

---

## OPTIMALISASI SARANA PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN OMSET PENJUALAN DI EDOSS STORE

Ni Nyoman Ari Novarini<sup>1,\*</sup>, Ni Wayan Mia Septi Utami<sup>2</sup>

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

\*Email: novarini0511@unmas.co.id

### ABSTRAK

Penyebaran wabah Covid-19 yang begitu cepat di Indonesia tentunya memberikan pengaruh yang besar bagi perekonomian. Dengan himbauan *physical distancing*, bekerja, belajar dan beribadah dirumah, hingga pelanggaran kegiatan yang menimbulkan kerumunan tentunya membuat roda ekonomi nyaris terhenti. Permasalahan yang ditemui dari hasil observasi yakni menurunnya omset penjualan serta kurangnya promosi yang kreatif terutama di sosial media menyebabkan menurunnya minat customer untuk membeli produk dari usaha tersebut. Dalam rangka meningkatkan minat konsumen di Edoss Store, yaitu mengoptimalkan sarana pemasaran terutama instagram di masa pandemi covid-19 ini sangatlah penting karena menurunnya omset penjualan akan berimbas pada kelangsungan operasi usaha, maka dari itu perlu diadakannya *Endorsement* oleh influencer dan *Content Creator* yang hasilnya di upload media sosial yang bertujuan supaya dimasa pandemi covid-19 ini pendapatan usaha tetap ada. Pendapatan usaha memiliki peran penting dalam menunjang kelancaran kegiatan operasional usaha termasuk dalam administrasi atau kompensasi karyawan. Hasil evaluasi setelah dilakukan kegiatan edukasi mengenai strategi promosi penjualan produk melalui *Content Creator* dan *Endorsement* oleh *influencer* di masa pandemi Covid-19 tersebut, *Content Creator* mampu membuat foto dan videografi sesuai dengan keinginan *audiens* dan karyawan mampu mengaplikasikan *feed* dan *instagram stories* dengan tahap-tahap yang sudah dijelaskan. Hal tersebut terbukti dari antusiasme karyawan juga terlihat pada saat pemberian edukasi dalam cara-cara promosi dalam rangka peningkatan sarana pemasaran.

**Kata kunci :** Covid-19, Media Sosial, *Endorsment*

### ANALISIS SITUASI

Program Pengabdian pada Masyarakat (PPM) Unmas Denpasar merupakan salah satu implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu

pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat untuk membantu dan membimbing masyarakat dalam memanfaatkan dan mengembangkan

potensi yang ada di lingkungan tersebut. Program ini dilaksanakan dengan menyelaraskan pembelajaran yang didapat selama perkuliahan dan melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan tetap membawa nilai – nilai kebersamaan. Salah satu wilayah yang menjadi lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu Daging Puri Kaja (Edoss Store).

Pemerintah telah menerapkan periode “New Normal”, dimana pemerintah mengizinkan masyarakat untuk beraktivitas dan membuka usahanya kembali dengan syarat tetap mematuhi protokol kesehatan. Semua jenis profesi dan usaha mulai beroperasi kembali secara perlahan. Meski sudah memasuki era new normal, perekonomian di Indonesia belum juga membaik. Salah satu usaha yang mengalami dampak dari pandemi tersebut adalah Edoss Store. Edoss Store beralamat di Jln. Kedondong No.9 Denpasar. Edoss Store bergerak dibidang fashion wanita dengan produk yang tersedia adalah tas dan dompet import yang harganya berkisaran dari 70.000 sampai dengan yang paling mahal 250.000. Produk import tersebut dikirim langsung dari supplier/pabrik di China ke Indonesia dengan transit di beberapa wilayah. Usaha ini dimiliki perseorangan yang dapat diartikan bahwa usaha ini tergolong usaha kecil. Dampak yang dihadapi oleh pemilik UMKM ini terungkap dari hasil observasi di Basout Rotbar Premium khususnya di pandemi covid-19 seperti

ini omset penjualan menurun karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat yang membatasi jam buka usaha dan sulitnya mengembangkan usaha di tengah pandemi covid-19 serta sulitnya mencatat pemasukkan dan pengeluaran keuangan yang sering berantakan.

