
STRATEGI OPTIMALISASI *BUDGET* PROMOSI DALAM MASA PANDEMI COVID-19 PADA CAHYA PRIVATE MENGEMUDI

Made Santana Putra Adiyadnya^{1,*}, Ni Nyoman Anik Evayanti²

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

*Email: santanasebelas@unmas.ac.id

ABSTRAK

Budget Promosi merupakan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam rangka untuk memperkenalkan suatu produk baik secara langsung maupun tidak langsung guna meningkatkan penjualan. Cahya Private Mengemudi merupakan salah satu sektor lembaga kursus mengemudi yang dapat memanfaatkan *budget* promosi untuk mengembangkan dan memperkenalkan kursus mengemudi kepada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi di Cahya Private Mengemudi ditemukan bahwa *budget* promosi kurang optimal dilakukan selama masa pandemi COVID-19, sehingga terdapat penurunan jumlah peserta kursus selama masa pandemi. Melihat kondisi tersebut, pengabdian kepada masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar ingin membantu perusahaan agar *budget* promosi yang dilakukan semakin optimal. Caranya dengan melakukan kegiatan promosi pembagian souvenir dan masker kepada peserta kursus yang pendanaanya diambil dari cadangan *budget* promosi.

Kata kunci: Kursus Mengemudi, *budget* promosi, pembagian souvenir.

ANALISIS SITUASI

Kursus merupakan bagian dari perkembangan pendidikan dimasyarakat. Kursus mengemudi dapat dikategorikan sebagai jenis pendidikan non formal yang dapat memberikan solusi bagi masyarakat yang perekonomiannya bergerak dalam bidang pengangkutan orang ataupun barang. Kursus adalah pelajaran tentang suatu pengetahuan atau keterampilan yang diberikan dalam waktu singkat atau lembaga diluar sekolah yang memberikan pelajaran serta pengetahuan atau keterampilan dalam waktu singkat. Kursus mengemudi dapat dikaitkan dengan Undang-Undang

Nomor 22 Tahun 2009 Tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Karena dalam undang-undang tersebut telah diatur mengenai pihak-pihak dan lembaga tertentu yang diperbolehkan untuk memberikan pelatihan khusus mengemudi kepada peserta didik..

Ada beberapa faktor yang menjadi alasan suatu lembaga kursus mengemudi bisa mendapat tempat tersendiri di hati masyarakat, misalkan bagaimana sebuah lembaga kursus mengemudi menetapkan harga yang kompetitif, memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada peserta, melakukan kegiatan promosi yang

efektif, memilih lokasi lembaga kursus yang dekat dengan pusat keramaian, dan masih banyak faktor lain.

Cahaya Private Mengemudi merupakan lembaga kursus mengemudi yang berada di Jalan Melati No. 41, Daging Puri Kangin, Kec. Denpasar Utara, Kota Denpasar, Provinsi Bali, berdiri sejak tahun 2007 dan memiliki perijinan yang lengkap. Kursus mengemudi Cahya ini cukup diminati masyarakat di Kota Denpasar dan sekitarnya, untuk saat ini Cahya Private Mengemudi memiliki 40 orang peserta kursus. Fasilitas yang ada di kursus ini cukup memadai mulai dari mobil yang sudah dimodifikasi khusus untuk kursus stir mobil hingga pembuatan Surat Ijin Mengemudi (SIM). Sebagai kursus yang sedang berkembang pastinya akan mencari cara dalam menarik masyarakat, sehingga dapat bersaing dengan kursus mengemudi yang sudah ternama.

Perekonomian dunia kini menghadapi Pandemi Covid-19 mengakibatkan kondisi perekonomian semakin menurun khususnya di Indonesia. Banyak usaha baik berskala besar maupun UMKM terkena imbas dari wabah pandemi Covid-19. Cahya Private Mengemudi merupakan lembaga kursus mengemudi yang juga terkena dampak dari pandemi COVID-19, yaitu adanya penurunan jumlah peserta untuk kursus mengemudi di masa pandemi. Masalah yang terungkap dari hasil observasi di perusahaan adalah kurangnya pemanfaatan *budget* promosi yang dicadangkan oleh Cahya Private

Mengemudi akibat dari pandemi COVID-19 untuk menarik minat masyarakat agar mengikuti kursus mengemudi di Cahya Private Mengemudi. Terdapat penurunan jumlah peserta kursus selama masa pandemi COVID-19.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh tim, diperoleh bahwa *budget* promosi yang dicadangkan oleh Cahya Private Mengemudi kurang dimanfaatkan untuk kegiatan promosi guna menarik minat masyarakat agar mengikuti kursus mengemudi di Cahya Private Mengemudi.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun beberapa solusi yang diberikan untuk dapat mengatasi masalah tersebut, yaitu :

1. Melakukan pendataan peserta kursus Cahya Private Mengemudi.
2. Finalisasi data peserta kursus untuk memilih peserta berdasarkan kriteria berapa lama telah mengikuti kursus.
3. Pengalokasian *budget* dan pengajuan. Setelah mendapatkan data peserta kursus yang akan menerima souvenir, selanjutnya dilakukan pengalokasian *budget* untuk pembelian souvenir.
4. Pembelian souvenir untuk sarana promosi.

5. Pendistribusian souvenir kepada peserta kursus Cahya Private Mengemudi.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk Strategi Optimalisasi *Budget* Promosi Dalam Masa Pandemi Covid-19 pada Cahya Private Mengemudi adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pendataan peserta kursus dilakukan dengan memilah list nama peserta kursus yang didapat dari program aplikasi Microsoft Excel yang digunakan oleh Cahya Private Mengemudi. Hal ini dilakukan untuk mengetahui data peserta baru maupun peserta lama.
2. Finalisasi data peserta kursus lalu diolah menggunakan Microsoft Excel untuk memilih peserta berdasarkan kriteria berapa lama telah mengikuti kursus. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pengalokasian *budget* promosi.
3. Pendampingan dalam pengalokasian *budget* bersama bagian operasional. *Budget* yang dikeluarkan diambil dari *budget* promosi yang dicadangkan setiap bulan oleh Cahya Private Mengemudi. Hal ini bertujuan untuk optimalisasi *budget* promosi di masa pandemi Covid-19.
4. Pembelian souvenir untuk sarana promosi. Sarana promosi yang dipilih berupa souvenir cangkir,

mug, dan masker yang akan didistribusikan kepada peserta kursus sesuai daftar yang ditetapkan.

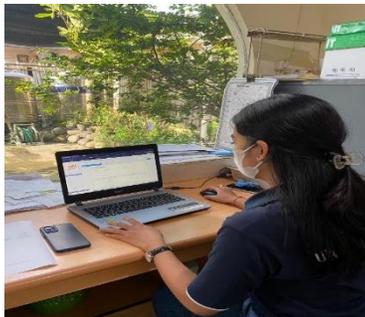
5. Pendistribusian souvenir kepada peserta kursus. Souvenir yang sudah disiapkan akan diberikan kepada peserta kursus sebagai bentuk feedback atas kepercayaan peserta memilih kursus mengemudi di Cahya Private Mengemudi.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Strategi Optimalisasi *Budget* Promosi Dalam Masa Pandemi Covid-19 Cahya Private Mengemudi telah berhasil dilakukan melalui pendampingan pembagian souvenir dan masker kepada peserta kursus. Adapun spesifikasi kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini adalah pendataan peserta kursus diperlukan untuk mengetahui jumlah peserta kursus, lalu dilakukan finalisasi data peserta kursus sehingga didapat peserta yang akan diberikan souvenir sesuai kriteria yang ditetapkan, selanjutnya pembelian souvenir serta pendistribusian kepada peserta kursus sesuai dengan data yang diperoleh setelah finalisasi.

Tercapainya kegiatan ini tidak lepas dari beberapa faktor pendukung kegiatan yaitu pihak Cahya Private Mengemudi mendukung penuh kegiatan ini dan antusiasme peserta kursus atas kegiatan promosi yang dilakukan. Adapun faktor penghambat dari kegiatan

ini adalah kondisi pandemi dan pembatasan sosial menghambat dalam pendistribusian souvenir. Partisipasi karyawan dalam kegiatan Strategi Optimalisasi *Budget* Promosi Dalam Masa Pandemi Covid-19 Pada Cahya Private Mengemudi cukup tinggi, terbukti dari keikutsertaan karyawan dalam pelaksanaan kegiatan. Karyawan Cahya Private Mengemudi bersedia mengikuti pendampingan dan berperan aktif dalam kegiatan ini. Karyawan menjadi lebih memahami mengenai optimalisasi *budget* promosi yang lebih efisien.



Gambar 1. Pendataan peserta kursus hal ini dilakukan untuk mengetahui data peserta baru maupun peserta lama.



Gambar 2. Finalisasi data peserta kursus sesuai dengan kriteria yang ditentukan menggunakan Ms. Excel. Kegiatan bertujuan untuk mempermudah pengalokasian *budget* promosi.



Gambar 3. Pendampingan pengalokasian *budget* promosi. Pendampingan ini bertujuan untuk optimalisasi *budget* promosi di masa pandemi Covid-19.



Gambar 4. Souvenir yang disiapkan untuk dibagikan ke peserta kursus sesuai dengan list nama yang sudah ditetapkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Strategi Optimalisasi *Budget* Promosi Dalam Masa Pandemi Covid-19 Pada Cahya Private Mengemudi telah berhasil ditingkatkan melalui kegiatan promosi pembagian souvenir kepada peserta kursus mengemudi. Selain sebagai bentuk optimalisasi *budget* promosi kegiatan ini juga sebagai *Branding Strategy* yang dilakukan oleh Cahya Private Mengemudi di tengah masa pandemi COVID-19 yang sedang terjadi saat ini. Adapun faktor-faktor yang mendukung keberhasilan kegiatan ini adalah adanya dukungan dari pihak Cahya Private Mengemudi dan antusiasme peserta kursus atas kegiatan promosi yang dilakukan.

Berdasarkan informasi, pengamatan dan pemantauan yang diterima dari berbagai pihak, penulis mencoba memberikan saran dan

pendapat yang bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk kedepannya, yaitu untuk optimalisasi *budget* promosi seperti ini harus semakin ditingkatkan, setelah pandemi berakhir Cahya Private Mengemudi dapat mengadakan promosi yang lebih menarik lagi sehingga masyarakat tertarik untuk mengikuti kursus mengemudi di Cahya Private Mengemudi.

DAFTAR PUSTAKA

- Penyebaran Virus Corona. 2020. (Online). (<https://www.pfimegalife.co.id>), Diakses tanggal 1 April 2022
<https://textid.123dok.com/document/eqo-o8evjq-pengertian-kursus-mengemudi-tinjauan-umum-kursus-mengemudi.html>, Diakses tanggal 1 April 2022