

PELATIHAN KERJA DALAM PEMANFAATAN WEBSITE DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PENJUALAN VENDOR WEDDING CV BLISSFUL BALI

Ni Putu Nita Anggraini^{1,*}, Gede Satrya Dewangga²

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

*Email: nitaanggraini@unmas.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini membahas bagaimana pelatihan kerja dan penerapan digital marketing melalui website serta media sosial Instagram dapat membantu meningkatkan jangkauan penjualan vendor wedding CV Blissful Bali. Latar belakang penelitian ini berangkat dari persaingan ketat dalam industri jasa pernikahan di Bali yang menuntut setiap pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital agar tetap relevan dan kompetitif. Melalui program pelatihan, tim CV Blissful Bali mendapatkan pembekalan keterampilan dalam mengelola konten digital, memaksimalkan penggunaan website, menerapkan strategi promosi di media sosial, serta memahami teknik dasar optimasi mesin pencari (SEO). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kajian literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kerja yang dipadukan dengan strategi digital marketing mampu meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam memanfaatkan media digital, memperluas jangkauan audiens, serta mendorong keterlibatan dan kepercayaan calon pelanggan. Website dan Instagram terbukti efektif tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra merek dan pada akhirnya memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan penjualan CV Blissful Bali.

Kata Kunci : *digital marketing, website, sosial media*

ANALISIS SITUASI

CV Blissful Bali merupakan sebuah usaha *Vendor Wedding* yang berkantor di Jalan Kenyeri III, Gang 3, No.4, Denpasar Utara. Sebagai penyedia jasa pernikahan, CV Blissful Bali menawarkan berbagai layanan yang mencakup kebutuhan utama dalam sebuah acara pernikahan. Mulai dari dekorasi, penyediaan perlengkapan pernikahan ataupun pesta, tata rias pengantin, dokumentasi berupa foto dan video, penyediaan hiburan, hingga pengaturan jalannya acara secara keseluruhan.

Saat ini, CV Blissful Bali masih mengandalkan Instagram sebagai media utama untuk mempromosikan layanan mereka. Meskipun platform ini cukup efektif untuk menjangkau calon pelanggan, terutama anak muda yang aktif di media sosial, penggunaannya belum dimaksimalkan. Hal ini karena para staf belum sepenuhnya memahami cara kerja fitur iklan berbayar (Instagram Ads) yang sebenarnya bisa membantu meningkatkan jangkauan promosi dan menarik lebih banyak klien potensial. Akibatnya, hasil promosi yang dijalankan belum memberikan dampak

maksimal terhadap peningkatan jumlah pelanggan maupun pertumbuhan pasar. Selain itu, perusahaan juga belum memanfaatkan website sebagai media promosi tambahan. faktanya, website dapat menjadi wadah yang sangat penting untuk menampilkan profil perusahaan, portofolio acara pernikahan, jenis layanan yang ditawarkan, hingga ulasan dari klien secara lebih profesional dan terpercaya (Rahman, Herlambang 2025).

Pelatihan adalah proses untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan. Menurut Putra et al (2022), pelatihan kerja adalah elemen krusial dalam pengembangan sumber daya manusia yang efektif dan adaptif pada perkembangan masa depan. Untuk melaksanakan program pelatihan yang efektif, diperlukan suatu perusahaan yang baik dan terarah, sehingga hasil dari program ini memberikan dampak positif bagi perusahaan. Maka di CV Blissful Bali perlu melakukan pelatihan kerja seperti memberikan pelatihan tentang cara melakukan pemasaran untuk menambah daya tarik konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan. Namun, tidak cukup hanya pelatihan kerja kepada para staf untuk meningkatkan penjualan, CV Blissful Bali juga harus mengjangkau target pasar yang luas, yaitu dengan pemasaran secara online atau digital marketing.

