021) menyatakan bahwa analisis pemasaran digital mampu membantu bisnis memahami perilaku pelanggan, mengukur efektivitas promosi, dan menyempurnakan strategi pemasaran untuk mendorong penjualan. Optimalisasi pemasaran dan penjualan online akan menjadi langkah strategis bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar secara cepat, terarah dan membangun loyalitas pelanggan. Dengan pendekatan yang tepat, bisnis ini memiliki potensi untuk tumbuh secara signifikan di tengah persaingan industri fashion yang semakin ketat.

PERUMUSAN MASALAH

Setelah melaksanakan kegiatan observasi serta wawancara, adapun masalah yang ditemukan pada Parwati Konveksi Collection, sebagai berikut:

- 1) Terbatasnya metode pemasaran yang digunakan untuk mengoptimalkan penjualan online pada Parwati Konveksi Collection.
- 2) Kurangnya pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan penjualan produk oleh pemilik dan karyawan Parwati Konveksi Collection.
- 3) Keterbatasan pengetahuan konsumen dan kurangnya sosialisasi terkait produk diberikan kepada konsumen di Parwati Konveksi Collection

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan masalah yang dihadapi, maka solusi yang dapat kami berikan pada Parwati Konveksi Collection sebagai berikut:

- 1) Mendaftarkan Parwati Konveksi Collection pada platform digital seperti Shopee, Instagram dan marketplace lainnya agar memudahkan pelanggan dalam berbelanja.
- 2) Mengadakan pelatihan kepada pemilik dan karyawan mengenai cara menggunakan, mengelola, dan mengoptimalkan sistem penjualan online.
- 3) Menghubungkan metode penjualan online dengan media sosial (Instagram, WhatsApp Business) agar transaksi lebih cepat dan mudah.
- 4) Memberikan informasi kepada pelanggan melalui media sosial dan toko mengenai promosi produk serta kemudahan berbelanja online untuk meningkatkan daya tarik dan kenyamanan belanja.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan Optimalisasi Pemasaran dan Penjualan Online untuk Meningkatkan Minat Konsumen Berbelanja di Parwati Konveksi Collection yaitu sebagai berikut:

- 1) Tahap awal yang dilakukan adalah membuat dan mengaktifkan akun bisnis Parwati Konveksi Collection di berbagai platform digital seperti Shopee, Instagram, serta WhatsApp Business. Dalam proses ini, akan dilakukan pengisian data usaha secara lengkap, mulai dari nama toko, logo, deskripsi produk, hingga informasi kontak. Selain itu, foto-foto produk juga akan disiapkan secara profesional agar tampilan toko online menarik perhatian calon pelanggan.
- 2) Setelah akun digital siap digunakan, pemilik usaha dan karyawan akan mengikuti pelatihan mengenai cara mengelola penjualan online. Materi pelatihan meliputi cara mengunggah produk, penulisan deskripsi yang menarik, pengaturan harga, penggunaan fitur promosi, hingga cara menangani pertanyaan dan keluhan pelanggan secara efektif. Pelatihan ini bertujuan agar seluruh tim memahami alur kerja sistem penjualan digital dan mampu mengoperasikannya secara mandiri.

- 3) Supaya proses promosi dan transaksi menjadi lebih cepat, toko online yang telah dibuat akan dihubungkan dengan akun media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business. Fitur-fitur seperti “link in bio”, katalog digital, dan tombol pesan otomatis akan diaktifkan untuk mempermudah calon pelanggan dalam menjangkau produk serta melakukan pembelian. Proses ini juga mendukung branding toko agar terlihat lebih profesional dan terpercaya.
- 4) Sosialisasi dan edukasi kepada konsumen dalam rangka meningkatkan pemahaman konsumen tentang kemudahan belanja secara online, akan dibuat konten informatif yang dibagikan melalui media sosial dan toko offline. Konten ini berisi panduan singkat berbelanja, keunggulan layanan online, testimoni pelanggan, hingga informasi promo atau diskon. Dengan cara ini, diharapkan minat pelanggan untuk mencoba belanja melalui platform digital dapat meningkat secara signifikan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pembuatan akun toko online di platform seperti Shopee, Instagram, dan WhatsApp Business telah berhasil dilakukan. Parwati Konveksi Collection kini memiliki toko digital yang menampilkan berbagai jenis produk secara rapi dengan deskripsi yang informatif serta foto yang lebih menarik.

Pelatihan yang diberikan kepada pemilik dan karyawan berhasil meningkatkan pemahaman mereka mengenai cara mengelola toko online. Peserta pelatihan kini lebih terampil dalam mengunggah produk, merespon pelanggan, dan memanfaatkan fitur-fitur penjualan online seperti promosi berbayar, flash sale, serta pengelolaan ulasan pelanggan. Dengan menghubungkan Instagram dan WhatsApp Business ke toko digital, konsumen dapat langsung diarahkan dari media sosial ke platform pembelian. Selain itu, fitur seperti “pesan otomatis”, “katalog WhatsApp”, dan “linktree” pada bio Instagram membuat alur transaksi menjadi lebih praktis dan efisien.

Setelah dilakukan promosi melalui media sosial dan edukasi mengenai cara belanja online, konsumen mulai menunjukkan respons positif. Terlihat dari meningkatnya jumlah pertanyaan melalui WhatsApp dan Instagram, serta adanya kenaikan pesanan melalui Shopee. Beberapa pelanggan juga memberikan testimoni positif mengenai kemudahan dalam proses pemesanan dan komunikasi.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan yang dimaksud adalah :

- 1) Pemilik toko Parwati Konveksi Collection yang mendukung penuh kegiatan ini.
- 2) Partisipasi dari pemilik dan karyawan dalam mendukung terlaksananya kegiatan ini dan motivasi penuh dari lingkungan sekitar dalam pelaksanaan kegiatan ini.
- 3) Ketersediaan sumber daya serta sarana dan prasarana yang memadai guna menunjang keberlangsungan kegiatan ini.

Sedangkan faktor penghambat keberhasilan kegiatan ini adalah :

- 1) Salah satu kendala utama adalah keterbatasan pemahaman pemilik dan karyawan mengenai penggunaan teknologi digital. Hal ini menyebabkan beberapa proses

seperti upload produk, pengaturan harga, hingga menjawab pertanyaan pelanggan berjalan lebih lambat di tahap awal.

Partisipasi pemilik dan karyawan dalam strategi pemasaran dan penjualan online Parwati Konveksi Collection sangat tinggi, terbukti dari tingginya kehadiran mereka dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan tersebut. karyawan bersedia mengikuti pendampingan dalam kegiatan ini dengan baik. Pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian ini semua karyawan mengikuti arahan sesuai program kerja yang saya berikan, sehingga karyawan memahami pentingnya pemasaran dan penjualan online di era digital pada saat ini perusahaan dan karyawan menyetujui perencanaan kegiatan ini.

Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat.



Gambar 1. Membuatkan akun media sosial dan akun shopee



Gambar 2. Melakukan pelatihan pemasaran dan penjualan online kepada pemilik dan karyawan

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Parwati Konveksi Collection pada tanggal 24 Pebruari 2025 s/d. 7 April 2025 dengan program kerja: Optimalisasi Pemasaran dan Penjualan Online untuk Meningkatkan Minat Konsumen

Berbelanja di Parwati Konveksi Collection telah berhasil dilakukan dengan pembuatan akun media sosial seperti Instagram, WhatsApp Bussines serta platform penjualan online seperti Shopee, kemudian melakukan pemberian pelatihan kepada pemilik dan karyawan Parwati Konveksi Collection dalam menggunakan media sosial dan platform digital shopee untuk memasarkan dan menjual produk secara online. Pemberian edukasi kepada konsumen juga dilakukan secara online pada media sosial tentang produk yang dijual dan promosi kemudahan berbelanja online di Parwati Konveksi Collection.

Program pengabdian masyarakat terkait pemasaran dan penjualan online ini telah berjalan dengan baik. Parwati Konveksi Collection sebaiknya terus meningkatkan konsistensi dalam pengelolaan pemasaran toko secara digital, melakukan pelatihan lanjutan secara berkala, serta mengalokasikan dana promosi secara tepat. Selain itu, penting untuk membagi tugas antara aktivitas offline dan online agar lebih terstruktur, serta terus memberikan edukasi kepada konsumen mengenai kemudahan dan keamanan belanja online agar minat dan kepercayaan pelanggan dapat terus meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aguspriyani, Y., Polindi, M., Fitriani, P. D., Darmansyah, T. T., & Setiadi, R. M. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Generasi Milenial. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 35-48.
- FEB Unmas Denpasar. 2025. Buku Panduan KKN Alternatif. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Ramadhan, I. D., & Purnamasari, O. (2023). Pengaruh Konten Instagram Chatime Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 43-52.
- Tribun Bali.com. 2019. Pergub Tentang Penggunaan Busana Adat Bali. <https://search.app/KE5KC11Mg6DLa8HZ7>