

# MENINGKATKAN PENJUALAN PADA 21 GADGET STUFF CABANG TEUKU UMAR YANG TURUN AKIBAT COVID-19

Ni Luh Putu Widhiastuti<sup>1)</sup>, Ni Putu Audi Marcia Jivanka<sup>2)</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: [putuwidhiastuti@unmas.ac.id](mailto:putuwidhiastuti@unmas.ac.id)

## ABSTRAK

Penjualan adalah suatu kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, saling mempengaruhi dan mempertimbangkan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang. Penjualan juga terjadi pada perusahaan retail yang bernama 21 Gadgetstuff berlokasi di Jalan Teuku Umar No. 96 Dauh Puri Kauh, Denpasar Barat. Namun karena adanya pandemi perusahaan itu terkena imbas penurunan penulana. Faktor penurunan penjualan yaitu pada keuangan masyarakat karna lebih mengutamakan kebutuhan pokok dan mengesampingkan kebutuhan tambahan dan pelayanan yang kurang. Solusi yang bisa saya berikan yaitu meningkatkan pelayanan kepada customer yang berkunjung ke store agar bisa membuat *customer* tersebut kembali lagi karena pelayanan yang di berikan dengan baik dan terus mempromosikan produk yang di jual di media sosial seperti Instagram, tiktok, whatsapp, dan facebook. Hasil dari pengabdian masyarakat saya ini sudah berjalan dengan baik dan lancar sehingga sudah ada peningkatan penjualan karna sudah selalu mempromosikan produk yang dijual dan kepuasan customer pada pegawai 21 Gadget Stuff.

Kata Kunci : *protokol kesehatan, pelayanan, promosi, iklan, pandemi covid-19*

## ANALISIS SITUASI

21Gadgetstuff merupakan perusahaan yang bergerak di bidang retail yang memiliki 3 cabang di pulau Bali. 21Gadgetstuff berdiri sejak tahun 2012 yang berpusat di Jl. Raya Kerobokan No. 888, Kerobokan Kelod, Kec. Kuta Utara, Badung. Toko pertama kali berdiri di kawasan Panjer, di Jl. Tukad Barito lalu pindah di Jl. Tukad Batanghari Panjer Pada tahun 2020. Cabang kedua di buka di

kawasan Kerobokan sekaligus menjadi kantor pusat. Cabang ketiga berdiri di kawasan pusat kota yaitu di Teuku Umar, dengan alamat Jl. Teuku Umar No,96 Dauh Puri Kauh, Denpasar Barat. Saat ini 21Gadgetstuff memiliki sejumlah karyawan tetap 27 orang. Terdiri dari 1 HRD, 2. SPV, 10 SPG, 2 Admin, 1 Marketing, 1 Vidio Grapher, 8 Teknisi, 2 Gudang.

Dengan adanya perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat

akhir-akhir ini dan adanya pandemi covid-19 menyebabkan semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, maka setiap perusahaan dituntut untuk semakin kuat dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya dengan berbagai macam strategi.

Setelah saya melakukan observasi terhadap perusahaan 21 Gadget Stuff, didapatkan fenomena yang tengah dialami oleh perusahaan adalah penurunan penjualan. Dimana penurunan penjualan merupakan hal krusial dalam perusahaan karena Penjualan adalah proses berpindahnya hak milik terhadap barang atau jasa yang dilakukan penjual dan pembeli dengan harga yang sudah disepakati (Freddy 2009: 57). Dengan tingkat penjualan yang tinggi, penjual akan dapat meraih keuntungan yang optimal. Menurunnya penghasilan yang sangat signifikan untuk saat ini yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 ini. Pandemi covid-19 sangat memberikan dampak bagi perusahaan, dimana yang mengakibatkan penjualan setiap bulannya menjadi tidak stabil sehingga omset penjualan terus mengalami penurunan dan dikhawatirkan tidak kembalinya modal

usaha yang dapat mengakibatkan kebangkrutan.

