

# STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK YANG MENURUN PADA PT. SARI ALAM DEWATA AKIBAT PANDEMI COVID-19

I Putu Edy Arizona <sup>(1)</sup>, Ni Kadek Indah Pradnyawati <sup>(2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: edyarizona@unmas.ac.id

## ABSTRAK

Kasus *COVID-19* mulai muncul di Indonesia pada awal tahun 2020, kasus ini memiliki dampak yang tidak baik disegala sektor, salah satunya adalah penurunan disektor ekonomi. *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)*. Menurunnya penjualan yang di alami oleh perusahaan adalah dampak yang ditimbulkan dari adanya kasus ini, dan PT. Sari Alam Dewata merupakan salah satu perusahaan yang mengalami fenomena tersebut. PT. Sari Alam Dewata adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian keramik. PT. Sari Alam Dewata merupakan salah satu jaringan distribusi dari PT. Chang Jui Fang Indonesia (CJFI) yang berlokasi di Jakarta. PT. Sari Alam Dewata menyediakan beberapa merk keramik seperti PICASSO, ATENA, dan MUSTIKA. Pendistribusian keramik yang dilakukan oleh PT. Sari Alam Dewata telah menyebar ke seluruh kabupaten yang ada di Bali.

**Kata kunci:** COVID-19, Distribusi, Menurun

### ANALISIS SITUASI

PT. Sari Alam Dewata adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian keramik . PT. Sari Alam Dewata merupakan salah satu jaringan distribusi dari PT. Chang Jui Fang Indonesia (CJFI) yang berlokasi di Jakarta. PT. Sari Alam Dewata menyediakan beberapa merk keramik seperti PICASSO, ATENA, dan MUSTIKA. Dan motif keramik yang

disediakan juga beragam seperti motif bebatuan, motif kayu, motif marmer dan lain sebagainya. PT. Sari Alam Dewata juga menyediakan berbagai ukuran keramik seperti Uk. 20cm x 25cm, Uk. 25cm x 40cm, Uk. 40cm x 40cm, Uk. 50cm x 50cm, dan Uk. 60cm x 60cm. Dan pendistribusian keramik yang dilakukan oleh PT. Sari Alam Dewata telah menyebar ke seluruh kabupaten yang ada di Bali. Dan saat ini perusahaan memiliki

17 orang karyawan yang terdiri dari beberapa jabatan atau bagian.

Ketika kasus *COVID-19* mulai muncul di Indonesia pada awal tahun 2020, kasus ini memiliki dampak yang tidak baik disegala sektor, salah satunya adalah penurunan disektor ekonomi. *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)* adalah penyakit menular yang disebabkan oleh *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2)*. *SARS-CoV-2* merupakan *coronavirus* jenis baru yang belum pernah diidentifikasi sebelumnya pada manusia. Ada setidaknya dua jenis *coronavirus* yang diketahui menyebabkan penyakit yang dapat menimbulkan gejala berat seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*. Tanda dan gejala umum infeksi *COVID-19* antara lain gejala gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk dan sesak napas. Dengan adanya kasus *COVID-19*, terdapat permasalahan yang terungkap dari hasil observasi di PT. Sari Alam Dewata, yaitu target pasar pada perusahaan ini adalah toko keramik dan juga customer pribadi yang datang langsung ke lokasi. Dengan adanya kasus ini telah mempengaruhi penjualan perusahaan karena menurunnya minat dari konsumen terhadap barang yang dijual, apalagi keramik bukanlah termasuk barang kebutuhan sehari-hari pasti akan lebih sulit terjual di masa sekarang ini. Strategi pemasaran yang digunakan perusahaan juga belum dilakukan secara optimal karena pemasaran atau promosi hanya

dilakukan oleh sales yang memasuki satu toko ke toko lainnya saja dengan membawa sampel keramik, tanpa adanya pemasaran melalui media sosial sehingga pemasaran yang dilakukan jaringannya kurang meluas, hal ini berdampak pada penjualan perusahaan dan stok barang digudang yang sulit terjual.

Sudah 2 tahun *COVID-19* melanda Indonesia, sehingga mulai menurunnya kesadaran masyarakat akan mentaati protokol kesehatan yang ada. Padahal ketika pandemi masih mewabah, kita seharusnya saling menjaga kesehatan baik untuk diri sendiri maupun orang lain dengan mematuhi protokol kesehatan. Meskipun perusahaan telah memberikan himbuan mengenai protokol kesehatan, terkadang masih saja ada yang melanggar seperti tidak memakai masker, terutama pada customer yang datang langsung ke lokasi atau area perusahaan, hal ini disebabkan karena kurangnya kesadaran dari diri sendiri akan himbuan yang ada serta kurang menyadari akan pentingnya menjaga kesehatan di masa seperti ini. Padahal jika mentaati protokol yang ada, kita bisa memutus mata rantai penyebaran *COVID-19*.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada PT. Sari Alam Dewata, diketahui terdapat beberapa masalah sebagai berikut:

1. Penjualan menurun akibat pemasaran produk yang kurang optimal karena pemasaran hanya dilakukan melalui sales yang

memasuki beberapa toko tanpa adanya pemasaran melalui media sosial.

2. Menurunnya kesadaran diri dan ketaatan akan protokol kesehatan padahal himbauan mengenai *COVID-19* sudah ada sebelumnya.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh PT. Sari Alam Dewata, sesuai dengan permasalahan yang ada berikut beberapa solusi yang dapat diberikan:

1. Pembuatan akun dan melakukan kegiatan pemasaran melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram* diharapkan mampu memperluas pemasaran *online* guna meningkatkan penjualan produk yang menurun akibat pandemi *COVID-19* pada PT. Sari Alam Dewata.
2. Pembuatan dan pemasangan banner himbauan mengenai *COVID-19* di area perusahaan diharapkan dapat memberikan kesadaran terhadap bahaya yang ditimbulkan dari adanya *COVID-19* serta pentingnya menjaga kesehatan baik untuk diri sendiri maupun orang lain. Pembuatan dan pemasangan banner ini dilakukan untuk mempertegas himbauan mengenai *COVID-19* yang sudah ada sebelumnya.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan untuk kegiatan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yang menurun pada PT. Sari Alam Dewata akibat pandemi *COVID-19* adalah sebagai berikut:

1. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan seperti menurunnya penjualan pada PT. Sari Alam Dewata akibat pandemi yaitu membuat serta melakukan pemasaran melalui akun media sosial. Upaya ini dilakukan untuk memperluas jaringan pemasaran dari PT. Sari Alam Dewata guna meningkatkan penjualan yang menurun akibat dari pandemi *COVID-19*. Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam pembuatan serta pemasaran produk melalui akun sosial media yaitu:

### - Diskusi dan Persiapan

Pada tahap diskusi dan persiapan, kegiatan yang dilakukan adalah mengumpulkan informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh PT. Sari Alam Dewata terkait penurunan penjualan selama pandemi *COVID-19*. Dari pengumpulan informasi tersebut dapat diberikan solusi yang diperkirakan mampu untuk mengurangi permasalahan yang dihadapi perusahaan.

### - Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, solusi yang telah diberikan sebelumnya akan diimplementasikan ke dalam kegiatan pengabdian masyarakat

pada PT. Sari Alam Dewata. Solusi yang diberikan tersebut berupa pembuatan akun *facebook* dan *instagram*, setelah pembuatan akun selesai akan dilanjutkan dengan kegiatan pemasaran produk melalui akun tersebut.

- Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilaksanakan sudah sesuai harapan atau belum. Jika kegiatan belum sesuai dengan harapan, maka akan dilakukan beberapa perbaikan jika diperlukan.

2. Dalam upaya untuk memutus mata rantai penyebaran *COVID-19*, perusahaan telah menyediakan tempat untuk mencuci tangan serta memasang himbuan mengenai *COVID-19*. Namun masih terdapat permasalahan seperti beberapa *customer* yang datang langsung ke PT. Sari Alam Dewata belum sepenuhnya menerapkan protokol kesehatan dengan baik dan benar. Untuk itu Tim Pelaksana Kegiatan melakukan langkah-langkah penyempurnaan seperti memberikan penyuluhan dan pendampingan mengenai himbuan *COVID-19*. Penyuluhan dan pendampingan dilakukan untuk memberikan pengarahan serta himbuan kepada staf dan *customer* mengenai bahayanya *COVID-19* melalui pemasangan banner di area perusahaan.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Secara kualitatif hasil kegiatan pengabdian masyarakat di PT. Sari Alam Dewata yang beralamat di Jalan Raya Mengwitani No. 88A, Kec. Mengwi, Kab. Badung dapat terlaksana dengan baik dan sesuai dengan harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang telah dilaksanakan. Program kerja yang telah tercapai antara lain:

### 1. Pembuatan Akun Sosial Media *Facebook* dan *Instagram* dan Melakukan Pemasaran Melalui Akun Sosial Media

Kegiatan pembuatan akun sosial media *facebook* dan *instagram* dilakukan selama 6 hari, dimulai dari tanggal 21 Februari 2022 sampai dengan 26 Februari 2022. Dengan pembuatan akun sosial media, diharapkan perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran melalui media sosial. Serta dilanjutkan dengan kegiatan pemasaran melalui sosial media dilakukan selama 9 hari, dimulai dari tanggal 07 Maret 2022 sampai dengan 16 Maret 2022 (tak terhitung hari minggu). Dengan melakukan pemasaran melalui media sosial diharapkan dapat menjual stok barang yang ada digudang sehingga dapat meningkatkan penjualan produk yang menurun akibat

pandemi *COVID-19* pada PT. Sari Alam Dewata.



**Gambar 1. Pembuatan Akun Sosial Media**



**Gambar 2. Pemasaran di Akun Sosial Media**

## **2. Pembuatan Serta Pemasangan Himbauan Mengenai *COVID-19* Berupa Banner**

Kegiatan pembuatan serta pemasangan himbauan mengenai *COVID-19* berupa banner dilakukan selama 9 hari, dimulai dari tanggal 17 Maret 2022 sampai dengan 26 Maret 2022 (tak terhitung hari minggu). Tujuan dari pemasangan banner ini adalah untuk mempertegas himbauan mengenai *COVID-19* yang pernah ada sebelumnya di area perusahaan. Dengan pemasangan banner berupa himbauan mengenai *COVID-19* diharapkan para staff dan terutama pada customer yang datang langsung ke area perusahaan lebih disadarkan akan pentingnya menjaga kesehatan

untuk diri sendiri dan juga orang lain di tengah bahayanya virus *COVID-19*, sehingga dengan adanya kegiatan ini diharapkan dapat membantu dalam pemutusan mata rantai penyebaran *COVID-19* yang telah mewabah di masa sekarang ini.

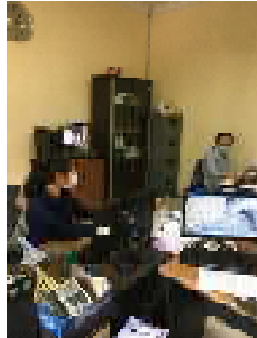


**Gambar 3. Pemasangan banner himbauan mengenai *COVID-19***

## **3. Kegiatan Evaluasi Program Kerja**

Kegiatan evaluasi dilakukan selama 6 hari, dimulai dari tanggal 28 Maret 2022 sampai dengan 01 April 2022. Kegiatan evaluasi dimulai setelah kegiatan pengabdian terlaksana yaitu pembuatan akun serta melakukan pemasaran melalui sosial media untuk meningkatkan penjualan yang menurun, serta pembuatan dan pemasangan banner himbauan mengenai *COVID-19* untuk mempertegas himbauan yang pernah ada sebelumnya dengan tujuan membantu dalam pemutusan mata rantai penyebaran *COVID-19* pada PT. Sari Alam Dewata. Tujuan dari dilakukannya evaluasi ini adalah untuk mengetahui sejauh mana ketercapaian kegiatan pengabdian

yang telah dilakukan pada PT. Sari Alam Dewata.



**Gambar 4. Kegiatan Evaluasi Program Kerja**

#### **4. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan**

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yang menurun pada PT. Sari Alam Dewata akibat pandemi *COVID-19*, terdapat beberapa faktor yang menjadi pendukung keberhasilan dan faktor penghambat kegiatan pengabdian masyarakat ini. Adapun faktor-faktor yang dimasud sebagai berikut:

##### **1. Faktor Pendukung**

- a. Staf dan pimpinan perusahaan serta seluruh pihak yang terkait dengan PT. Sari Alam Dewata memberikan dukungan penuh atas berlangsungnya kegiatan ini, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik.

- b. Tersedianya fasilitas yang memadai seperti koneksi internet serta peralatan yang mendukung sehingga mempermudah dalam pembuatan akun sosial media dan pemasaran secara *online*.

##### **2. Faktor Penghambat**

- a. Terdapat adanya sikap apatis dari *customer* mengenai protokol kesehatan yang seharusnya dijalani dan ditaati.

#### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di perusahaan PT. Sari Alam Dewata dengan membantu mitra sasaran dalam pembuatan akun serta memasarkan produk melalui media sosial seperti *facebook* dan *instagram* yang bertujuan untuk memperluas target pemasaran guna meningkatkan penjualan yang menurun akibat pandemi *COVID-19*. Serta program kerja pembuatan dan pemasangan banner himbuan mengenai *COVID-19* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terutama bagi customer PT. Sari Alam Dewata akan pentingnya mentaati protokol kesehatan guna memutus mata rantai penyebaran *COVID-19*.

Strategi pemasaran merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap penjualan pada suatu bisnis atau usaha. Dan salah satu strategi pemasaran yang bisa dilakukan perusahaan adalah melakukan pemasaran melalui media

sosial. Jadi, pemasaran produk melalui media sosial atau *online* sangat penting dan perlu ditingkatkan bagi perusahaan. Selain praktis, media sosial juga sangat digemari oleh kalangan masyarakat sehingga memudahkan perusahaan dalam memperluas pemasaran dengan mempromosikan produknya melalui media sosial. Kemudian pelaksanaan protokol kesehatan harus selalu ditingkatkan guna memutus mata rantai peyebaran *COVID-19* sehingga kegiatan-kegiatan yang biasa dilakukan bisa kembali seperti semula.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- LPPM UNMAS. (2021). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Alternatif Peduli Bencana Pandemi Covid-19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Risanty, Ayup. 2020. Makalah Strategi Pemasaran. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/14459/4/BAB%20I.pdf>. Diakses pada tanggal 07 April 2022.
- Saputra, IK Erdin. 2021. Makalah Coronavirus Diseas 2019. <http://repository.poltekkes-denpasar.ac.id/7376/1/BAB%20I%20Pendahuluan.pdf>. Diakses pada tanggal 05 April 2022.