

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PENJUALAN PADA STRIPESME THRIFT STORE DENPASAR

Ni Putu Ayu Sintya Saraswati^{1,*}, Dina Ratna Atika²

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

*Email: sintyasaraswati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan penelitian ini bertujuan untuk membantu perusahaan Stripesme Thrift Store Denpasar agar mampu mempertahankan bisnisnya di tengah pandemi Covid-19 dengan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi penjualan. Dampak yang di timbulkan dari Covid-19 menyebabkan penurunnya penjualan, melihat kondisi tersebut, melalui Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa solusi untuk membantu UMKM yang terdampak pandemi Covid-19 ini. Solusinya yaitu dengan membuat program kerja, dimana proker ini memiliki tujuan yakni memberikan edukasi, simulasi, pendampingan dan evaluasi mengenai manfaat media sosial sebagai media pemasaran yang diharapkan dapat mendongkrak perekonomian Stripesme Thrift Store Denpasar itu sendiri. Hasil kegiatan dalam penelitian pada perusahaan Stripesme Thrift Store Denpasar yaitu telah dibuatnya berbagai konten untuk di upload ke media sosial, caption yang menarik, dan foto product yang lebih kreatif diharapkan perusahaan dapat tetap mau mengembangkan dan konsisten dalam penggunaan media sosial sebagai media promosi penjualan sehingga dapat memperluas jangkauan penjualan, meningkatkan konsumen, adanya kenaikan penjualan dan produknya dikenal oleh masyarakat luas.

Kata kunci : Media sosial, , penjualan, promosi

ANALISIS SITUASI

Pandemi Covid-19 yang melanda Indonesia telah melumpuhkan berbagai sektor, terlebih dalam sektor perekonomian. Perekonomian masyarakat saat ini harus dapat menyesuaikan diri supaya dapat melalui situasi pandemi covid-19 saat ini. Pandemi covid-19 ini tentu sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Dampak wabah covid-19 tidak diragukan lagi akan terasa di seluruh

rantai. Pandemi covid-19 sangat berdampak pada berbagai sektor terutama di sektor ekonomi. Salah satunya pada usaha mikro kecil menengah (UMKM). Oleh karena itu UMKM perlu melakukan strategi untuk tetap mempertahankan keberlanjutan usaha selama pandemic dan tetap eksis setelah pandemi covid-19 ini berakhir.

Salah satu dampak dari pandemi tersebut adalah UMKM milik Diaz Apriski yaitu Stripesme Thrift Store

Denpasar. *Stripesme Thrift Store* Denpasar merupakan usaha UMKM yang pengelolaannya dilakukan oleh individu. *Stripesme Thrift Store* Denpasar sudah berdiri sejak 2018 yang berlokasi di Gg. Tempekan Sari No. 15 Pemogan. *Stripesme Thrift Store* Denpasar memiliki 5 karyawan dengan tugasnya masing – masing.

Selama pandemi ini, *Stripesme Thrift Store* Denpasar juga mendapatkan dampak dari pandemi tersebut, dimana omset penjualan pada perusahaan tersebut mengalami penurunan yang signifikan 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 *Stripesme Thrift Store* Denpasar yaitu karena promosi yang kurang maksimal sehingga berdampak pada menurunnya omset penjualan baik dari penjualan *offline* maupun *online*.

Stripesme Thrift Store Denpasar melakukan promosi menggunakan teknologi digital melalui beberapa social media seperti Tiktok dan Instagram. Seiring perkembangan teknologi digital yang sangat pesat membuat digital marketing menjadi salah satu pemasaran atau promosi utama, perkembangan internet di era saat ini sangat tinggi penggunaannya dan semakin luas jangkauannya.

Pada masa pandemi seperti sekarang, para pelaku UMKM harus bisa menyesuaikan diri dan mulai mengoptimalkan kinerja usahanya dengan memanfaatkan ekosistem

digital, seperti contohnya memasarkan produk melalui media sosial. Untuk merealisasikannya maka akan diberikan penyuluhan konten social media baik instagram maupun tiktok dalam upaya melakukan promosi agar lebih menarik sehingga harapannya agar banyak yang tertarik untuk berkunjung dan melakukan pembelian sehingga akan berdampak pada meningkatnya omzet penjualan. Kualitas foto produk yang disajikan juga menjadi daya tarik pelanggan untuk melakukan pembelian. Sehingga akan diberikan penyuluhan mengenai tips foto yang menarik.

PERUMUSAN MASALAH

Masalah yang terjadi dalam penelitian ini ialah Kurangnya pemanfaatan *social media* sebagai media promosi sehingga menyebabkan pangsa pasar kurang luas. Kurangnya kesadaran karyawan terhadap pentingnya *social media*. Kurangnya ide kreatif tim konten terhadap foto produk yang menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, penulis memberikan solusi dengan cara Melakukan penyuluhan materi konten untuk di posting pada social media sehingga promosi menjadi lebih menarik, melakukan penyuluhan mengenai tips dalam foto produk agar menarik, mengedukasi para team *stripesme thrift store* bagaimana memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial, memberikan simulasi kepada team

stripesme thrift store cara penggunaan dan pnegoperasian media sosial untuk memasarkan produk.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kerja yaitu dengan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan. Metode tersebut dilakukan dengan tatap muka dengan pemilik dan juga karyawan dengan tetap mematuhi protokol kesehatan. Metode ini dilakukan untuk mengedukasi pemilik dan juga karyawan akan pemahaman dan cara memasarkan produk melalui sosial media. Selain itu, kita harus bisa menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan kondusif untuk para karyawan supaya penuh rasa semangat dan tidak cepat bosan dalam mempelajari media sosial.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan KKN alternative di Stripesme Thrift Store Denpasar dapat mengoptimalkan promosi perusahaan melalui pelatihan dan pendampingan. Hasil yang didapat adalah kenaikan omzet penjualan karena telah dibuatnya konten sosial media, caption, dan foto produk yang lebih menarik sehingga menciptakan ketertarikan konsumen. dan mengetahui pentingnya melakukan protokol kesehatan di massa pandemi ini dimana pun dan kapanpun.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan dimaksud adalah:

1. Pemilik Stripesme Thrift Store Denpasar yang telah mendukung penuh kegiatan ini.
2. Antusias pegawai Stripesme Thrift Store Denpasar dalam mengikuti kegiatan ini.
3. Fasilitas yang sudah tersedia di Stripesme Thrift Store Denpasar yang memadai seperti wifi.

Sedangkan faktor penghambat kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Masih adanya karyawan yang belum sadar terhadap manfaat media sosial untuk promosi penjualan.
2. Masih adanya karyawan yang kurang disiplin dalam penerapan protokol kesehatan.

Adapun dokumentasi yang dilakukan selama program kerja berlangsung:

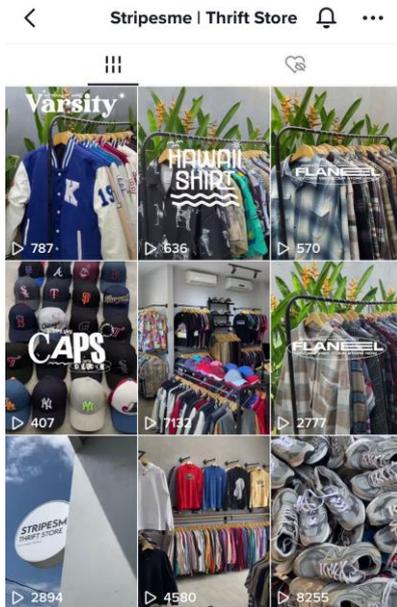
- Memberikan edukasi/ sosialisasi kepada pegawai tentang pentingnya media sosial terhadap pemasaran produk.



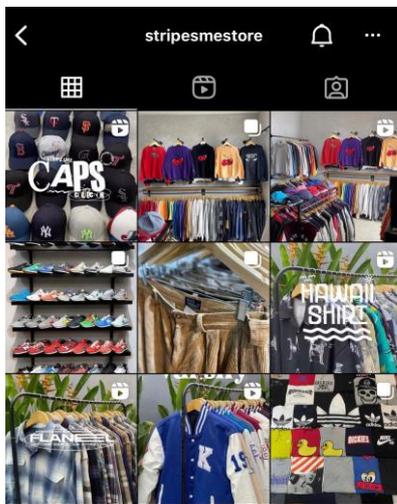
Gambar 1. Sosialisasi pentingnya media sosial kepada pegawai

- Melakukan penyuluhan materi konten untuk di posting pada sosial media. Konten yang telah di

buat (Instagram & Tik Tok) sebagai berikut :



Gambar 2. Materi konten Tiktok



Gambar 3. Materi konten Instragram

- Melakukan penyuluhan mengenai tips foto produk agar menarik.



Gambar 4. Penyuluhan tips foto menarik

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan di *Stripesme Thrift Store* Denpasar. Program kerja ini memiliki tujuan yaitu untuk membantu meningkatkan omzet penjualan *Stripesme Thrift Store* Denpasar melalui promosi dengan memanfaatkan media sosial dengan memberikan edukasi, simulasi, pendampingan dan evaluasi mengenai manfaat media sosial sebagai media promosi yang diharapkan dapat meningkatkan omzet penjualan *Stripesme Thrift Store* Denpasar. Keberhasilan program pengabdian masyarakat pada akhirnya memberikan manfaat yang saling menguntungkan antara mahasiswa dan masyarakat, dan program kerja ini pun berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Mitra pun mengapresiasi program kerja yang telah saya lakukan dan berharap agar kegiatan seperti ini dapat dilakukan secara berkesinambungan.

Saran yang ingin saya sampaikan dalam kegiatan ini yaitu mitra agar dapat mempergunakan ilmu

yang saya berikan agar dapat berguna bagi mitra itu sendiri atau bahkan dapat membagikan ilmu ini ke sesama pelaku bisnis sejenis lainnya. Pengusaha UKM perlu memanfaatkan media sosial secara optimal dan secara konsisten melakukan *update* informasi setiap hari untuk mengembangkan pangsa pasar dan meningkatkan penjualan produk. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk melakukan pengukuran peningkatan penjualan secara akurat sehingga dapat mengetahui peningkatan pendapatan usaha. Selanjutnya mitra diharapkan mampu mengembangkan apa yang telah diajarkan dalam program kerja ini agar dapat selalu berinovasi ditengah masa pandemi Covid-19 ini.

DAFTAR PUSTAKA

- KAPPC. 2022. *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Alternatif Pedulu Pandemi Covid-19 Universitas Mahasaraswati*. Pusat Pengabdian Masyarakat dan Pengelolaan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Mahasaraswati Denpasar. Denpasar.
- Sanjaya, Ridwan dan Josua Tarigan. 2009. *Creative Digital Marketing*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sinamora, Bilson. 2004. *Riset Pemasaran*, Jakarta : Gramedia Utama.