Digital marketing sendiri adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan menggunakan teknologi *digital*. Tujuan utama dari adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan *traffic* penjualan melalui beberapa teknik pemasaran *digital*. Istilah lain dari adalah *online marketing* atau *internet marketing*. Penggunaan media digital untuk pemasaran bagi perusahaan besar maupun Usaha Kecil dan Menengah (UKM) saat ini tentunya semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen yang jumlahnya semakin banyak serta dari sisi demografi termasuk usia yang produktif, sehingga potensial untuk dipenuhi kebutuhannya pun sangat tinggi (Alfian et al., 2025).

PERUMUSAN MASALAH

1. Rendahnya pemahaman tentang pembuatan website yang sederhana.
2. Kurang perhatiannya pada pemasaran usaha melalui media sosial, dikarenakan pemilik usaha tidak begitu paham dalam memaksimalkan media sosial.
3. Pemilik usaha belum paham mengenai pembuatan design dan konten yang menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang dialami oleh CV Blissful Bali saat ini sesuai dengan prioritas permasalahannya, berikut beberapa solusi yang dapat saya berikan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi yaitu:

1. Memberikan pelatihan dan bimbingan kepada para staf tentang pembuatan website yang sederhana.
2. Memberikan pelatihan kepada para staf dalam memaksimalkan akun media sosial sebagai media promosi.

3. Pendampingan kepada mitra dalam mendesain postingan dan konten yang menarik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dalam Pelatihan Kerja dan Digital Marketing dalam Penggunaan Website dan Media Sosial untuk Meningkatkan Jangkauan Penjualan CV Blissful Bali adalah sebagai berikut :

1. Tahapan persiapan dan observasi dimana kami melakukan wawancara agar dapat mengetahui masalah yang ada dan berusaha untuk memecahkan atau mencari solusi untuk masalah yang terjadi pada Usaha *Vendor Wedding* CV Blissful Bali.
2. Tahapan Pelaksanaan dimana dilaksanakan pelatihan dan bimbingan terhadap program kerja yang telah disusun dan dilaksanakan secara bertahap dengan uraian sebagai berikut :
 - a. Pelatihan dan bimbingan kepada para staf mengenai pembuatan website serta tips melakukan promosi online atau digital marketing melalui Instagram Ads
 - b. Pelatihan kepada para staf mengenai pembuatan design postingan atau konten yang lebih menarik.
 - c. Pendampingan kepada mitra dalam pembuatan dan penggunaan website untuk jangka panjang perusahaan.
3. Tahapan Evaluasi dimana dilakukan evaluasi untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai harapan atau belum, sehingga apabila belum sesuai harapan dapat disempurnakan lagi.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelatihan kerja dalam pemanfaatan website dan media sosial Instagram sebagai upaya optimalisasi penjualan *Vendor Wedding* CV Blissful Bali telah berhasil dilakukan dengan program kerja pengabdian masyarakat yaitu pembuatan website sebagai perantara informasi dengan klien, mampu memaksimalkan promosi usaha pada media sosial instagram menggunakan ads dan *owner* memiliki konten serta design postingan yang menarik. Menurut Rahayu (2022) keputusan pembelian dijelaskan oleh Brand Image dan Promosi. Berikut adalah uraian hasil pengabdian dan pembahasan kegiatan program pada CV Blissful Bali :

Pada permasalahan yang pertama *owner* dan para staf belum memahami tentang bagaimana cara pembuatan website yang sederhana solusi yang diberikan yaitu : memberikan pelatihan dan bimbingan kepada para staf tentang bagaimana cara pembuatan website yang sederhana agar mampu digunakan sebagai informasi untuk klien dalam mencari jasa pernikahan. Kustiyahningsih et al. (2022) mengemukakan bahwa ada beberapa alasan mengapa UMKM perlu melakukan transformasi digital, salah satunya adalah untuk memperluas akses kegiatan jual beli.



Gambar 1. Memberikan pelatihan dan bimbingan kepada owner dan para staf tentang penggunaan Instagram ads.

Pada permasalahan yang kedua pelaku UMKM kesulitan dalam memasarkan produknya dan menjual produknya di sosial media dikarenakan *owner* dan para staf belum paham cara memaksimalkannya, solusi yang diberikan yaitu memberikan pelatihan kepada *owner* dan paraa staf dalam memaksimalkan akun media sosial instagram, serta menggunakan system ads pada platform tersebut. Menurut Avita dkk (2022), Digital marketing memungkinkan perusahaan menjangkau audiens yang lebih luas dan tersegmentasi secara efisien dengan biaya yang relatif lebih rendah dibanding pemasaran tradisional. Penggunaan internet dan media sosial membuka peluang untuk bertemu konsumen dari berbagai lokasi geografis tanpa batasan waktu dan tempat.



Gambar 2. Pendampingan kepada mitra dalam mendesain postingan.

Pada permasalahan yang ke tiga *owner* dan para staf belum paham cara membuat design dan konten yang menarik yang nantinya akan di *upload* secara berkala pada media sosial Instagram. Menurut Akhsin (2022), Konten visual yang kuat dan menarik secara signifikan meningkatkan interaksi pengguna seperti likes, komentar, dan share di media sosial. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan engagement tetapi juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap merek dan keputusan pembelian mereka.



Gambar 3. Pendampingan kepada mitra dalam penggunaan website secara berkala.

SIMPULAN DAN SARAN

Dengan terlaksananya program kerja tersebut yang mencapai bobot 100% maka diharapkan kepada pemilik usaha untuk tetap melanjutkan program kerja yang telah dibuat oleh mahasiswa secara konsisten. Semoga pengelolaan website dan media sosial Instagram tetap dilanjutkan guna untuk meningkatkan dan memperluas *insight* dari perusahaan ini. Serta dengan menggunakan design postingan dan konten yang menarik, CV Blissful Bali bisa lebih dikenal dan berkembang lagi.

Diharapkan kepada *owner* dan para staf tetap melakukan kegiatan-kegiatan yang sudah kita sepakati secara mandiri di rumah dengan panduan materi yang telah diberikan di waktu luang mereka. Untuk selanjutnya, diharapkan mitra rajin mencatat pemasukan sebagai modal dan pengeluaran usaha agar mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap penjualannya, serta mitra diharapkan terus melakukan promosi di media sosial agar produk mereka lebih dikenal masyarakat luas untuk memperoleh pemasukan lebih daripada sebelum melakukan promosi pada media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsin, S. 2022. Pengaruh Copywriting dan Kualitas Visual Konten Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Pengguna Instagram di Kelurahan Tanjung Selamat, Medan. *Skripsi*. Medan: Universitas Medan Area.
- Alfian, R., Yuliana, L., Perkasa, D. H., & Putra, M. F. R. (2025). Hyper-Personalization For Customer Innovativeness, Customer Involvement and Adoption Intention. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 9(1), pp. 69-77.
- Avita, Y., Heni, S., & Erike, N. (2023). Transformasi Digital Ekonomi Melalui Kolaborasi Akademisi Dalam Membentuk Generasi Z Kreatif. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(2), pp. 1507–1514.
- Putra, Hailuddin, Baiq Ismiwati. (2022). Efektivitas Balai Latihan Kerja (BLK) Dalam Meningkatkan Kualitas Tenaga Kerja Di Kota Mataram. *Skripsi*. Universitas Mataram
- Kustiyahningsih, Y., Anamisa, D. R., Hasbunallah, M., Rahmanita, E., & Purnama, J. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dan Market Place Untuk Meningkatkan

Produk Penjualan UMKM di Masa Pandemi Covid -19 (Media Nusa Creative, Ed.). *Media Nusa Creative (MNC Publishing)*.

Rahayu, S. (2022). The Effect Of Brand Image and Promotion On The Purchase Decision Of Tony Jack Jeans Product At DNA Store South Of Tangerang. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3,(1), pp. 256–264.