

PENGEMBANGAN PENJUALAN BERBASIS DIGITAL DAN PELATIHAN KOMUNIKASI KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PENJUALAN

Ida Ayu Nyoman Yuliasuti^{1,*}, Ni Kadek Dwitha Octasari²

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

*Email: ia.yuliasuti@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam menyelesaikan permasalahan di bidang ekonomi dan bisnis. Kegiatan ini dilaksanakan di Saraswati Silver yang bergerak di bidang kerajinan perak. Permasalahan yang dihadapi meliputi belum optimalnya pemanfaatan promosi berbasis digital serta keterbatasan keterampilan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka solusi yang dapat diberikan yaitu pembuatan dan pengelolaan media sosial serta pelatihan keterampilan komunikasi karyawan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi, wawancara, pelatihan, dan pendampingan secara langsung kepada pemilik dan karyawan usaha. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa program promosi digital mampu meningkatkan visibilitas produk dan mulai menjangkau pasar yang lebih luas. Sementara itu, pelatihan komunikasi memberikan dampak positif terhadap peningkatan kualitas pelayanan karyawan, yang ditandai dengan komunikasi yang lebih ramah, jelas, dan profesional.

Kata Kunci: komunikasi, pelayanan pelanggan, pemasaran, penjualan, promosi digital

ANALISIS SITUASI

Pelaksanaan pengabdian masyarakat memiliki relevansi yang erat dengan bidang ekonomi dan bisnis, terutama dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian. Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan perilaku konsumen yang cenderung beralih ke sistem transaksi *online*. Platform *e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tik Tok Shop* menjadi sarana yang efektif bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Namun demikian, tidak semua pelaku usaha mampu memanfaatkan peluang tersebut secara optimal. Banyak UMKM yang masih menghadapi kendala dalam pengelolaan *e-commerce*, seperti kurangnya pemahaman dalam strategi pemasaran digital, pengelolaan toko *online*, serta keterbatasan kemampuan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan, khususnya dalam komunikasi berbasis digital. Padahal, komunikasi yang efektif merupakan salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian.

Saraswati Silver merupakan salah satu usaha kerajinan perak yang memiliki potensi cukup besar dalam mendukung perekonomian lokal, khususnya di sektor industri kreatif. Produk yang dihasilkan memiliki nilai seni dan keunikan yang tinggi,

sehingga berpeluang untuk dipasarkan tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga nasional hingga internasional. Dari sisi internal, usaha ini memiliki beberapa kekuatan, antara lain kualitas produk yang baik, desain yang unik, serta pengalaman dalam menjalankan usaha. Namun, terdapat beberapa kelemahan yang ditemukan, seperti belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan penjualan, serta masih kurangnya keterampilan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan secara efektif, khususnya melalui media online.

Dari sisi eksternal, terdapat peluang yang cukup besar dengan meningkatnya tren belanja online oleh masyarakat. Hal ini memberikan kesempatan bagi usaha untuk memperluas jangkauan pasar tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Selain itu, perkembangan media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Namun demikian, usaha juga menghadapi beberapa tantangan, seperti tingginya tingkat persaingan dengan usaha sejenis, baik di tingkat lokal maupun nasional, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam memilih produk dan layanan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar usaha mampu bersaing dan bertahan di tengah perkembangan pasar yang dinamis.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Saraswati Silver, yaitu dari aspek pemasaran, usaha ini masih belum memanfaatkan media digital secara optimal sebagai sarana promosi. Kegiatan pemasaran masih didominasi oleh metode konvensional dan penjualan langsung di lokasi usaha, sehingga jangkauan pasar menjadi terbatas. Padahal, di era digital saat ini, penggunaan media sosial dan platform online menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, dari sisi sumber daya manusia, khususnya karyawan, masih ditemukan keterbatasan dalam keterampilan komunikasi dengan pelanggan. Hal ini terlihat dari cara penyampaian informasi produk yang belum maksimal serta kurangnya kemampuan dalam membangun interaksi yang menarik dan persuasif dengan konsumen. Kondisi tersebut berpotensi mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan peluang terjadinya pembelian ulang.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu program yang mampu menjawab permasalahan sekaligus mengoptimalkan potensi yang dimiliki. Oleh karena itu, program peningkatan promosi berbasis digital dan pelatihan keterampilan komunikasi karyawan menjadi solusi yang relevan untuk mendukung pengembangan usaha Saraswati Silver secara berkelanjutan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dilakukan di Saraswati Silver, permasalahan utama yang dihadapi adalah belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, sehingga jangkauan pasar masih terbatas. Selain itu, keterampilan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan juga masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan pelayanan yang lebih efektif dan profesional. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang tepat untuk mengoptimalkan promosi digital serta meningkatkan kualitas komunikasi karyawan guna mendukung perkembangan