Dapat disadari bahwa pemilik dari perusahaan 21 Gadget Stuff ini masih belum lancar dalam mengakses media sosial sebagai media promosi dari produk yang diperdagangkannya, maka dari itu pada saat pandemi seperti sekarang ini usahanya menjadi sepi dari pada biasanya. Padahal saat ini media sosial dikatakan sebagai media yang tepat bagi pemasaran karena kemudahan akses (Zarella, 2010). Dengan menggunakan media sosial baik melalui blog, social networking, facebook, dan instagram merupakan langkah strategis dalam memasarkan hasil produk. Maka dari itu saya berniat untuk menjadikan 21 Gadget Stuff menjadi target sasaran pengabdian saya.

Perusahaan sebenarnya telah menggunakan media sosial sebagai sarana promosinya, namun baru hanya menggunakan Instagram dan Whatsapp. Padahal seperti diketahui Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi

pesan yang berbasis web (Cross, 2013). Internet selalu mengalami perkembangan, maka berbagai macam teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna pun selalu mengalami perubahan sehingga jenis media sosial pun semakin beraneka ragam. Jadi untuk sekarang saya berminat untuk menambahkan media social 21 Gadget Stuff seperti Tiktok dan Facebook dikarenakan Tiktok pada saat ini sedang trending. Selain itu, untuk dapat meningkatkan penjualan yang lebih maksimal, dari segi pelayanannya saya berminat untuk meningkatkan pelayanan pegawai kepada customer dikarenakan dari segi pelayan bagus dan baik otomatis *customer* tidak sungkan untuk Kembali lagi berbelanja di 21 Gadget Stuff karna pelayanannya yang ramah. Disamping itu, perlunya pelayanan yang mengedepankan protokol kesehatan agar konsumen juga merasa aman serta menyediakan sarana protokol kesehatan yang lengkap.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Dari observasi yang saya lakukan, akibat pandemi covid-19 ini terjadi penurunan pendapatan yang diterima oleh perusahaan tersebut

dikarenakan sepi atau sedikit peminat untuk membeli barang elektronik pada masa covid-19 ini dan minimnya promosi dengan menggunakan media sosial.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka untuk meningkatkan penjualan yang turun akibat pandemi covid-19 dengan cara:

1. Meningkatkan cara pelayanan
2. Melakukan simulasi mengenai cara menggunakan media sosial sebagai sarana promosi
3. Memberikan free masker dan handsanitizer setiap minimal pembelian

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk meningkatkan cara pelayanan dalam *handle customer* yaitu dengan dilakukannya pelatihan secara langsung dengan customer yang berkunjung ke *store*. Setiap pegawai wajib mengikuti pelatihan tersebut untuk meningkatkan pemahaman yang akan diberikan ke *customer*. Jika saat ramai pengunjung sebagai *sales promotion girl* bisa mengajak ngobrol *customer* dengan menanyakan keluhan

*customer* datang ke *store* 21 Gadget Stuff. Selain itu, melakukan simulasi mengenai promosi dengan menggunakan sosial media sebagai sarana promosi barang atau produk yang dijual. Seperti instagram tiktok, shopee, toko pedia dan whatsapp yang terus mengupdate barang terbarunya untuk lebih menarik pengunjung atau *customer*.

Dalam pelatihan ini para pegawai diharapkan dapat meningkatkan cara pelayanan yang baik, ramah dan *care* dengan apa yang dibutuhkan *customer*. Agar *customer* senang berkunjung ke *store* dan mengharapakan agar bisa kembali lagi dan juga mencapai target yang diberikan pihak manajemen ke setiap staff walaupun dimasa Covid-19

seperti saat ini. Pegawai juga diharapkan tetap mengikuti protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah agar tetap memberikan pelayanan terbaik kepada para *customer* 21 Gadget Stuff.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pemahaman yang kurang mengenai pentingnya meningkatkan penjualan dengan memberikan pelayanan terbaik dan promosi telah berhasil ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan yang telah dilaksanakan.

**Tabel 3.1**  
**Ketercapain Kegiatan**

No	Jenis Proker	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1.	Peningkatan kemampuan pemahaman cara pelayanan para pegawai	1. Mengikuti pelatihan secara langsung dengan memperhatikan bagaimana cara melayani <i>customer</i> dengan baik	100%
2.	Melakukan simulasi mengenai cara menggunakan media sosial sebagai sarana promosi	2. Melaksanakan kegiatan simulasi bagaimana cara meningkatkan penjualan dengan menggunakan media social selain	100%

3.	Memberikan free masker dan handsanitizer setiap minimal pembelian	Instagram dan whatsapp sebagai sarana promosi.  3. Melaksanakan kegiatan pemberian free masker dan handsanitizer setiap minimal pembelian yang telah ditetapkan oleh perusahaan.	100%
----	---	--	------

Berikut adalah dokumentasi kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1: Menyiapkan alat protokol Kesehatan



Gambar 2 : Menerapkan protokol kesehatan dimasa pandemi covid-19



Gambar 3 : Melakukan pekerjaan pelayan terbaik.



Gambar 4 : Melakukan pelaksanaan pembuatan media social lainnya.

Partisipasi karyawan dalam kegiatan edukasi peningkatan penjualan yang menurun akibat covid-19 sangat tinggi, terbukti dari tingginya minat mereka dalam pelaksanaan kegiatan. Antusiasme karyawan juga terlihat pada saat pemberian edukasi dalam cara pelayanan kepada customer, tidak malu untuk bertanya sehingga membuat kegiatan ini berjalan lancar tanpa ada kendala yang berarti.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan dimaksud adalah:

1. Owner, Hrd, dan Supervisor yang mendukung kegiatan ini.
2. Antusiasme para pegawai dalam mengikuti kegiatan ini.
3. Tersedia fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan.

Faktor penghambat kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Kurangnya waktu pengabdian untuk memberikan solusi kepada perusahaan.
2. Adanya banyak kerjaan selama kegiatan pengabdian di perusahaan.
3. Kurangnya konsistensi pegawai mengenai standar layanan yang sudah ditetapkan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penjualan adalah suatu kegiatan bertemunya seorang pembeli dan penjual yang melakukan transaksi, saling mempengaruhi dan mempertimbangkan pertukaran antara barang atau jasa dengan uang. Faktor penurunan penjualan yaitu pada keuangan masyarakat karna lebih mengutamakan kebutuhan pokok dan mengesampingkan kebutuhan tambahan dan pelayanan yang kurang. Solusi yang bisa saya berikan yaitu meningkatkan pelayanan kepada customer yang berkunjung ke store agar bisa membuat *customer* tersebut kembali lagi karena pelayanan yang di berikan dengan baik dan terus mempromosikan produk yang di jual di media sosial seperti Instagram, tiktok, whatsapp, dan facebook. Hasil dari pengabdian masyarakat saya ini sudah berjalan dengan baik dan lancar sehingga sudah ada peningkatan penjualan karna sudah selalu mempromosikan produk yang dijual dan kepuasan customer pada pegawai 21 Gadget Stuff.

Meskipun kegiatan pengabdian masyarakat dan program kerja ini telah berjalan dengan baik, harapan saya setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini berakhir pemilik perusahaan dan karyawannya semua dapat selalu konsisten menerapkan semua yang telah saya arahkan sebelumnya agar usahanya lebih maju dan berkembang melalui pemasaran digital. Dan perusahaan yang lain juga dapat mengikuti strategi promosi yang serupa.

## DAFTAR PUSTAKA

Cross, Michael. (2014). *Social Media Security: Leveraging Social Network While Mitigating Risk*. Massachusetts: Syngress Elsevier.

[https://www.google.com/search?q=definisi+penjualan&rlz=1C1CHBF\\_e\\_nID987ID987&oq=definisi+penjualan&aqs=chrome..](https://www.google.com/search?q=definisi+penjualan&rlz=1C1CHBF_e_nID987ID987&oq=definisi+penjualan&aqs=chrome..)

Livana, P. H., Suwoso, R. H., Febrianto, T., Kushindarto, D., & Aziz, F. (2020). Dampak pandemi COVID-19 bagi perekonomian masyarakat. *Indonesian Journal of Nursing and Health Sciences*, 1(1), 37-48.

Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. USA: Oreilly Media