

## UPAYA MENINGKATKAN PROMOSI DAN PENERAPAN *STANDARD OPERATING PROCEDURE* PADA PT. BERKAT PARIWISATA DIGITAL

Ni Luh Putu Widhiastuti<sup>1,\*</sup>, I Gusti Ngurah Agung Bagus Sanjaya<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: [Putuwidhiastuti@unmas.ac.id](mailto:Putuwidhiastuti@unmas.ac.id)

### ABSTRAK

Di era pandemi Covid-19 semua dinamika kehidupan telah berubah salah satunya roda perekonomian Indonesia. Salah satunya berdampak pada PT. Berkat Pariwisata Digital. Perusahaan ini beralamat di Jl. Gemitir Gang Suli AIII No 5, Desa/Kelurahan Kesiman Kertalangu, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Perusahaan yang bergerak di bidang sewa mobil atau rent car sempat mengalami dampak yang sangat buruk dengan adanya pandemic ini. Maka dari itu PT Berkat Pariwisata Digital perlu meningkatkan upaya promosi agar dikenal di khalayak umum yang lebih luas. Selain itu PT. Berkat Pariwisata Digital harus meningkatkan Kembali *Standard Operating Procedure* (SOP) mengingat tindak kriminalitas di masa pandemi semakin tinggi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah terlaksana dengan baik dan lancar. Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan program upaya meningkatkan promosi dan *Standard Operating Procedure* pada PT Berkat Pariwisata Digital di Era Pandemi Covid-19, antara lain; 1) Mampu meningkatkan upaya promosi di platform media social, 2) mampu meningkatkan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang menjadi poin penting dalam perjanjian sewa mobil untuk menghindari hal-hal kriminal.

**Kata kunci:** Promosi, SOP, Penjualan

### ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 telah merubah semua dinamika sosial yang ada di masyarakat, pandemi yang terjadi telah membuat roda perekonomian masyarakat berubah 360 derajat. Perubahan yang terjadi adalah perubahan yang cenderung berdampak buruk bagi unit usaha salah satunya pada PT. Berkat Pariwisata Digital. PT. Berkat Pariwisata Digital merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sewa mobil. PT.

Berkat Pariwisata Digital awalnya bernama Ottofit Rentcar. Tepatnya pada tahun 2019, Ottofit Rent Car berdiri dan awalnya hanya memiliki 1 Unit mobil dan masih milik pribadi. Ottofit Rent Car didirikan oleh A.A Istri Inten Erawati yang saat ini menjabat sebagai pimpinan perusahaan. Lalu seiring berjalannya waktu tepatnya pada tahun 2022, Ottofit Rent Car beralih menjadi PT. Berkat Pariwisata Digital dengan harapan adanya *benefit* berupa

kerjasama dengan perusahaan lain dan keuangan perusahaan tersusun menjadi lebih teratur. Perusahaan ini beralamat di Jl. Gemitir Gang Suli AIII No 5, Desa/Kelurahan Kesiman Kertalangu, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Nama Perusahaan: PT. Berkat Pariwisata Digital: Perseroan Terbatas. Nomor Induk Berusaha: 1207220000696.

Adapun profil karyawan di PT. Berkat Pariwisata Digital dapat dilihat pada Tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1.1** Profil karyawan PT. Berkat Pariwisata Digital

No	Jabatan	Jumlah
1	Branch Manager	1
2	Admin & Marketing	1
3	Operational	1
4	Accounting	1
Jumlah		4

Sumber: PT. Berkat Pariwisata Digital (2022)

