

# STRATEGI PENJUALAN BERBASIS DIGITAL DI ERA PANDEMI COVID-19 PADA TOKO KUE PENDET PASTRY

**I Wayan Gede Antok Setiawan Jodi<sup>1</sup>, Anak Agung Istri Risma Putri<sup>2</sup>**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
*Email: gedejodi@unmas.ac.id*

## ABSTRAK

Toko kue Pendet Pastry merupakan usaha yang berbentuk UMKM pada bidang kuliner, khususnya pastry. Toko kue Pendet Pastry terletak di Kabupaten Klungkung Provinsi Bali. Metode yang digunakan untuk meningkatkan strategi penjualan adalah pelatihan dan pendampingan dengan cara pengenalan mengenai digital marketing, pembuatan akun media social dan e-commerce di Toko kue Pendet Pastry. Melihat rendahnya kualitas pemasaran dan sedikitnya relasi yang dimiliki pada Toko Kue Pendet Pastry yang mengakibatkan menurunnya jumlah penjualan suatu produk sehingga strategi pemasaran berbasis digital marketing perlu ditingkatkan untuk memperluas jangkauan konsumen khususnya dibidang kuliner kue. Melihat fenomena tersebut, Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa misi untuk membantu memberikan pendampingan dan pelatihan untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui pengenalan dan materi mengenai digital marketing.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Digital Marketing, Pendampingan, Pelatihan

## ANALISIS SITUASI

Pengabdian masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Secara umum program ini dirancang oleh berbagai universitas atau institut yang ada di Indonesia untuk memberikan kontribusi

nyata bagi bangsa Indonesia, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan bangsa Indonesia. Kegiatan Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Program ini merupakan salah satu kegiatan pengabdian akademisi kepada masyarakat dengan menerapkan

berbagai ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada guna membantu menangani masalah-masalah yang ada di tengah-tengah masyarakat.

Bentuk kegiatan pengabdian masyarakat pada laporan ini adalah pengabdian kepada masyarakat. Jenis-jenis program pengabdian pada masyarakat yang termasuk dalam bentuk pelayanan pada masyarakat meliputi konsultasi, bimbingan karier, pelayanan olah raga, pembinaan kesadaran terhadap lingkungan hidup, pembinaan koperasi, pembinaan kewiraswastaan dan sumber daya, pelayanan rintisan dalam bentuk-bentuk keahlian khusus dan sejenisnya.

Usaha menengah, kecil, dan mikro atau UMKM dinilai sangat terdampak oleh pandemi Covid-19 hingga mengancam kelangsungan bisnis banyak pelaku. Meskipun seluruh lapisan masyarakat memang terdampak Covid-19, tetapi penyelamatan UMKM

dari dampak Covid-19 dinilai sangat penting bagi perekonomian. Ketua Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Wimboh Santoso menjelaskan, bahwa dampak besar pandemi Covid-19 yang dirasakan UMKM disebabkan oleh turunnya tingkat konsumsi masyarakat. Terbatasnya aktivitas di tengah pandemi membuat ekonomi tertekan, sehingga masyarakat menahan belanjanya. Salah satu dampaknya, UMKM mengalami penurunan pendapatan dan omset.

Kelebihan dari digital marketing adalah produk akan cepat tersampaikan kepada calon konsumen dan tidak memakan biaya yang relatif mahal untuk promosi, praktis, cepat dan efisien (Wati dkk, 2020). Lebih lanjut, Hidayat & Tobing (2012) dalam Sari & Utami (2021) menjelaskan bahwa, keberhasilan perusahaan dalam melakukan komunikasi pemasaran digital memberikan keuntungan berupa

kemampuan perusahaan dalam menjangkau lebih banyak konsumen melalui pendekatan global.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sasaran sejak adanya pandemi COVID 19 antara lain:

1. Menurunnya jumlah pembeli Toko kue Pendet Pastry
2. Sulitnya mengaplikasikan strategi penjualan berbasis digital yang tepat.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Solusi yang dapat diberikan untuk dua permasalahan diatas yaitu dengan cara membuat program kerja sebagai berikut :

1. Melayani customer melalui media sosial seperti Whatsapp dan juga Instagram
2. Mempromosikan toko melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp dan juga Facebook

3. Membantu Pendet Pastry dalam pengemasan (packaging).
4. Memasukkan toko ke dalam e-commerce, GoFood dan GrabFood.
5. Membuat design flayer untuk kegiatan promosi di media sosial.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk meningkatkan strategi penjualan adalah pelatihan dan pendampingan. Menurut Mondy (2008), pelatihan merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang guna memberi pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan para pembelajar untuk dapat melaksanakan pekerjaan mereka pada saat ini. Menurut Deptan (2004), pendampingan adalah kegiatan dalam pemberdayaan masyarakat dengan menempatkan tenaga pendamping yang berperan sebagai fasilitator, komunikator, dan dinamisator.

