

PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PRODUK DI ERA COVID-19 PADA TOKO JEJEG BALI JAYANTI

Gde Bagus Brahma Putra^{1,*}, Ni Putu Zelga Wahyuni²

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

*Email: brahmaputra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Menerapkan media social sebagai sarana promosi produk membuat perusahaan lebih eksistensi dan perusahaan tetap bisa berjalan di era COVID-19 adalah hal yang penting. Metode yang digunakan adalah dengan memberikan sosialisasi kepada karyawan mengenai strategi marketing dalam menggunakan system media social sebagai sarana promosi di era COVID-19. Sosialisasi ini mampu meningkatkan penjualan dan perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Pelaksanaan sosialisasi kepada karyawan dilakukan untuk meyakinkan karyawan agar lebih percaya diri dalam hal promosi di bidang social media. Promosi di social media mampu membuat citra perusahaan lebih mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Membantu konsumen dalam hal memilih produk juga bisa membuat konsumen jauh lebih merasa nyaman dengan pelayanan yang baik. Strategi marketing social media tentunya dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk melakukan transaksi via Instagram, facebook maupun shopee. Adapun faktor-faktor yang mendukung keberhasilan kegiatan ini, owner toko Jegeg Bali Jayanti yang mendukung kegiatan ini dan antusiasme karyawan dalam mengikuti kegiatan ini.

Kata kunci : Sosialisasi, media social, strategi marketing, promosi, Covid-19.

ANALISIS SITUASI

Perkembangan dunia usaha yang modern ini semakin mengalami persaingan yang cukup ketat, baik dalam bidang industri barang maupun jasa. Persaingan tersebut salah satunya disebabkan oleh kemajuan teknologi yang berkembang pesat dan munculnya pesaing-pesaing baru yang berpotensi dalam mengembangkan produk-produk yang beraneka ragam dan berkualitas. Oleh karena itu perusahaan terus dituntut untuk dapat meningkatkan

seluruh aktivitasnya agar mampu bersaing dalam mempertahankan hidup perusahaan, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Sukses suatu perusahaan hanya mampu dicapai dengan manajemen yang baik, yaitu manajemen yang mampu mempertahankan kontinuitas perusahaan dengan memperoleh laba yang maksimal karena pada dasarnya tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pada

pemilikinya dan nilai perusahaan itu sendiri.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri perdagangan tentunya menginginkan agar industrinya berkembang secara berkesinambungan dan memperoleh laba. Seiring dengan terus meningkatnya perkembangan model busana, maka dibutuhkan infrastruktur potensi bahan baku untuk menunjang perkembangan industri perdagangan. Dengan mengkolaborasikan bahan baku seperti kain tradisional, endek, songket dan lainnya, maka produksi busana adat Bali akan lebih atraktif dan menarik. Seorang pelaku bisnis dituntut mampu menciptakan ide-ide kreatif agar dapat memberikan nilai lebih kepada konsumen. Selain itu, pelaku bisnis harus jeli dalam melihat peluang bisnis yang memiliki kemungkinan dapat berkembang dikemudian hari.

Toko Jegeg Bali Jayanti merupakan salah satu toko busana adat Bali yang termasuk baru saja berkembang di dunia online shop maupun offline shop. Toko Jegeg Bali Jayanti menjual busana adat Bali, yang berlokasi di Jl. Raya Sibanggede, Br, MengwiSibanggede – Abiansemal Badung. Perusahaan ini memiliki banyak jenis produk yang tergolong limited dan berkualitas premium. Namun, agar produk tersebut tidak menumpuk dan ketinggalan jaman maka dari itu perlu adanya promosi produk di media social. Promosi produk di media social mampu menunjang kelancaran penjualan bagi

perusahaan dan dapat meningkatkan citra perusahaan.

Salah satu permasalahan yang terungkap dari hasil observasi di toko Jegeg Bali Jayanti yaitu kurangnya promosi produk di media social sehingga menyebabkan beberapa produk menumpuk. Maka dari itu perlu menerapkan Penggunaan Platform Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Produk agar stock barang tidak menumpuk dan dapat mempermudah dalam menjual barang yang dimana jaman sekarang orang-orang lebih tertarik berbelanja online di bandingkan belanja offline. Dimana promosi produk di media social dapat membantu mendigitalisasi dan menyebarkan produk melalui media sosial, sehingga dapat memperluas pemasaran produk tersebut terutama di kalangan milenial. Terlibat dalam memajukan sektor perdagangan, pemasaran, dan pendidikan. Social media marketing adalah proses pemasaran yang dilakukan melalui pihak ketiga, yaitu website berbasis sosial media, seperti Instagram, Facebook, Shopee, dan lainnya.

Program kerja ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan suatu produk dengan menggunakan promosi produk di media social seperti Instagram dan facebook. Dengan begitu perusahaan akan lebih gampang dalam menjual produknya dan masyarakat akan lebih mengenal toko Jegeg Bali Jayanti.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh tim, permasalahan yang terungkap adalah bagaimana cara mempromosikan produk untuk barang dagang yang menumpuk agar tidak ketinggalan jaman, sehingga perlu dilakukan penerapan media sosial sebagai sarana promosi produk agar mudah dijangkau oleh masyarakat luas.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, solusi yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut.

1. Melakukan sosialisasi cara pemasaran produk melalui media social, seperti Instagram, Facebook dan Shopee.
2. Membuat strategi promosi media social untuk meningkatkan keunggulan produk dan mengembangkan usaha toko Jegeg Bali Jayanti.
3. Membantu konsumen dalam menjelaskan spesifikasi dalam memilih produk yang ingin dibeli.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan penggunaan platform media social sebagai sarana promosi produk di era COVID-19 pada toko Jegeg Bali Jayanti guna untuk mempromosikan produk agar mudah dijangkau oleh masyarakat luas adalah dengan menggunakan media social seperti, Instagram, shopee dan facebook.

1. Melakukan sosialisasi cara pemasaran produk melalui media social seperti instagram, shopee dan facebook agar produk-produk yang dijual oleh toko Jegeg Bali Jayanti mudah dijangkau di media social oleh konsumen. Sehingga konsumen bisa mendapatkan produk yang mereka inginkan dan mereka bisa melakukan transaksi online. Tujuan dari promosi produk selain untuk meningkatkan penjualan dari toko Jegeg Bali Jayanti, dengan promosi produk juga dapat mengembangkan citra perusahaan toko Jegeg Bali Jayanti. Contohnya adalah orang yang jauh dari toko Jegeg Bali Jayanti bisa membeli produk lewat media social.
2. Membuat strategi promosi media social untuk meningkatkan keunggulan produk dan mengembangkan usaha pada toko Jegeg Bali Jayanti. Apabila terdapat peningkatan setelah penjualan produk pada perusahaan maka toko Jegeg Bali Jayanti dalam hal ini wajib untuk memilih bahan baku yang berkualitas untuk tetap mempertahankan kualitas produk sehingga dapat mengembangkan usaha toko Jegeg Bali Jayanti lebih meningkat dari sebelumnya. Yang dimana secara logika setelah adanya strategi promosi di media social konsumen akan lebih mengenal toko Jegeg Bali Jayanti.
3. Membantu konsumen dalam menjelaskan spesifikasi produk dalam memilih produk yang ingin dibeli. Dimana ada beberapa

konsumen yang sering membutuhkan pertimbangan dalam memilih produk. Dengan membantu konsumen untuk meyakinkan dalam memilih produk maka konsumen akan jauh lebih percaya diri ketika menggunakan produk tersebut dan dapat meningkatkan value perusahaan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari observasi yang sudah dilakukan oleh tim, maka kendala yang ada di toko Jegeg Bali Jayanti telah berhasil dikendalikan melalui strategi promosi di media social. Dengan melakukan strategi promosi di media social dapat membuat citra perusahaan lebih dijangkau oleh masyarakat luas dan dengan adanya kegiatan ini semoga dapat meningkatkan inisiatif dari karyawan untuk menjalankan strategi promosi untuk memperoleh laba sesuai target yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Partisipasi karyawan dalam kegiatan penggunaan platform media social sebagai sarana promosi produk di era COVID-19 pada toko Jegeg Bali Jayanti dengan memberikan kemudahan dalam menjalankan sosialisasi strategi promosi dan membantu dalam memberikan informasi-informasi terkait spesifikasi produk yang akan dipromosikan kepada konsumen.



Gambar 1. Kegiatan dalam melakukan sosialisasi cara pemasaran produk melalui media sosial seperti instagram, shopee, dan facebook.



Gambar 2. kegiatan cara strategi promosi media social untuk meningkatkan keunggulan produk dan mengembangkan usaha pada toko Jegeg Bali Jayanti.



Gambar 3. Kegiatan membantu konsumen dalam menjelaskan spesifikasi produk dalam memilih produk yang ingin dibeli.

KESIMPULAN DAN SARAN

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/1366>.

Berdasarkan penelitian tugas akhir yang telah dilakukan untuk melakukan strategi promosi produk dengan tujuan meningkatkan value perusahaan dan meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut. Tanggapan dan respon yang diberikan oleh karyawan sangat positif sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dan terlaksana dengan baik. Sehingga kedepannya akan memperbaiki kondisi permasalahan pada perusahaan ini dan lebih terarah.

Saran yang dapat diberikan penulis pada toko Jegeg Bali Jayanti untuk menambah karyawan agar dapat menghandle konsumen secara optimal. Dimana konsumen banyak sekali yang menginginkan perhatian lebih dalam mempertimbangkan produk yang dibeli. Dengan memperhatikan konsumen secara optimal, maka secara logika konsumen akan jauh lebih merasa senang. Apabila konsumen ingin bertanya tentang spesifikasi produk pun mereka tidak akan kebingungan untuk bertannya. Maka dari itu, untuk menghandle konsumen secara offline dan online lebih baik yang menghandle itu beda karyawan agar konsumen tetap merasa dirinya dihandle secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

LPPM Unmas Denpasar. 2021. Buku Panduan Pengabdian pada Masyarakat. Denpasar: LPPM Unmas Denpasar.