Dalam rangka memberikan informasi yang baik yang menggambarkan kondisi riil perusahaan, maka perlu diberikan pendampingan bagaimana cara meningkatkan penjualan produk Edoss Store selama masa pandemi dengan optimalisasi sarana pemasaran. Optimalisasi sarana pemasaran dilakukan untuk membangun loyalitas pelanggan dan mendorong pelanggan untuk terus berbelanja dan sekaligus menarik pelanggan baru. Contoh dari strategi tersebut adalah melakukan endorsement influencer yang sedang hangat diperbincangkan dan mengadakan jasa konten creator, hal ini dilakukan agar katalog atau foto produk bisa menjadi lebih menarik dan mengikuti trend masa kini yang kemudian akan diposting melalui media social seperti instagram, shoppe, tiktok, tokopedia dan whatsapp.

Selama masa pandemi omset penjualan produk pada usaha tersebut mengalami penurunan yang signifikan hingga 50% dari omset penjualan sebelum adanya pandemi ini. Penjualan adalah hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, terutama untuk meraih keuntungan/laba. Salah satu masalah yang terungkap dari hasil observasi di EDOSS STORE Denpasar

akibat covid-19 yaitu karena menurunnya omset penjualan serta kurangnya promosi yang kreatif terutama di sosial media menyebabkan menurunnya minat customer untuk membeli produk dari usaha tersebut. Owner dan para karyawannya harus bisa mensiasati kegiatan atau promosi apa yang harus dimaksimalkan agar tetap dapat beroperasi di masa pandemi. Dalam rangka meningkatkan minat konsumen di Edoss Store, yaitu mengoptimalkan sarana pemasaran terutama instagram di masa pandemi covid-19 ini sangatlah penting karena menurunnya omset penjualan akan berimbas pada kelangsungan operasi usaha, maka dari itu perlu diadakannya *Endorsement* oleh influencer dan *Content Creator* yang hasilnya di upload media sosial yang bertujuan supaya dimasa pandemi covid-19 ini pendapatan usaha tetap ada. Pendapatan usaha memiliki peran penting dalam menunjang kelancaran kegiatan operasional usaha termasuk dalam administrasi atau kompensasi karyawan.

#### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi yang dilakukan, beberapa masalah yang ditemukan untuk diangkat menjadi sebuah program yaitu :

1. Pendapatan yang diperoleh EDOSS STORE mengalami penurunan yang signifikan hingga 50% semenjak adanya pandemi Covid-19.
2. Kurangnya edukasi tentang cara menggunakan media sosial/digital

sebagai sarana pemasaran untuk menunjang perekonomian Usaha Kecil tersebut.

#### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra, maka disusun beberapa program kerja yang diharapkan mampu membantu memecahkan permasalahan mitra yaitu Berkoordinasi dengan pemilik Edoss Store untuk menggunakan jasa *endorsement* oleh *influencer* yang sedang hangat diperbincangkan guna menarik minat konsumen. Mengajak pemilik Edoss Store untuk menyewa *content creator* yang nantinya dapat membantu membuat konten seperti foto katalog produk maupun videografi sehingga terlihat lebih menarik dan tertata ketika upload instagram stories

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat terkait strategi promosi penjualan produk melalui Endorsement yang akan dipromosikan ke media social oleh influencer dalam meningkatkan omset penjualan di Edoss Store selama masa pandemi covid-19 ini yaitu dengan memberikan edukasi terhadap karyawan Edoss Store terkait strategi promosi penjualan selama masa pandemi covid-19.

Pemberian edukasi dilakukan di EDOSS STORE, edukasi yang diberikan yaitu :

**1. Diskusi rencana sewa *Content Creator* dan *Endorsement* oleh *influencer*.**

Edukasi yang diberikan berupa cara karyawan dalam memilih *Content Creator* untuk foto katalog dan videografi, memilih salah satu *influencer* asal Bali untuk *endorsement*.

**2. Foto katalog produk, videografi dan teknik posting konten.**

Edukasi yang diberikan terhadap *Content Creator* berupa materi konten pengambilan foto dan video sesuai dengan keinginan atau ketertarikan dari audiens, kemudian edukasi terhadap karyawan berupa cara posting instagram stories agar menarik.

**3. Upload foto dan video hasil review *endorsement* oleh *influencer*.**

Edukasi yang diberikan terhadap karyawan adalah memberikan tips and tricks cara upload hasil review *endorsement* setiap hari secara random baik foto maupun video demi menarik customer.

**4. Pendampingan dan evaluasi kegiatan.**

Setelah diberikannya edukasi, dilakukannya pendampingan kembali dan evaluasi mengenai penerapan strategi promosi dimasa pandemi covid-19. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui kendala setiap penerapan kegiatan.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Diskusi mengenai rencana sewa *Content Creator* dan *Endorsement* oleh *influencer* dilaksanakan selama 1 hari (3 jam dalam 1 kali pertemuan). Kegiatan ini dimulai dengan memberikan penjelasan kepada owner dan karyawan mengenai dampak positif atau *feedback* yang didapat jika menyewa *Content Creator* dan *Endorsement influencer*. Edukasi yang diberikan terhadap *Content Creator* dan karyawan berupa materi konten dilaksanakan selama 1 hari (3 jam disetiap pertemuan).

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah foto katalog dan videografi produk yaitu detail kelengkapan dan detail pemakaian produk. Edukasi yang diberikan kepada karyawan mengenai upload foto dan video review *endorsement* dilaksanakan selama 1 hari (1 jam disetiap pertemuan). *Upload* foto dan video hasil *endorsement* dilakukan setiap hari secara random di instagram stories dan dimasukkan ke fitur *highlight* instagram agar bisa dilihat semua orang kapan pun.

Hasil evaluasi setelah dilakukan kegiatan edukasi mengenai strategi promosi penjualan produk melalui *Content Creator* dan *Endorsement* oleh *influencer* di masa pandemi Covid-19 tersebut, *Content Creator* mampu membuat foto dan videografi sesuai dengan keinginan *audiens* dan karyawan mampu mengaplikasikan *feed* dan instagram *stories* dengan tahap-tahap yang sudah dijelaskan sebelumnya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kemampuan karyawan dalam peningkatan sarana pemasaran mengenai diskusi pemilihan *content creator* dan *influencer*, foto katalog dan teknik posting konten, dan upload hasil *review endorse*, telah berhasil diterapkan, melalui kegiatan edukasi dalam strategi peningkatan sarana pemasaran di masa pandemi covid-19. Adapun faktor-faktor yang mendukung keberhasilan kegiatan ini, Owner yang mendukung kegiatan ini, antusiasme karyawan dalam mengikuti kegiatan ini dan tersedia fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan ini.

Diharapkan untuk perusahaan Edoss Store agar program kerja yang dilakukan dapat bermanfaat untuk perusahaan yaitu Kemampuan karyawan dalam penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran perlu ditingkatkan melalui pelatihan dan pendampingan secara berkelanjutan sehingga meningkatkan kemampuan karyawan dan menumbuhkan kreativitas dalam pemanfaatan media sosial. Ditingkatkannya pengawasan kinerja karyawan, agar tidak ada penyelewengan atau salah guna dalam media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Marwan, Asri. 1991. *Marketing*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Rachmawati, R. 2011. Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran), Vol.2, No 2, pp. 143-150.
- Sonwalker, J., Manohar K., and Pathak A. 2011. *Celebrity Impact-A model of Celebrity Endorsement*, *Journal of Marketing and Communication*, Vol.7, issue 1.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Undang – Undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah