

## **PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI PENGEMBANGAN *SOFT SKILL* KARYAWAN DAN *DIGITAL MARKETING* PADA TOKO TAMAN SARI BED COVER**

**Bagus Nyoman Kusuma Putra<sup>1,\*</sup>, I Made Heri Setiawan<sup>2</sup>**

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

\*Email: bgskusumaputra@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Dalam usaha untuk menjual produk dan meningkatkan keuntungan, strategi pemasaran sangatlah penting. Strategi pemasaran sendiri bisa dilakukan dengan berbagai cara. Strategi *digital marketing* dan peningkatan *soft skill* adalah strategi yang paling banyak digunakan. Strategi *digital marketing* dan peningkatan *soft skill* ini terbukti sangat efektif dalam penjualan produk. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, permasalahan pokok yang dihadapi ialah mengalami penurunan penjualan yang menyebabkan penurunan omset yang signifikan. toko Taman Sari Bed Cover mengalami kesulitan untuk meningkatkan pendapatan penjualan maka solusi yang diberikan sebagai strategi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi antara lain Memberikan penyuluhan tentang pengetahuan dasar *soft skill*, dan penyuluhan tentang strategi *digital marketing*. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah *Responsiveness* (ketanggapan), *Reliability* (keandalan), *Emphaty* (empati), *Asurance* (jaminan), *Tangibles* (bukti langsung). Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini telah tercapai 100% dan memberikan manfaat bagi karyawan dan perusahaan.

**Kata kunci :** *Soft Skill* Pelayanan Publik, *Digital Marketing*, penurunan penjualan.

### **ANALISIS SITUASI**

Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa layanan sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan atau pengguna. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan

pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Toko Taman Sari bed cover merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 1997 yang beralamat di jln.raya Guwang, kecamatan Sukawati, Gianyar-Bali. Toko ini menjadi perusahaan produksi *bed cover* yang menyediakan kualitas terbaik untuk konsumen baik di indonesia maupun internasional,Produk

yang di jual mulai dari bed cover, spreid dan ada beberapa produk lain juga seperti sarung pantai dan sarung bantal kursi. Dan saat ini toko Taman sari bed cover memiliki 2 orang karyawan.

Pada era globalisasi perusahaan berlomba lomba menggunakan media digital sebagai media promosi atau penjualan produk. Dikarenakan banyaknya perusahaan sejenis yang bergerak dibidang penjualan bed cover, toko taman sari mengalami kesulitan untuk meningkatkan pendapatan penjualan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, permasalahan prioritas yang ada pada usaha Toko Taman Sari Bed Cover yaitu Kurangnya pemahaman karyawan mengenai pengetahuan dasar dan *soft skill* di bidang penjualan barang, serta kurang menggencangkan sosial media sebagai media promosi.

#### **PERUMUSAN MASALAH**

1. Kurangnya pemahaman karyawan mengenai pengetahuan dasar dan *soft skill* di bidang penjualan barang, serta cara menjelaskan kepada publik tentang produk yang dijual oleh taman sari bed cover sehingga berdampak pada pendapatan jasa.
2. Menurunnya tingkat penjualan dimasa ini karena kurang menggencangkan sosial media sebagai media promosi dan hanya memfokuskan pada satu aplikasi saja sehingga sasaran pemasarannya kurang luas.

Adapun solusi yang diberikan

untuk menanggulangi masalah yang ada di Toko Taman Sari Bed Cover:

1. Memberikan penyuluhan tentang pengetahuan dasar *soft skill* di bidang penjualan produk serta cara penyampaian komunikasi yang jelas dan sopan agar mudah di pahami oleh pelanggan.
2. Memberikan penyuluhan tentang strategi *digital marketing* serta membimbing dalam menggunakan aplikasi sosial media seperti *Instagram*, *Facebook*, dan *WhatsApp* sebagai media pemasaran.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan untuk menarik minat konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kenyamanan toko. Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Pramono, 2012:136). Sebuah perusahaan/ toko berpotensi meningkatkan pangsa pasar melalui pemenuhan tingkat kualitas pelayanan pelanggan, kualitas pelayanan merupakan sebuah perjanjian yang tersirat antara penyedia pelayanan pelanggan dan penerima jasa untuk saling menukar suatu nilai dengan nilai

yang lain, Chip R. Bell dan Bilijack (2013: 65). Adapun indikator kualitas pelayanan dapat di pahami dari beberapa pernyataan (Tjipto dan candra, 2019) sebagai berikut:

- 1) Keandalan (reliability),
- 2) Daya tanggap (Responsiveness),
- 3) Jaminan (assurance),
- 4) Empati (emphaty),
- 5) Bukti fisik (tangible)

Dimensi pengukuran kepuasan menurut Pasuraman dan Zeithaml (Simamora: 2012, 186), dalam melayani konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) *Responsiveness* (ketanggapan). yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
- 2) *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 3) *Emphaty* (empati) yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta pengetahuan untuk dihubungi.
- 4) *Asurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan bebas dari resiko.

Dalam laporan ini peningkatan kualitas pelayanan dan pemberian diskon atau potongan harga dilakukan dengan cara Pemberian penyuluhan

terkait dengan pelatihan kepada karyawan dan mengadakan promo-promo untuk menarik kembali minat konsumen pada toko Taman Sari Bed Cover.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemampuan dalam meningkatkan penjualan melalui edukasi soft skill di bidang penjualan produk dan penyuluhan tentang strategi *digital marketing* untuk meningkatkan jumlah konsumen telah berhasil dilakukan

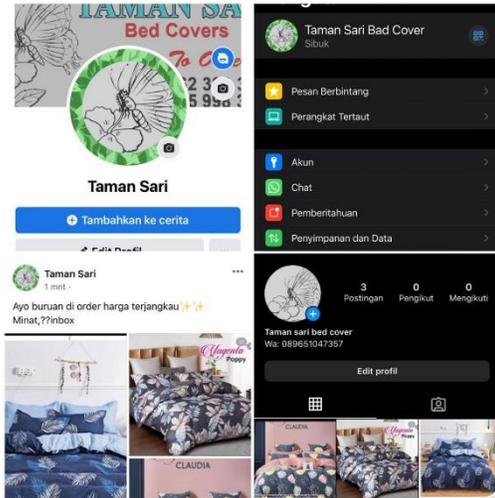


**Gambar 1.** Penyuluhan kepada mitra tentang *soft skill* di bidang pemasaran.



**Gambar 2.** Pendampingan kepada mitra dalam pembuatan akun social media

serta Penyuluhan tentang strategi digital marketing.



**Gambar 3.** Mitra mempunyai aplikasi social media sebagai sarana promosi digital.



**Gambar 4.** Pendampingan terhadap mitra dalam proses pemasaran dan menggunakan aplikasi *Google Drive* sebagai pengelola arsip digital.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan pengembangan *soft skill* serta *digital marketing* di Toko

Taman Sari bed cover sangat diperlukan di era globalisasi ini untuk meningkatkan pendapatan jasa dan memperluas pangsa pasar. Adapun program kerja yang dilakukan yaitu :

1. Memberikan pemahaman dan pelatihan mengenai *soft skill* di bidang penjualan produk.
2. Pembuatan media sosial bagi pemilik usaha untuk mempromosikan produknya.

Program kerja tersebut dapat diterima dengan baik oleh pemilik UMKM dan terdapat peningkatan dalam penjualan pada UMKM tersebut. Selain itu, pemilik juga sudah memahami pentingnya pemasaran digital melalui aplikasi *whatsapp*, *IG*, dan *Facebook* untuk usahanya.

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah terlaksana, maka dikemukakan saran yang kiranya bermanfaat sebagai berikut :

Diharapkan kepada pemilik UMKM Toko Taman Sari Bed Cover agar selalu memberikan pelayanan yang prima kepada publik, serta selalu melakukan promosi di media sosial agar lebih dikenal masyarakat luas. Untuk selanjutnya, diharapkan pemilik UMKM ini selalu rutin meng-*upload* postingan produknya pada media promosi digital melalui aplikasi *whatsapp*, *IG*, dan *Facebook* guna memperkenalkan produk ke masyarakat luas dan meningkatkan penjualannya.

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Putra, K. N., & Arifin, R. W. (2018). Sistem Informasi Penjualan Bedcover Berbasis Website. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 3(1), 13-22.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., ... & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Wirahadikusuma, Indra (2017) Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha produk Sprei Dan Bedcover Di Perusahaan Dianmanta. Diploma thesis, Universitas Komputer Indonesia.
- Winarno, S. H. (2010). Pengembangan Soft Skill Dan Hard Skill Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan. *Jurnal Cakrawala*, 10(2).
- Alma, Buchari. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Bell, C. R dan Bell, B. R. 2013. "Magnetic Service: 7 Rahasia Menciptakan Pelanggan Setia", San Francisco USA: Berret-Koehler Publishers, Inc.
- Rahayu, DWS. (2018). *Merek Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Make Over Di Kota Blitar*. *Jurnal Akuntabilitas*, (11) 2, 20-27.
- Simamora, Henry. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi ke 3. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Simamora, Henry. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management*. Andi. Yogyakarta.
- Wyckup. 2002. *Kualitas Pelayanan*. Jakarta.