

MENGGIATKAN PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA PANDEMI COVID-19 DI SROJA COFFEE

M. Doni Permana Putra^{1,*}, I Gusti Ngurah Agung Eka Teja Kusuma², Ida Ayu
Komang Tiara Pratistha Sari³, Yoga Wijaya⁴

^{1,2,3,4} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: donipermana@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 bukan hanya sekedar bencana kesehatan, Covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi. Tidak hanya industri besar, pandemi telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Tidak hanya UMKM yang bergerak di sektor produksi rumahan, mereka yang bergerak di bidang jasa, produk makanan pun dilaporkan mengalami penurunan omset yang signifikan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan meningkatkan penjualan dan promosi pada Sroja Coffee, antara lain: Memberikan pengarahan dan edukasi bagaimana cara mempromosikan produk dengan menggunakan media sosial dan membuat konten yang akan di posting melalui media sosial. Kemampuan mitra dalam mengkap arahan dan simulasinya pun sangat baik dan cepat memahami, sehingga kami pun dapat mencoba untuk memposting beberapa konten di sosial media. Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan dan dengan melihat perubahan positif yang terjadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang di programkan dan direncanakan telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Karyawan Sroja Coffee sudah dapat memahami semua arahan maupun pelatihan yang diberikan sehingga dalam pelaksanaan tugasnya dapat lebih maksimal lagi dibandingkan sebelumnya. Berdasarkan informasi yang diterima dari berbagai pihak, Adapun beberapa saran, antara lain: Memaksimalkan pemanfaatan teknologi, Kerja Sama tim agar lebih dijaga dan ditingkatkan lagi.

Kata kunci: UMKM, Media Sosial, Promosi

ANALISIS SITUASI

Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), antara lain dengan meningkatkan intelektualitas, keterampilan (*skill*) dan pengabdian mahasiswa melalui disiplin ilmu sebagai implementasi terhadap ilmu pengetahuan yang diterima dibangku kuliah agar mahasiswa dapat menjawab

tantangan zaman yang semakin pesat. Di tengah-tengah arus kompetisi yang semakin kuat maka perlu diadakan suatu kegiatan yang terencana, sistematis, dan aplikatif untuk melatih dan mendidik mahasiswa agar menjadi intelektual muda yang berkualitas dan tanggap terhadap masalah-masalah yang timbul di tengah-tengah kehidupan masyarakat dan mampu mencari solusinya. Dalam

merealisasikan dan mencapai tujuan tersebut di atas, maka program pengabdian mahasiswa terhadap masyarakat merupakan salah satu bagian dari kegiatan yang ada di Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Saat ini hampir seluruh Negara di Dunia sedang terpuruk dilanda bencana Pandemi Covid-19. Pandemi Covid-19 bukan hanya sekedar bencana kesehatan, Covid-19 ini telah menimbulkan kekacauan di sektor ekonomi (Nurjannah, 2021). Covid-19 diduga menyebar di antara orang-orang terutama melalui percikan pernapasan (droplet) yang dihasilkan selama batuk (Alodokter, 2021). Respon cepat penanggulangan penyebaran Covid-19 diperlukan, karena telah berdampak negatif pada perekonomian dan sektor kehidupan lainnya di masyarakat yang terdampak dengan adanya kasus Covid-19 (Budastra, 2020). Tidak hanya industri besar, pandemi Covid-19 telah membuat pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah. Tidak hanya UMKM yang bergerak di sektor produksi rumahan, mereka yang bergerak di bidang jasa, produk makanan pun dilaporkan mengalami penurunan omset yang signifikan.

PERUMUSAN MASALAH

Dari hasil analisis situasi yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan permasalahan - permasalahan yang dihadapi oleh Sroja Coffee yaitu, kurang efektifnya promosi dengan media sosial, dan kurangnya pengarahan dalam penjualan produk secara online menggunakan *E-Commerce* yang ada atau tersedia.

Hadirnya berbagai media sosial yang didukung dengan kekuatan internet dapat memudahkan dalam melakukan promosi. Pemanfaatan internet sebagai media promosi memiliki berbagai keunggulan dibandingkan dengan media lainnya yaitu dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, biaya yang lebih murah, dan jangkauan yang lebih luas serta tidak terbatas, (Puri, 2021).

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh perusahaan sasaran, dapat disusun sebuah program kerja yang dapat menjadi solusi dalam meningkatkan penjualan dan mengembangkan usaha dari perusahaan sasaran di masa pandemi covid-19 ini. Solusi yang mahasiswa pengabdian masyarakat berikan untuk kondisi saat ini yaitu:

1. Memberikan pengarahan atau pelatihan mengenai cara melakukan promosi di sosial media.
2. Memberikan pengarahan tentang penjualan produk secara online menggunakan *E-Commerce* yang ada atau tersedia.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan meningkatkan penjualan dan promosi pada Sroja Coffee, antara lain:

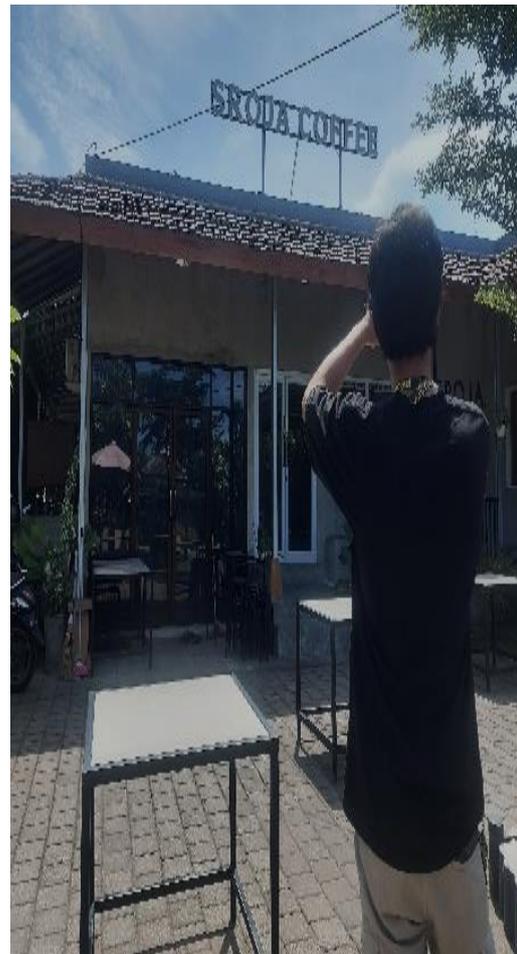
1. Memberikan pengarahan dan edukasi kepada masyarakat sasaran bagaimana cara mempromosikan produk dengan menggunakan media sosial dan membuat konten

- yang akan di posting melalui media sosial
2. Memberikan simulasi bagaimana cara meningkatkan promosi dan memasarkan produk dengan menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsaap (business), Tiktok, dan Facebook. Memberikan cara pembuatan konten pemasaran yang lebih menarik. Membuat perencanaan anggran keuangan untuk UMKM.
 3. Memberikan pendampingan kepada masyarakat sasaran dimana pendampingan ini untuk memberikan kesempatan bagi para pelaku UMKM untuk mempraktekan langsung ilmu yang sudah di sosialisasikan untuk menggunakan media sosial dan akan secara langsung digunakan untuk memasarkan produknya. Ikut membantu mempromosikan produk yang akan di pasarkan melalui media sosial.
 4. Tahapan terakhir dilakukan evaluasi kepada masyarakat sasaran tujuannya untuk mengetahui apakah masyarakat/pelaku UMKM sudah paham dan sudah mengerti cara yang sebelumnya sudah di sosialisasikan serta mengecek apakah cara ini dapat dijalani dengan baik oleh pelaku UMKM ini.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat ini memiliki tahapan, tahapan pertama dilakukannya pengecekan atau mendatangi tempat observasi terlebih

dahulu. Berdasrkan observasi yang saya lakukan pada awal kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar ini, yang menjadi sasaran utama saya dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Di Denpasar. Salah satu UMKM yang terdampak pandemi virus Covid-19 ini adalah Sroja Coffee.



Gambar 1. Dokumentasi Lokasi Kegiatan Masyarakat

Setelah mendatangi tempat observasi, saya melakukan wawancara dengan pemilik dari UMKM Sroja Coffee yaitu Bapak I Kadek Agus Suryasa dengan menanyakan bagaiman perkembangan dari bisnis usahanya dan bagaimana promosi yang dilakukan.



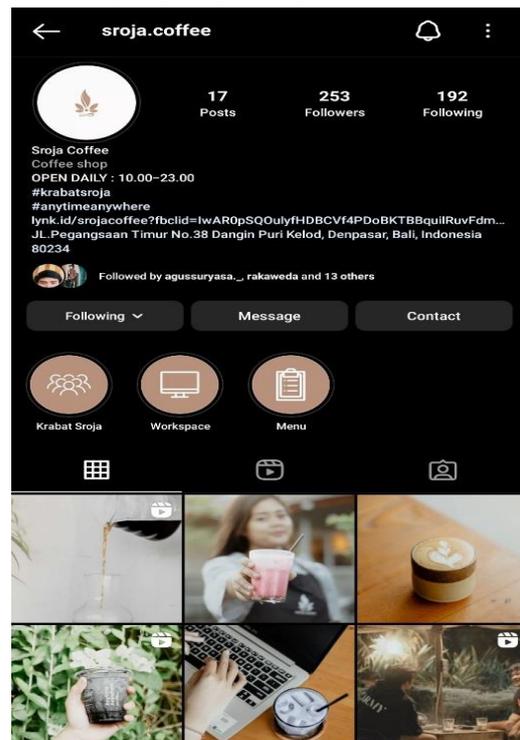
Gambar 2. Wawancara dengan pemilik usaha

Setelah melakukan wawancara saya memberikan edukasi tentang bagaimana marak dan efektifnya melakukan kegiatan promosi produk dengan menggunakan media sosial dan melakukan kerja sama dengan beberapa *e-commerce* yang tersedia saat ini



Gambar 3. Mengarahkan tentang promosi melalui media sosial

Setelah melakukan edukasi, saya memberikan simulasi dan cara penggunaan social media. Yang pertama memberikan cara membuat konten menarik dan feeds yang akan diposting di social agar dapat menarik perhatian konsumen yang melihat social media dari Sroja Coffee. Social media yang akan digunakan seperti Instagram, Facebook (Market place), Whatsapp (Bussines), Line (Bussines), dan juga pembuatan website profil perusahaan (Company Profile). Dalam tahapan ini mitra kami sangat antusias mengikuti arahan yang saya berikan. Kemampuan mitra dalam mengkap arahan dan simulasinya pun sangat baik dan cepat memahami, sehingga kami pun dapat mencoba untuk memposting beberapa konten di sosial media berikut beberapa konten yang di posting:



Gambar 4. Pembaharuan akun sosial media perusahaan dan mengunggah konten produk

Setelah UMKM di tempat saya melakukan observasi mengikuti edukasi yang saya sampaikan dan mengikuti untuk lebih menggiatkan promosi melalui media sosial. Saya beserta pemilik Sroja Coffe Bapak I Kadek Agus Suryasa melakukan evaluasi terhadap kegiatan promosi yang diterapkan pada UMKM Sroja Coffee tersebut melalui media sosial.



Gambar 5. Melakukan tahap evaluasi akhir

Lalu pada tahap terakhir saya selaku pelaksana melakukan evaluasi akhir. Dalam evaluasi ini karyawan sudah mampu melaksanakan program kerja yang saya sosialisasikan dan mendapatkan hasil setiap minggu beberapa konsumen datang untuk berbelanja dan mengaku melihat dari media sosial yang telah kami posting sebelumnya. Lalu dengan menginovasi menu dan kemasan minuman terbaru, banyak konsumen yang tertarik untuk memesan atau mengabadikan lalu

memposting kemasan minuman tersebut ke media sosial. Dengan itu konsumen memberikan feedback secara tidak langsung terhadap produk yang kami jual.

Tidak lupa juga Bapak I Kadek Agus Suryasa mengucapkan terimakasih atas bantuan solusi yang diberikan dalam Program Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan dan dengan melihat perubahan positif yang terjadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang di programkan dan direncanakan telah berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Karyawan Sroja Coffee sudah dapat memahami semua arahan maupun pelatihan yang diberikan sehingga dalam pelaksanaan tugasnya dapat lebih maksimal lagi dibandingkan sebelumnya.

Berdasarkan informasi yang diterima dari berbagai pihak, Adapun beberapa saran, antara lain:

1. Memaksimalkan pemanfaatan teknologi
2. Kerja Sama tim agar lebih dijaga dan ditingkatkan lagi
3. Komunikasi antara karyawan Sroja Coffee dengan pelanggan harus ditingkatkan lagi untuk menghindari terjadinya *miss communication*

DAFTAR PUSTAKA

UNMAS, L. (2022). Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Alternatif Peduli Bencana Pandemi Covid-19. Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Ana Suci Nur. 2020. *Laporan Kegiatan Kuliah Kerja Nyata*.
https://sipadu.isi-ska.ac.id/mhsw/laporan/laporan_6608200913204448.pdf

Al Hakim, R. R. (2021). Pencegahan penularan Covid-19 berbasis aplikasi Android sebagai implementasi kegiatan KKN tematik Covid-19 di Sokanegara Purwokerto Banyumas. *Community Engagement and Emergence Journal (CEEJ)*, 2(1), 7-13.

Alodokter. 2021. Virus Corona. <https://www.alodokter.com/virus-corona>. Diakses tanggal 10 Agustus 2022.

Handayani, S. 2021. KKN-T UMKM 2022 Kelompok 09 UNIPMA. Diakses pada 12 September 2022, dari <https://www.kompasiana.com/srihandayani0822/6235cbad80a65a6e3b50f523/kkn-t-umkm-2022-kelompok-09-unipma>.

Nurjannah, S. (2021). Analisis Pengawasan Perpajakan UMKM Selama Masa Pandemi Covid-19 yang Terdaftar di Website Dinas Koperasi dan UMKM Kota Medan.

Pintek, P. 2021. Media Promosi Untuk Pemasaran Online dan Dampak Positifnya Untuk Bisnis. Diakses pada 10 September 2022, dari <https://pintek.id/blog/media-promosi-untuk-pemasaran-on>