

PENUNJANG MEDIA PROMOSI DALAM PENINGKATKAN POTENSI PENJUALAN PADA PT. BHUWANA SRISHTA INTERNASIONAL

I Nyoman Mustika^{1,*}, Ni Kadek Angga Mita Ratnasari²

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

*Email: nyomanmustika@unmas.ac.id

ABSTRAK

Tujuan program kerja ini adalah meningkatkan promosi dengan menyediakan sarana penunjang promosi yang memadai karena ini merupakan titik sentral bagi perusahaan yang akan mempengaruhi peningkatan potensi penjualan pada PT. Bhuwana Srishta Internasional. Program pengabdian dimulai dari tanggal 10 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 11 September 2022. Terdapat 3 program kerja sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi yaitu dengan 1) Pembuatan brosur untuk mempromosikan produk dan menyebarkannya kepada masyarakat. 2) Perancangan media informasi produk dalam bentuk guidebook. 3) Membuat voucher potongan harga pembelian serta memberikannya kepada calon customer. Pelaksanaan program kerja ini dilakukan dengan metode perancangan dan pendampingan. Hasil dari program kerja mendapatkan respon positif oleh para target calon customer terhadap media promosi yang mereka dapatkan sehingga terbukti bahwa media promosi tersebut dapat menunjang potensi penjualan perusahaan. Dari semua kegiatan telah didapatkan hasil kesimpulan bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat di PT. Bhuwana Srishta Internasional berjalan dengan lancar.

Kata Kunci: Media Promosi, Potensi Penjualan

ANALISIS SITUASI

Seiring adanya perkembangan zaman persaingan dalam dunia bisnis pun semakin kuat dan pada setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang penjualan produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Tujuan tersebut dapat dicapai melalui berbagai upaya untuk dapat bertahan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Dan upaya yang paling berpengaruh signifikan agar perusahaan dapat

mampu bertahan dan meningkatkan tingkat keuntungan perusahaan ialah jika perusahaan tersebut mampu mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dan Hal tersebut dapat dicapai apabila perusahaan melakukan penerapan strategi pemasaran yang tepat melalui pemanfaatan media promosi yang efektif agar mampu meningkatkan potensi penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan.

Menurut Gitosudarmo (2000:237), Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Kegiatan promosi sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik melalui media promosi secara online maupun offline.

Media promosi adalah sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi dan pengenalan produk yang dijual oleh perusahaan, sehingga dapat memudahkan suatu perusahaan dapat dikenal oleh para konsumen. Untuk media promosi via online atau digital, contohnya yaitu beriklan di media sosial seperti memanfaatkan fitur aplikasi Instagram, Facebook, WhatsApp dll, sementara beberapa contoh media promosi secara offline seperti beriklan di TV, radio, billboard, media cetak, dan sebagainya. Bukan hanya beriklan, bentuk promosi juga bisa dilakukan berupa pemberian diskon atau kupon untuk produk tertentu.

PT. Bhuwana Srishta Internasional atau yang sering dikenal dengan brandnya yang bernama Onlined7 adalah perusahaan pelaku bisnis online yang bergerak dalam bidang penjualan software trading forex autopilot dan dijual dengan harga Rp. 6.000.000,- – Rp. 7.000.000,-. PT. Bhuwana Srishta Internasional berdiri pada tahun 2016 dan beralamat di Jl. Pulau Maluku II, No. 2C Denpasar, Bali.

Software trading forex autopilot ialah software yang dirancang agar bisa melakukan trading forex secara otomatis selama 24 jam sehingga penggunanya bisa mendapatkan *passive income* melalui software tersebut. Customer software trading forex autopilot ini sendiri sudah mencapai lebih dari 20.000 *user* yang tersebar di seluruh Indonesia.

Dalam proses operasional perusahaan didukung oleh 18 karyawan yang kompeten dibidang masing-masing, dimana terdiri dari 1 orang direktur utama, 1 orang CEO, 1 orang HRD, 1 orang staff keuangan, 4 orang customer service, 7 orang marketing, 2 orang staff IT dan 1 orang cleaning service. Berikut adalah nama beserta jabatan karyawan di PT. Bhuwana Srishta Internasional terlihat dalam Tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Profil Karyawan PT. Bhuwana Srishta Internasional Tahun 2022

No	Nama Karyawan	Jabatan
1	Ketut Sukreta	Direktur Utama
2	Gde Brawiswara Putra	CEO
3	Sintya Utami	HRD
4	Komang Sri Andriani	Staff Keuangan
5	Ita Permata	Customer Service
6	Kadek Ika Putri	Customer Service
7	Yena Dewi	Customer Service
8	Putu Santi Wulandari	Customer Service
9	Made Arsika	Marketing
10	I Gusti Ayu Ira Cristin	Marketing

No	Nama Karyawan	Jabatan
11	Kadek Angga Mita Ratnasari	Marketing
12	Putu Anita Dewi	Marketing
13	Ni Luh Mega Gayatri	Marketing
14	Putu Angga Merta Sari	Marketing
15	Yanto	Marketing
16	Oka Mahendra	Staff IT
17	Berry	Staff IT
18	Yono	<i>Cleaning Service</i>

Sumber: PT. Bhuwana Srishta Internasional, 2022

Setelah melakukan observasi di Perusahaan PT. Bhuwana Srishta Internasional terdapat permasalahan dimana pada perusahaan ini hanya baru menggunakan media promosi secara online melalui aplikasi Instagram dan WhatsApp hanya dalam bentuk kalimat yang menjelaskan mengenai informasi produk dengan tata bahasa yang dianggap kurang menarik, kreatif serta tidak tertata dengan baik, sehingga para target calon customer sering kali merasa kurang mengerti dan paham mengenai produk yang ditawarkan kepada mereka. Hal tersebut tentunya membuat kesan yang membosankan bagi para target calon customer dan membuat mereka enggan mau membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Ditambah banyak dari para calon customer menganggap harga produk yang dijual terbilang cukup mahal ditengah kondisi finansial mereka pada era new normal saat ini. Permasalahan yang terjadi di lapangan tersebut membuat potensi penjualan pada perusahaan mengalami stagnasi dan sangat sulit untuk

mengalami peningkatan. Dimana hal ini tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kehidupan serta perkembangan perusahaan. Demikian dengan ini dibutuhkannya suatu media promosi dan informasi berbentuk desain komunikasi visual yang dapat menggambarkan suatu produk dan dapat menarik perhatian target calon customer dengan menampilkan tampilan media promosi yang menarik, susunan warna yang harmonis senada dengan ciri khas perusahaan, kalimat dengan tata bahasa yang menjual dan lebih tertata, serta mampu menjelaskan deskripsi dari produk yang ditawarkan dengan baik. Untuk dapat menarik perhatian target calon customer pertama kali dibutuhkan media promosi informasi produk untuk disebar, dimana terdapat tampilan dan penjelasan mengenai produk yang cukup secara singkat dan jelas agar membuat calon customer merasa penasaran dan tertarik ingin merespon secara cepat mengenai produk yang ditawarkan. Selanjutnya dibutuhkan pula media promosi yang menjelaskan mengenai informasi produk dan dapat menggambarkan suatu produk secara lebih lengkap dan terperinci agar target calon customer dapat memahami dengan baik produk apa yang akan mereka beli. Lalu didukung dengan media promosi yang dianggap sangat ampuh agar target calon customer mau segera memutuskan untuk membeli produk meski harga jual produk terbilang cukup mahal.

Dari fenomena tersebut saya tertarik melakukan program kerja

dengan mengambil topik “Penunjang Media Promosi Dalam Peningkatkan Potensi Penjualan Pada PT. Bhuwana Srishta Internasional”. Dimana pada kegiatan pengabdian masyarakat ini saya fokuskan pada sarana penunjang media promosi yang memadai dan merupakan titik sentral bagi perusahaan karena akan mempengaruhi peningkatan potensi penjualan pada PT. Bhuwana Srishta Internasional yang tentunya memberikan dampak baik bagi kehidupan serta perkembangan perusahaan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi yang saya jelaskan diatas dapat saya tarik kesimpulan mengenai rumusan masalahnya yaitu: Apakah dengan adanya penunjang media promosi yang memadai dapat meningkatkan potensi penjualan pada PT. Bhuwana Srishta Internasional?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk memaksimalkan penunjang media promosi dalam peningkatan potensi penjualan pada PT. Bhuwana Srishta Internasional maka kegiatan yang saya lakukan yaitu:

1. Pembuatan brosur untuk mempromosikan produk dan menyebarkannya kepada masyarakat.
2. Perancangan media informasi produk dalam bentuk guidebook.
3. Membuat voucher potongan harga pembelian serta memberikannya kepada calon customer.