Pelatihan dilaksanakan dengan memberikan 4 materi mengenai pemasaran digital untuk Toko kue Pendet Pastry. Pelatihan dilaksanakan selama 4 minggu (30 Hari) dan dibagi selama 6 sesi per materinya. Untuk materi pertama adalah mengenai pengenalan digital marketing, yang kedua pengenalan media sosial, kemudian yang ketiga tata cara dan pembuatan media sosial, keempat pembuatan akun e-commerce, gofood dan grabfood, kelima pembuatan poster promosi dan yang terakhir yaitu penerapan materi digital marketing pada media sosial.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Pemahaman karyawan dalam peningkatan strategi penjualan berbasis digital di era pandemic covid-19 pada toko kue Pendet Pastry melalui pelatihan sangat tinggi. Dalam pelaksanaan

kegiatan berjalan sesuai dengan yang sudah direncanakan dan tersampaikan dengan baik kepada para karyawan karena para karyawan merasa sangat antusias dengan pelatihan untuk meningkatkan strategi penjualan berbasis digital di era pandemic covid-19 ini, terbukti dari tingginya rasa ingin tahu karyawan mengenai media social, e-commerce dan digital marketing lainnya. Karyawan merasa sangat senang karena mendapatkan ilmu pengetahuan yang baru tentang digital marketing mengingat di era yang semakin modern ini pemanfaatan media social atau digital marketing itu sangat penting untuk meningkatkan penjualan.



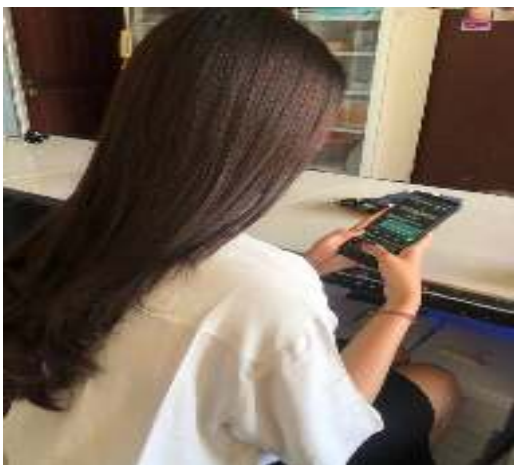
**Gambar 1. Proses pengemasan produk sebelum akhirnya sampai ke tangan konsumen**



**Gambar 2. Proses pembuatan akun media sosial Instagram**



**Gambar 3. Proses pemasaran digital marketing melalui media social instagram**



**Gambar 4. Proses penjualan dan pemasaran berbasis digital marketing melalui media social whatsapp**

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Strategi penjualan berbasis digital di era pandemic covid-19 pada toko kue Pendet Pastry melalui pengenalan digital marketing, pembuatan akun media social dan e-commerce telah berhasil ditingkatkan dengan pelatihan dan pendampingan. Ada pula pendukung dari keberhasilan kegiatan ini adalah pimpinan dari perusahaan yang sudah mendukung berlangsungnya kegiatan dengan sangat baik.

Strategi penjualan berbasis digital marketing di era pandemic covid-19 pada toko kue Pendet Pastry perlu ditingkatkan dengan pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan melalui pengenalan digital marketing dan media social yang lebih mendalam.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Elida & Raharjo. 2019. *Pemasaran Digital*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

- Sari & Utami. 2021. *Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi*. Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik Volume 1, Nomor 1, Hal 1- 14. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Training, Imah. 2019. *Pelatihan Menurut Para Ahli*. Wordpress.Com.  
<https://imahtraining.wordpress.com/2019/03/31/pelatihan-menurut-para-ahli/>.
- Wati, dkk. 2020. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera.