

STRATEGI PROMOSI DI KKP BALI TAX WORLD BATUBULAN GIANYAR PASCA COVID-19

Yenny Verawati^{1,*}, Ni Putu Inten Leoni²

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

*Email: yenny_verawati@unmas.ac.id

ABSTRAK

Usaha perpajakan adalah suatu usaha yang diyakini sebagai salah satu bentuk usaha yang memiliki prospek yang bagus. Keberhasilan dalam usaha perpajakan tidak hanya ditentukan oleh jumlah nasabah/klien, tetapi juga ditentukan oleh kemampuan meningkatnya pertumbuhan dan kepuasan nasabah terhadap hasil kerja yang diberikan. Dampak COVID-19 memberikan dampak yang sangat besar terhadap ekonomi, sosial, dan sektor lainnya. Dampak sangat mempengaruhi prospek perekonomian khususnya bagi para pemilik usaha kecil atau UMKM. Bali Tax World merupakan Kantor Konsultan Pajak yang bergerak di bidang peyanaan jasa perpajakan yang bertempat di Permata River Side Residence Blok A No. 1, Batubulan, Kec. Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali 80237. Usaha Konsultan Pajak ini merupakan salah satu usaha yang merasakan dampak dari covid-19, selain itu pesatnya persaingan dengan kondisi saat ini atau kondisi dimana banyaknya KKP yang baru buka menjadi faktor utama sulitnya mendapatkan klien/nasabah yang mengakibatkan kurang berkembangnya KKP Bali Tax World. Untuk mencegah hal tersebut adapun kegiatan yang dilakukan adalah: 1) strategi promosi yang menarik melalui sosial media. 2) pembuatan foto/video yang menarik dengan memperlihatkan keunggulan Bali Tax World. 3) pembuatan brosur dan memperkenalkan Bali Tax World kepada warga sekitar.

Kata Kunci: COVID-19, Strategi, Sosialisasi dan Evaluasi.

ANALISIS SITUASI

Program Pengabdian Masyarakat merupakan suatu kegiatan membantu masyarakat dalam beberapa aktivitas. Program Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sumber Daya Manusia yang baik merupakan kunci untuk keberhasilan atau kesuksesan terlaksananya Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Untuk meningkatkan penghasilan perlu dilakukan promosi usaha yang dianggap mampu memberikan dampak yang baik terhadap jalannya suatu usaha. Dampak pandemi covid yang terjadi 2 tahun lalu memberikan dampak positif dan negatif untuk sebuah usaha. Indonesia yang didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) perlu diberikan perhatian khusus karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional cukup besar.

Bali Tax World merupakan Kantor Konsultan Pajak yang bergerak di bidang peyanaan jasa perpajakan yang bertempat di Permata River Side Residence Blok A No. 1, Batubulan, Kec. Sukawati, Kabupaten Gianyar, Bali 80237. Usaha Konsultan Pajak ini merupakan salah satu usaha yang merasakan dampak dari covid-19, selain

itu pesatnya persaingan dengan kondisi saat ini menjadi faktor utama sulitnya mendapatkan klien/nasabah yang mengakibatkan kurang berkembangnya KKP Bali Tax World. Bali Tax World mengalami penurunan jumlah klien dimana menyebabkan penurunan omset yang didapatkan. Jasa merupakan hal yang menjadi patokan utama dalam KKP.

Mencegah hal tersebut maka perlu dilakukan promosi dalam menarik klien agar berminat menggunakan jasa layanan yang Bali Tax World berikan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi diatas, maka diperoleh identifikasi permasalahan mitra sebagai berikut:

1. Kurangnya pemanfaatan media social sebagai alat bantu untuk meningkatkan jumlah klien
2. Kurangnya pembuatan video ataupun foto yang menarik untuk menyakinkan para pengusaha agar mau bekerja sama dengan Bali Tax World.
3. Perlunya pembuatan brosur yang bertujuan memperkenalkan Bali Tax World dan menyebarkan brosur ke masyarakat sekitar

Beranjak dari hasil observasi tersebut, berarti topik yang relevan diangkat adalah penanggulangan dampak ekonomi dan social akibat COVID-19 dengan membuat kegiatan: Strategi Promosi di KKP Bali Tax World Batubulan Gianyar pasca Covid-19

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan masalah yang diambil dari hasil oservasi maka ada beberapa solusi yang dapat diberikan terkait berdasarkan uraian permasalahan diatas, maka solusi yang diberikan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini sebagai berikut:

1. Memberikan pengarahan mengenai pemanfaatan social media dan pembuatan akun media social sebagai alat bantu untuk meningkatkan jumlah klien agar ingin bekerjasama dengan Bali Tax Word. Promosi bisa dilakukan di media social seperti Instagram, web, dan juga Facebook yang diharapkan mampu memperluas pelayanan KPP Bali Tax Word dan terkenal tidak hanya di Bali tetapi di Nusantara.
2. Memberikan pengarahan dan juga contoh pembuatan foto atau video yang bagus dan juga menarik agar meyakinkan pengusaha bahwa KPP Bali Tax World layak bekerja sama dengan mereka
3. Melakukan pembuatan brosur dan menyebarkan brosur yang berisi informasi mengenai apa itu KKP Bali Tax Word dengan menonjolkan kualitas KKP Bali Tax World untuk membuktikan bahwa kinerja Bali Tax World cepat dan tepat, sehingga akan menjadi daya tarik Bali Tax World.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan Strategi Promosi di KKP Bali Tax World Batubulan Gianyar pasca Covid-19 yaitu:

1. Upaya yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan seperti menurunnya atau berkurangnya jumlah klien Bali Tax World yaitu dengan cara membuat atau melakukan pemasaran/promosi melalui akun media sosial. Upaya ini dilakukan guna untuk memperluas jaringan penyedia jasa KKP Bali Tax World guna meningkatkan jumlah klien sehingga omset yang didapat juga akan meningkat. Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam pembuatan akun social media yaitu:
 - Pada tahap diskusi dan juga persiapan kegiatan yang dilakukan adalah mengumpulkan informasi mengenai masalah yang dihadapi Bali Tax World saat ini. Dari pengumpulan informasi dapat diberikan solusi yang diperkirakan mampu untuk mengurangi ataupun menyelesaikan permasalahan yang dihadapi perusahaan.
 - Pelaksanaan
Pada tahap ini, solusi yang diberikan akan diimplementasikan ke dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada Bali Tax World. Solusi yang diberikan tersebut berupa pembuatan akun media sosial seperti Instagram dan juga facebook.
 - Evaluasi
Pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai harapan atau belum. Dan jika belum sesuai dengan yang diinginkan akan dilakukan suatu perbaikan jika diperlukan.
2. Dalam upaya menarik perhatian para investor agar ingin bekerja sama dengan Bali Tax World diperlukan foto atau video yang menarik perhatian. Dalam dunia usaha tidak hanya di dunia fashion dan juga kuliner, suatu perusahaan jasa seperti KKP juga memerlukan foto atau video yang menarik perhatian orang banyak. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal mengenai kinerja yang dilakukan dan juga membuat para pengusaha yakin untuk memilih Bali Tax World sebagai KKP pilihannya.
3. Dalam dunia persaingan pasti perlu usaha yang banyak untuk mendapatkan suatu perhatian orang banyak. Dalam perusahaan jasa seperti KKP ini diperlukan strategi dimana dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat/investor bahwa kinerja Bali Tax World sangat cepat dan juga tepat. Ini akan menimbulkan promosi secara tidak langsung dari mulut ke mulut yang menyebabkan secara tidak langsung Bali Tax World akan dikenal oleh orang banyak dan secara tidak langsung mampu bersaing dengan sangat baik. Hal ini menyebabkan bertambahnya jumlah klien Bali Tax World sehingga omset yang didapat juga akan meningkat.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Pemahaman masyarakat mengenai KKP Bali Tax World yang kurang merupakan salah satu hal yang menyebabkan sulitnya mendapatkan nasabah di masa saat ini, ditambah dengan banyaknya Kantor Konsultan Pajak baru yang buka. Disamping itu promosi yang dilakukan di media sosial seperti di Instagram dan Facebook juga merupakan hal yang penting untuk menarik minat nasabah agar ingin

bekerja sama dengan Bali Tax World dengan memperlihatkan keunggulan Bali Tax World melalui foto-foto yang menonjolkan keunggulan dari Bali Tax World.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tidak terlepas dari faktor pendukung dan faktor penghambat yang terjadi didalam melaksanakan kegiatan ini.

Adapun faktor pendukung dari keberhasilan kegiatan ini yaitu:

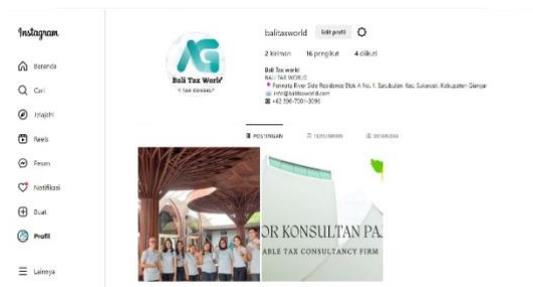
1. Manager dan Manager Partner Bali Tax World sangat mendukung penuh kegiatan yang dilakukan.
2. Kekompakan, kerja sama dan juga koordinasi yang baik dengan pihak yang terlibat.

Adapun salah satu faktor yang menjadi penghambat diantaranya yaitu:

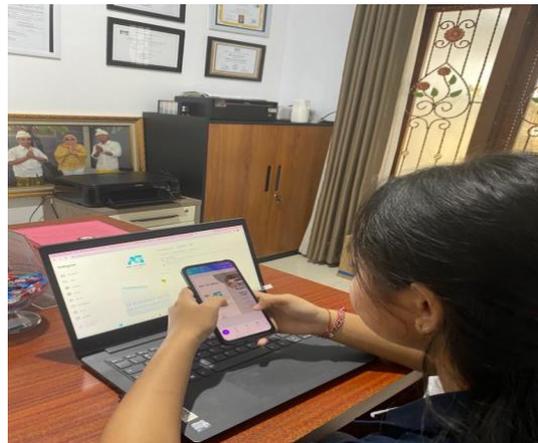
1. Sulit untuk menyakinkan kepercayaan masyarakat bahwa Bali Tax World merupakan Kantor Konsultan Pajak yang sangat profesional dengan kinerja yang sangat baik
2. Adanya sikap keragu-raguan para nasabah terhadap KKP Bali Tax World di tengah banyaknya persaingan KKP yang ada.



Gambar 1. Pembuatan akun *instagram*



Gambar 2. Akun media sosial selesai, dilanjutkan dengan melakukan promosi dan memperkenalkan Bali Tax Word melalui social media



Gambar 3. Pembuatan brosur Bali Tax World



Gambar 4. Melakukan promosi dengan tatap muka langsung terhadap masyarakat



Gambar 5. Hasil promosi yang dilakukan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di KKP Bali Tax World Gianyar dengan membantu dalam pembuatan akun serta mempromosikan Bali Tax World melalui media sosial seperti instagram yang bertujuan untuk memperluas target pemasaran guna meningkatkan jasa yang menurun akibat pandemi COVID-19 dan banyaknya persaingan yang ada. Serta program kerja pembuatan foto yang menarik bertujuan untuk meningkatkan minat pengusaha agar ingin bekerja sama dengan Bali Tax World. Pembuatan brosur dan juga mempromosikan Bali Tax World secara langsung melalui tatap muka juga dilakukan guna untuk menarik perhatian pengusaha dan memperkenalkan Bali Tax Word kepada banyak masyarakat.

Strategi promosi merupakan suatu hal yang sangat penting dan berpengaruh terhadap jasa dan penjualan pada suatu bisnis atau usaha. Dan salah satu strategi pemasaran yang bisa dilakukan perusahaan adalah melakukan pemasaran melalui media sosial. Jadi, pemasaran produk melalui media sosial atau online sangat penting dan perlu ditingkatkan bagi perusahaan. Selain praktis, media sosial juga sangat digemari oleh kalangan masyarakat sehingga memudahkan perusahaan dalam memperluas pemasaran dengan memperkenalkan keunggulannya melalui media sosial. Kemudian pembuatan foto yang menarik juga merupakan hal yang penting dalam dunia bisnis. Selain promosi secara online, promosi yang dilakukan secara tatap muka juga merupakan hal yang penting dilakukan untuk lebih meyakinkan nasabah terhadap usaha yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, Malayu. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.
- Indika, D., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram sebagai Sara Promosi untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 25-32.
- Kasmir & Jakfar. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Cetakan ke Delapan. Jakarta: Kencana.
- LPPM. 2022. *Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana COVID19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Nur, M. (2021). Kebijakan Balai Latihan Kerja dalam Usaha Peningkatan Kualitas Tenaga Kerja Pada MAsa Pandemi COVID -19. *Jurnal Bina Ketenagakerjaan*, 2(2), 81-96.

Puspaningtyas, M. (2011). Analisis Strategi Pemasaran Jasa. *Jurnal Dinamika Dotcom*, 57-75.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 71-80.