METODE PELAKSANAAN

1. Metode Perancangan

Perancangan adalah proses, cara, upaya untuk membuat desain atau membuat rancangan, melalui proses penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa sesuai analisis atau evaluasi yang telah dilakukan agar tercipta hasil rancangan yang utuh dan berfungsi. Perancangan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah membuat sarana media promosi dalam bentuk brosur, guidebook, dan voucher potongan harga. Media promosi tersebut dibuat dengan desain, warna, gambar, serta penjelasan mengenai produk dengan menarik dan sekreatif mungkin. Hal ini dilakukan agar sarana promosi tersebut dapat menarik perhatian serta minat target calon customer untuk mau membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam proses perancangan pembuatan sarana media promosi adalah sebagai berikut: 1) Menyiapkan bahan materi seperti gambar dan kata-kata/kalimat yang menjelaskan mengenai informasi produk yang akan dituangkan dalam sarana media promosi, 2) Pembuatan desain sarana media promosi. 3) Melakukan evaluasi dengan para staff, 4) Melakukan pencetakan fisik.

2. Pendampingan

Pendampingan ini dilakukan guna membantu staff perusahaan untuk

memberikan/menyebarkan sarana media promosi kepada target calon customer. Dimana hal ini diharapkan mampu untuk meningkatkan potensi penjualan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Semua kegiatan program kerja yang dilaksanakan yaitu pembuatan sarana penunjang media promosi dalam meningkatkan potensi penjualan pada PT. Bhuwana Srishta Internasional ini telah tercapai dengan berhasil. Tetapi pencapaian program ini juga tidak luput dari permasalahan dan kendala serta evaluasi setiap minggunya, maka hasil dari pencapaian yang diinginkan bisa terpenuhi.

1. Pembuatan brosur untuk mempromosikan produk dan menyebarkannya kepada masyarakat. Dalam pelaksanaannya telah dilakukan pembuatan brosur yang menarik dengan tema warna senada dengan ciri khas perusahaan kemudian dicetak dalam bentuk ukuran A6, menggunakan kertas art paper 210 dan selanjutnya saya dan karyawan melakukan penyebaran brosur kepada masyarakat di area sekitar Denpasar. Kegiatan penyebaran brosur harus dilakukan secara rutin. Langkah ini dinilai sebagai solusi untuk membantu dalam pemasaran produk ke masyarakat luas yang pada akhirnya dapat meningkatkan potensi penjualan. Kegiatan ini berhasil telah terealisasi 100%. Pembuatan

brosur dapat dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Sedang Melakukan Pembuatan Brosur Untuk Mempromosikan Produk dan Menyebarkannya ke Masyarakat

2. Perancangan media informasi produk dalam bentuk guidebook. Dalam pelaksanaannya telah dilakukan pengumpulan informasi terkait produk. Selanjutnya melakukan perancangan *guidebook* yang berisi terkait jenis produk, keunggulan produk, kinerja produk, serta tutorial penggunaan produk. *Guidebook* dibuat dengan kertas art paper 120, ukuran A5. Hasil dari pembuatan *guidebook* ini diharapkan juga agar seluruh

karyawan harus mempelajari produk knowledge lebih mendalam. Hal ini dipandang sebagai solusi yang dapat diberikan guna membantu para karyawan dalam menjelaskan produk. Kegiatan ini berhasil telah terealisasi 100%. Perancangan media informasi produk dalam bentuk *guidebook* dapat dilihat pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Sedang Melakukan Perancangan Media Informasi Produk Dalam Bentuk *Guidebook*

3. Membuat voucher potongan harga pembelian serta memberikannya kepada calon customer. Dalam pelaksanaannya telah dilakukan

diskusi dengan manajemen PT. Bhuwana Srishta Internasional, agar selama masa era new normal pandemi ini perusahaan mau memberikan potongan harga kepada calon customer yang ingin membeli produk. Selanjutnya melakukan perhitungan besarnya potongan harga yang diberikan dengan baik agar target omset perusahaan tetap tercapai. Voucher diskon dibuat dengan menggunakan kertas art paper 210, dengan ukuran 10cm. Selanjutnya memberikan voucher kepada calon customer. Kegiatan ini berhasil telah terealisasi 100%. Pembuatan voucher potongan harga pembelian dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Mahasiswa Universitas Mahasaraswati Sedang Melakukan

Pembuatan Voucher Potongan Harga Pembelian Produk di PT. Bhuwana Srishta Internasional

Dalam pelaksanaan di lapangan terdapat beberapa faktor pendukung dari keberhasilan kegiatan ini yaitu:

1. Pimpinan dan semua karyawan mendukung secara penuh kegiatan ini
2. Antar karyawan mau belajar saling bekerjasama dan berkomunikasi dengan baik sehingga memudahkan dalam mendapatkan berbagai ide kreatif dan pemilihan kata-kata yang tepat untuk digunakan pada media promosi.
3. Reseller ikut turut serta melaksanakan kegiatan ini.

Dengan terlaksananya program kerja yang dilakukan maka diharapkan bisa membantu meningkatkan promosi terhadap customer dengan menggunakan brosur, *guidebook* dan pemberian voucher potongan harga, sehingga dapat meningkatkan laba atau menambah mutu perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini, sangat banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan yang saya dapatkan. Hasil observasi di PT. Bhuwana Srishta Internasional terdapat permasalahan dalam penjualan produknya yang mengalami stagnasi/sulit mengalami peningkatan dikarenakan media promosi yang digunakan selama ini kurang kreatif, menarik dan terkesan membosankan sehingga, apakah dengan adanya penunjang media promosi yang

memadai dapat meningkatkan potensi penjualan pada PT. Bhuwana Srishta Internasional? Dan berdasarkan fenomena yang terjadi di perusahaan saya melakukan 3 program kerja sebagai solusi dari permasalahan yang terjadi yaitu dengan 1) Pembuatan brosur untuk mempromosikan produk dan menyebarkannya kepada masyarakat. 2) Perancangan media informasi produk dalam bentuk *guidebook*. 3) Membuat voucher potongan harga pembelian serta memberikannya kepada calon customer. Pelaksanaan program kerja ini dilakukan dengan metode perancangan dan pendampingan. Dan selama kegiatan berlangsung saya didukung penuh oleh pimpinan perusahaan serta para karyawan sehingga semua program kerja dapat terealisasi dengan baik. Hasil dari program kerja yang saya serta para karyawan lakukanpun mendapatkan respon positif oleh para target calon customer terhadap media promosi yang mereka dapatkan sehingga terbukti bahwa media promosi tersebut dapat menunjang potensi penjualan perusahaan. Dari semua kegiatan dan telah didapatkan hasil kesimpulan bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat yang penulis laksanakan di PT. Bhuwana Srishta Internasional berjalan dengan lancar.

Dari kegiatan yang sudah dilaksanakan di PT. Bhuwana Srishta Internasional, adapun saran yang dapat saya berikan yaitu perusahaan dan para karyawan khususnya pada divisi marketing agar lebih bisa menyadari hal-hal apa saja yang menjadi menjadi

faktor kendala dalam melakukan penjualan dan mampu mencari berbagai cara atau solusi untuk menghadapi kendala yang ada tersebut. Para staff juga harus selalu menjaga kekompakkan dan saling bekerjasama dengan baik agar tujuan perusahaan dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

Gitosudarmo, Indriyo. 2000.
Manajemen Pemasaran. BPFE.
Yogyakarta.

<https://pintek.id/blog/media-promosi-untuk-pemasaran-online/#:~:text=Media%20promosi%20adalah%20sarana%20yang,perusahaan%20kepada%20pembeli%20atau%20konsumen.>

<https://majoo.id/solusi/detail/media-promosi-online>

<http://desain-grafis-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Konsep-Dasar-Desain-Grafis/e37a48cf1f5105f9d44f6f54baf6195ce9be8e14>