Pada tahun 2019 PT. Berkat Pariwisata Digital masih bernama Ottofit Rentcar dan mencari target pasar berupa perusahaan *travel* atau perusahaan yang bergerak di bidang jasa dengan sistem sewa mobil lepas kunci bulanan atau tarif sewanya bisa mencapai sebulan atau lebih. Namun, pandemi Covid-19 telah merubah semua dinamika sosial yang ada di masyarakat, pandemi yang terjadi telah membuat roda perekonomian masyarakat berubah 360 derajat. Perubahan yang terjadi adalah perubahan yang cenderung berdampak buruk bagi unit usaha khususnya di PT. Berkat Pariwisata Digital. Setelah adanya pandemi Covid-19 PT. Berkat Pariwisata Digital sempat mengalami

pailit dikarenakan pada saat itu pariwisata di Bali sedang ditutup sehingga tidak ada perusahaan yang menyewa mobil sehingga omset penjualan atau omset dari perusahaan menurun drastis. Nurfitriya dan Hidayati (2011) memberikan pendapat tentang omzet penjualan adalah keseluruhan jumlah penjualan barang/jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh. Dikarenakan omset yang menurun drastis manajer harus memutar otak lagi agar usahanya bisa berjalan lagi dengan cara, yang awalnya mobil disewakan hanya untuk perusahaan sekarang PT. Berkat Pariwisata Digital hadir untuk semua kalangan masyarakat yang ingin menyewa mobil.

Dikarenakan perubahan sistem sewa mobil maka banyak yang belum mengenal atau mengetahui informasi yang ada sehingga di PT Berkat Pariwisata Digital perlu meningkatkan promosi. Menurut Tjiptono (2015), dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran memberikan pengertian promosi adalah komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan juga produknya agar masyarakat bisa menerima, membeli dan juga loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, promosi sangatlah penting bagi sebuah perusahaan.

Target pasar yang baru maka *Standard Operating Procedure* (SOP) perlu dirubah dan ditingkatkan.

Menurut Taufiq (2019), *Standard Operating Procedure* (SOP) merupakan pedoman atau acuan untuk melaksanakan tugas pekerjaan sesuai dengan fungsi dan alat penilaian kinerja berdasarkan indikator teknis, administratif dan *procedural* sesuai dengan tata kerja yang bersangkutan. Menurut Fatimah (2015), tujuan penyusunan SOP adalah untuk perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya, sebagai berikut: Pertama, menjaga konsisten kerja setiap karyawan. Kedua, memperjelas alur tugas dan tanggung jawab setiap unit kerja. Ketiga, mempermudah proses monitoring dan menghemat waktu program training, karena SOP tersusun secara sistematis. Oleh karena pentingnya SOP, maka perlu dibenahi karena sewa mobil lepas kunci harian/bulanan itu memiliki risiko yang besar jika disewakan ke khalayak umum karena tidak menutup kemungkinan adanya kasus penggelapan mobil yang dilakukan oleh oknum-oknum tertentu.

### PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, diperoleh informasi bahwa:

1. Banyaknya unit mobil yang tidak beroperasi dikarenakan pandemi Covid-19, dimana unit mobil yang biasanya disewakan bulanan kepada perusahaan/kantor di *cancel*.
2. Kurangnya penyebaran informasi atau upaya promosi yang baik sehingga perusahaan PT. Berkat

Pariwisata Digital belum dikenal oleh khalayak banyak

3. Kurang jelasnya *Standard Operating Procedure* (SOP) khususnya di bidang keamanan dalam transaksi *rent car* mobil dengan *customer* sehingga dikhawatirkan adanya penggelapan mobil dikemudian hari.

### SOLUSI YANG DIBERIKAN

Solusi yang dapat diberikan setelah saya menganalisa beberapa masalah di atas yaitu;

1. Unit mobil yang biasanya disewakan bulanan ke perusahaan sekarang dialih fungsikan menjadi unit mobil sewa harian dengan sistem sewa mobil lepas kunci.
2. Meningkatkan promosi dengan penyebaran informasi melalui iklan di sosial media seperti facebook, whatsapp instagram dll.
3. Memasang stiker identitas perusahaan dengan nama Sewa Mobil Lepas Kunci.com by Ottofit Rent Car dan mencantumkan nomor telepon yang bisa dihubungi.
4. Memberikan harga diskon kepada *customer* yang menyewa mobil lebih dari 3 hari.
5. Adanya jasa antar jemput untuk membawakan mobil ke tempat yang disepakati oleh customer.
6. Bekerja sama atau bergabung menjadi anggota BRN atau Buser Rentcar Nasional agar mempunyai relasi di bidang *rent car* mobil.
7. Upaya meningkatkan SOP keamanan dengan beberapa cara

yaitu, proses verifikasi identitas yang dilakukan oleh admin dan meminta foto customer sambil memegang nota, meminta jaminan berupa KTP asli dan pemasangan GPS agar memudahkan proses pelacakan mobil.

## METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk menerapkan strategi peningkatan upaya promosi dan *Standard Operating Procedure* (SOP) Pada PT. Berkat Pariwisata Digital di Era Pandemi Covid-19 diantaranya:

1. Perancangan desain bersama dengan staff untuk kelengkapan promosi di media social seperti poster dan sticker mulai tanggal 6 s/d 9 Agustus 2022.
2. Pembuatan platform untuk promosi di media social seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, Website dan media lainnya mulai tanggal 10 s/d 12 Agustus 2022.
3. Pertemuan bersama dengan pimpinan dan staff dari PT. Berkat Pariwisata Digital untuk pembahasan desain, platform media social yang digunakan untuk promosi serta langkah-langkah upaya promosi pada tanggal 13 Agustus 2022.
4. Merampungkan revisi dari desain-desain promosi sesuai dengan yang disarankan pada rapat sebelumnya mulai dari tanggal 14 s/d 18 Agustus 2022.
5. Pencetakan poster, menempel sticker dan mulai melakukan penyebaran informasi atau promosi di media social dengan langkah-langkah yang sudah dijelaskan pada saat rapat internal, kegiatan ini dimulai dari tanggal 19 s/d 25 Agustus 2022.
6. Perancangan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang baru bersama pimpinan dan staff yang bersangkutan serta membahas pemberian harga diskon kepada customer serta layanan antar jemput mobil pada tanggal 26 s/d 31 Agustus 2022.
7. Melakukan rapat internal dengan pimpinan dan staff dari PT. Berkat Pariwisata Digital tentang akan berjalannya *Standard Operating Procedure* (SOP) yang terbaru guna meningkatkan keamanan transaksi *rent car*. Serta pemberian harga diskon sesuai dengan yang dirancang serta akan adanya jasa antar jemput unit mobil. Rapat ini dilaksanakan pada tanggal 1 September 2022.
8. Menjalankan Kembali upaya promosi di akun media social dan menjalankan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang baru, penerapan harga diskon dan adanya jasa antar jemput unit mobil seperti yang dibahas sebelumnya. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 2 s/d 10 September 2022 dan seterusnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya peningkatan promosi dan *Standard Operating Procedure* (SOP) Pada PT. Berkat Pariwisata Digital di Era Pandemi Covid-19 telah berhasil ditingkatkan melalui beberapa tahapan

yakni perancangan desain promosi dan *Standard Operating Procedure* (SOP), pembahasan desain promosi, langkah-langkah peningkatan promosi, rancangan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang baru dan yang terakhir yaitu pelaksanaan atau realisasi dari semua tahapan yang sudah direncanakan sebelumnya diantaranya yaitu:

1. Merancang desain promosi bersama staff berupa poster dan sticker serta membuat platform promosi di media social seperti Instagram, Whatsapp, Facebook dan Website.
2. Merancang *Standard Operating Procedure* (SOP) yang terbaru bersama staff dan didampingi oleh pimpinan perusahaan.
3. Pembahasan desain promosi, platform media social serta *Standard Operating Procedure* (SOP) yang terbaru, perancangan harga diskon dan adanya layanan antar jemput unit mobil dalam rapat internal bersama staff dan pimpinan perusahaan guna mempertimbangkan kembali kelemahan dan kelebihan dari apa yang sudah dirancang beserta saran dan masukan yang baru.
4. Pelaksanaan kegiatan peningkatan upaya promosi di media social yang telah disiapkan sebelumnya serta mencetak poster, sticker dan menerapkan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang terbaru, pemberian harga diskon kepada customer dan adanya layanan antar jemput unit mobil sesuai

dengan kesepakatan di rapat internal.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini adalah:

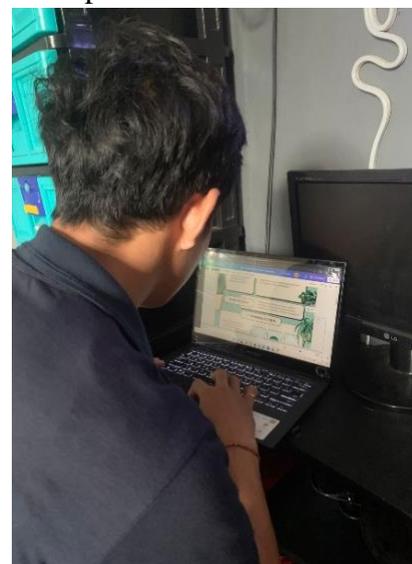
1. Pimpinan dan Staf perusahaan mendukung penuh Pelaksanaan kegiatan ini.
2. Tersedianya fasilitas yang memadai seperti ruangan, jaringan internet dan sarana computer untuk merancang desain poster dan sticker.

Sedangkan faktor penghambat kegiatan ini adalah:

1. Masih ada beberapa customer yang tidak mau bekerja sama untuk menaati SOP yang berlaku di PT. Berkat Pariwisata Digital.

Adapun kegiatan yang dilakukan yaitu:

1. Proses perancangan desain poster dan sticker untuk ditempel di unit mobil.



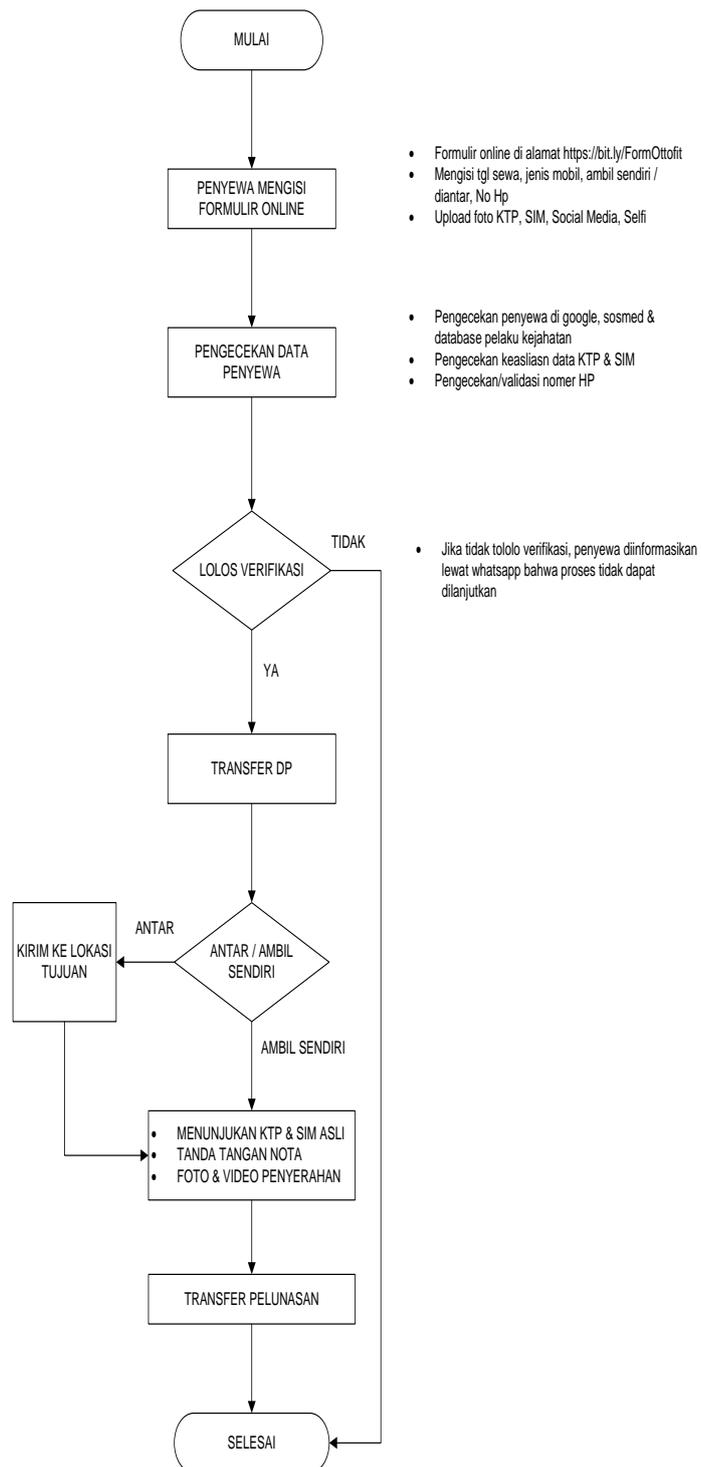
2. Pemasangan sticker di unit mobil



3. Proses Penerapan *Standard Operating Product (SOP)* dengan *Customer*

4. SOP yang dirancang





5. Proses pengecekan poster



6. Pick Up Mobil dengan Customer di Tempat yang Sudah Disepakati



**KESIMPULAN DAN SARAN**

Upaya promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam memasarkan suatu produk atau jasa ke khalayak umum sehingga itu dapat meningkatkan omset penjualan yang

sudah menjadi tujuan utama dalam suatu perusahaan. Pada saat kondisi Pandemi Covid-19 seperti saat ini PT Berkat Pariwisata Digital mengalami penurunan omset yang cukup besar sehingga harus memikirkan kembali tentang bagaimana agar usaha ini terus berjalan. Lalu PT Berkat Pariwisata Digital yang awalnya hanya menyediakan layanan jasa sewa mobil bulanan untuk perusahaan-perusahaan besar memutuskan untuk menjadi sewa mobil lepas kunci untuk khalayak umum. Sehingga untuk mengenalkan ulang jasa atau usaha yang dikenalnya agar dikenal oleh khalayak luas. Maka dari itu dikarenakan jasa sewa mobil ini diperuntukkan untuk umum maka harus dibuatkan Kembali *Standard Operating Procedure* (SOP) yang baru karena system sewa mobil yang ditawarkan sudah berbeda. Sehingga tidak menutup kemungkinan adanya tindak kejahatan yang akan terjadi kedepannya, maka untuk menghindari itu direncanglah SOP yang baru dengan sistem yang lebih ketat. Dengan itu semua diharapkan dapat meningkatkan Kembali omset yang diperoleh oleh PT Berkat Pariwisata Digital.

Kemampuan karyawan untuk mengembangkan kembali inovasi dalam bidang promosi di media social harus ditingkatkan lagi dengan cara melihat di sumber-sumber media social lainnya mungkin seperti Tiktok atau flatform lainnya. Bisa juga dibuatkan twibbon yang diisi foto *customer* saat transaksi untuk di upload ke media social Instagram

sehingga orang-orang berfikir sudah banyak ada orang bertransaksi di PT. Berkas Pariwisata Digital dan terlihat terpercaya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Fatimah, E. N. (2015). *Strategi Pintar Menyusun SOP (Standard Operating Procedure)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy, (2015). *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta
- Taufiq, Rohman. (2019), Penerapan Standar Operasional Prosedur (SOP) dan Akuntabilitas Kinerja Rumah Sakit. *Jurnal Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi dan Perpajakan*, Vol 12, No 1, Hal 56-66
- Nurfitria, Nissa & Dra. Retno Hidayati MM, (2011), Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan dan Waktu. *Jurnal Universitas Diponegoro*, hal 1-28. Diakses pada ([jurnal omzet penjualan undip.ac.id](http://jurnal.omzet.penjualan.undip.ac.id)).