usaha.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Saraswati Silver, maka solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada dua aspek utama, yaitu peningkatan promosi berbasis digital dan pelatihan keterampilan komunikasi karyawan. Pertama, solusi dalam aspek pemasaran dilakukan melalui optimalisasi promosi digital. Kegiatan ini meliputi pembuatan dan pengelolaan akun media sosial sebagai sarana pemasaran, pembuatan konten promosi berupa foto dan video produk yang menarik, serta pemberian edukasi kepada pemilik dan karyawan mengenai strategi pemasaran digital yang sederhana dan efektif. Dengan adanya promosi digital, diharapkan usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing di era digital.

Kedua, solusi dalam aspek sumber daya manusia dilakukan melalui pelatihan keterampilan komunikasi karyawan. Pelatihan ini mencakup teknik komunikasi efektif, cara melayani pelanggan dengan ramah dan profesional, serta kemampuan memahami kebutuhan pelanggan. Selain itu, dilakukan juga simulasi pelayanan (*role play*) agar karyawan dapat mempraktikkan secara langsung keterampilan yang telah diberikan. Solusi ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan.

Kedua solusi tersebut dirancang secara terintegrasi untuk saling mendukung dalam meningkatkan kinerja usaha. Promosi digital berperan dalam menarik pelanggan, sedangkan komunikasi yang baik berperan dalam mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang memuaskan. Dengan demikian, implementasi solusi ini diharapkan mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perkembangan Saraswati Silver.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Saraswati Silver menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif, di mana mahasiswa terlibat secara langsung dalam membantu mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra usaha. Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi langsung untuk memahami kondisi usaha, khususnya dalam aspek pemasaran dan pelayanan. Selanjutnya, dilakukan wawancara dengan pemilik dan karyawan guna menggali informasi terkait sistem yang berjalan serta kendala yang dihadapi. Berdasarkan hasil tersebut, disusun perencanaan program yang berfokus pada peningkatan promosi digital dan pelatihan keterampilan komunikasi karyawan.

Pelaksanaan program dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi, pembuatan konten digital berupa foto dan video produk, serta pemberian pelatihan komunikasi efektif kepada karyawan yang disertai dengan simulasi pelayanan (*role play*). Selama kegiatan berlangsung, juga dilakukan pendampingan kepada pemilik dan karyawan dalam mengelola media sosial serta

menerapkan komunikasi yang baik dalam pelayanan pelanggan. Tahap akhir dari metode ini adalah evaluasi untuk menilai keberhasilan program, baik dari segi peningkatan visibilitas usaha melalui media digital maupun perubahan dalam kualitas komunikasi karyawan. Dengan metode ini, diharapkan program yang dilaksanakan dapat memberikan dampak yang nyata dan berkelanjutan bagi perkembangan Saraswati Silver.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Saraswati Silver yang berfokus pada peningkatan promosi berbasis digital dan pelatihan keterampilan komunikasi karyawan menunjukkan hasil yang cukup positif. Program promosi digital yang dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan media sosial telah memberikan dampak terhadap meningkatnya visibilitas usaha. Beberapa konten promosi berupa foto dan video produk berhasil dibuat dan diunggah secara bertahap, sehingga produk yang ditawarkan menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan interaksi pada media sosial, seperti jumlah tayangan, likes, dan respon dari calon pelanggan, meskipun masih dalam tahap awal pelaksanaan.

Dari sisi pembahasan, hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan digital marketing merupakan strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar, terutama bagi usaha kecil dan menengah. Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi dinilai mampu meningkatkan brand awareness serta membuka peluang pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Namun demikian, keberhasilan promosi digital sangat dipengaruhi oleh konsistensi dalam pengelolaan konten serta kemampuan dalam mengikuti tren pasar.

Selain itu, pelaksanaan pelatihan keterampilan komunikasi karyawan juga memberikan hasil yang signifikan. Karyawan menunjukkan peningkatan dalam cara berinteraksi dengan pelanggan, seperti lebih ramah, komunikatif, dan mampu menjelaskan produk dengan lebih jelas. Melalui kegiatan simulasi pelayanan (*role play*), karyawan dapat mempraktikkan secara langsung teknik komunikasi yang telah diberikan. Hal ini berdampak pada meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Dalam pembahasan, peningkatan keterampilan komunikasi ini sejalan dengan konsep manajemen sumber daya manusia yang menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam menunjang keberhasilan usaha. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan peningkatan penjualan.

Secara keseluruhan, kedua program yang dilaksanakan saling mendukung dalam meningkatkan kinerja usaha Saraswati Silver. Promosi digital berperan dalam menarik pelanggan baru, sedangkan komunikasi yang baik berperan dalam mempertahankan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas. Meskipun demikian, diperlukan upaya keberlanjutan dari pihak usaha agar hasil yang telah dicapai dapat terus berkembang dan memberikan dampak jangka panjang.

Sebelum pelaksanaan program kerja, kondisi Saraswati Silver menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi masih belum optimal. Usaha ini lebih mengandalkan pemasaran secara konvensional dan penjualan langsung di lokasi, sehingga jangkauan pasar terbatas. Selain itu, keterampilan komunikasi karyawan dalam melayani pelanggan juga masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal penyampaian informasi produk dan interaksi yang lebih persuasif kepada konsumen.



Gambar 1. Postingan di Media Sosial yang Belum Menarik dan Masih Monoton



Gambar 2. Pelatihan Pemanfaatan Promosi Digital (Mengajarkan Cara Mengambil Gambar Produk yang Lebih Menarik untuk Diunggah di Media Sosial)



Gambar 3. Hasil yang Didapatkan Setelah Melakukan Pelatihan (Postingan pada *Profile* Media Sosial Lebih Menarik, Sehingga Berpotensi Besar Menarik Perhatian Calon Pelanggan)

Sementara itu, dari sisi pelayanan, karyawan menunjukkan peningkatan dalam

keterampilan komunikasi. Karyawan menjadi lebih percaya diri, ramah, serta mampu menyampaikan informasi produk dengan lebih jelas kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan juga menjadi lebih profesional, sehingga berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa karyawan mulai menerapkan teknik komunikasi yang telah diberikan dalam aktivitas sehari-hari, sehingga pelayanan menjadi lebih profesional dan terarah.



Gambar 4. Melakukan Pelatihan Peningkatan Skil Komunikasi (Setelah Dilakukan Pelatihan, Komunikasi Karyawan dengan Pelanggan Menjadi Lebih Nyaman Juga Lebih Baik, Karyawan Juga Menjadi Lebih Percaya Diri dalam Menghadapi Pelanggan)

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Saraswati Silver, dapat disimpulkan bahwa program peningkatan promosi berbasis digital dan pelatihan keterampilan komunikasi karyawan memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi mampu meningkatkan visibilitas produk serta membuka peluang pasar yang lebih luas. Sementara itu, pelatihan komunikasi karyawan berkontribusi dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yang ditunjukkan melalui komunikasi yang lebih ramah, jelas, dan profesional dalam melayani pelanggan.

Kedua program tersebut saling mendukung dalam meningkatkan kinerja usaha, baik dari aspek pemasaran maupun pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara pemanfaatan teknologi digital dan peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. Namun, keberlanjutan program menjadi faktor penting agar manfaat yang diperoleh dapat terus berkembang secara optimal.

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, pihak Saraswati Silver diharapkan dapat mengelola media sosial secara konsisten dengan membuat dan mengunggah konten promosi secara rutin agar jangkauan pasar terus meningkat. Selain itu, perlu dilakukan pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih kreatif agar mampu menarik minat konsumen secara lebih luas.

Kedua, karyawan diharapkan dapat terus menerapkan keterampilan komunikasi yang telah diberikan serta meningkatkan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang profesional. Pelatihan lanjutan secara berkala juga disarankan untuk menjaga kualitas pelayanan.

Ketiga, bagi pelaksanaan kegiatan selanjutnya, diharapkan program yang telah dijalankan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan inovasi yang lebih beragam serta disesuaikan dengan kebutuhan usaha, sehingga memberikan dampak yang lebih maksimal dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrilia, V., Zulaihati, S., & Kismayanti Respati, D. (2025). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 1(2), 450–458.
- Ardianto, E., & Komala, L. (2020). Strategi komunikasi digital UMKM di era media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 115–128.
- Devi, S., Permadi, N., & Bangsa, U. P. (2025). Strategi Komunikasi Bisnis Efektif di Era Digital : Studi Kasus UMKM Rumah Tangga di Perumahan Mutiara Bekasi Jaya. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 2100–2107. <https://indojournal.com/index.php/jejakdigital/article/view/545>
- Gilang Maulana, & Sugiarto, A. P. (2025). signifikansi terhadap pola komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 10(4).
- Pande, I. W. B., Darmawan, I. P. A. S., Yuliasuti, I. A. N., Manuari, I. A. R., & Tandio, D. R. (2024). Pengaruh modal intelektual pada kinerja lembaga perkreditan desa di Bali. *Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA)*, 2(1), 78-87.
- Purnawati, N. L. G. P., Yuliasuti, I. A. N., & Ribek, P. K. (2023). Pengaruh Kompensasi, Keterlibatan Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Diversey Bali. *Jurnal Ilmiah Satyagraha*, 6(1), 84-99.
- Rustandi, R. S. (2025). *Digital Pelaku Umkm Daya Tarik Konsumen Di Era Media Sosial*. 3, 112–121.
- Salma, N. A., Purnama, P. H., & Fujianti, S. N. (2025). Efektivitas komunikasi digital dalam meningkatkan kepuasan dan retensi pelanggan UMKM sektor kuliner. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(1), 328–344. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/41905>
- Yuliasuti, I. A. N., Lestari, I. G. A. A. I., Ananda, K. D., & Raharja, M. A. (2025). Penguatan Literasi Digital Dan Pemasaran Online Pada Kinerja Bumdesa Sembung Gede, Tabanan. *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 284-300.
- Yuliasuti, I. A. N., Ngurah Marhaeni, A. A. I., Purwanti, P. A. P., & Yuliarini, N. N. (2025). BRIDGING TRADITION AND TECHNOLOGY: THE ROLE OF INNOVATION AND DIGITAL MARKETING IN SUSTAINING BALI'S SOKASI CRAFT INDUSTRY. *Lex Localis: Journal of Local Self-*

Government, 23.

Yuliasuti, I. A. N., & Suastini, N. P. M. (2025, November). PENERAPAN STRATEGI BRANDING DAN SISTEM ADMINISTRASI DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PRODUK HANDMADE BALI. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN MASYARAKAT (SENEMA)* (Vol. 4, No. 2, pp. 766-776).