

PENGOPTIMALAN PEMASARAN PRODUK MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT. BALI CAKRA KUSUMA

Ni Luh Nyoman Sherina Devi^{1,*}, I Gusti Ayu Made Agung Mas Andriani²,
Kd Yona Agustini³

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

²Universitas Tabanan, Bali 82121, Indonesia

*Email: sherinadevi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pasca pandemi Covid-19 terjadi penurunan penjualan pada PT. Bali Cakra Kusuma. Hal ini berbeda dengan saat pandemi Covid-19 ketika terjadi peningkatan penjualan karena masyarakat harus lebih ekstra untuk menjaga ketahanan daya tubuh dengan asupan vitamin agar terhindar dari virus Covid-19. Salah satu permasalahan yang terungkap dari hasil observasi di PT. Bali Cakra Kusuma saat ini yaitu terjadi penurunan penjualan yang mengakibatkan banyaknya stok barang lama. Melihat kondisi tersebut, Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar hadir membawa misi untuk membantu perusahaan. Hasil yang telah dicapai dalam program ini yaitu pembuatan akun media sosial dan pembuatan program promo *bundling product* yang menarik. Kegiatan pengabdian masyarakat dengan program kerja pengoptimalan pemasaran produk PT. Bali Cakra Kusuma yang dilakukan secara keseluruhan berjalan dengan baik dan lancar.

Kata Kunci: *Bundling Product*, *Digital Marketing*, Media Sosial, Strategi Pemasaran.

ANALISIS SITUASI

Pasca pandemi Covid-19 terjadi penurunan penjualan pada PT. Bali Cakra Kusuma. Kondisi ini berbeda dengan saat pandemi Covid-19 ketika justru terjadi peningkatan penjualan karena masyarakat dihimbau untuk lebih menjaga ketahanan daya tubuh, seperti dengan asupan vitamin agar terhindar dari virus Covid-19. Salah satu permasalahan yang terungkap dari hasil observasi di PT. Bali Cakra Kusuma saat ini, yaitu tingkat penjualan yang menurun sehingga mengakibatkan banyaknya stok barang lama yang menumpuk.

Strategi pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu di bidang pemasaran barang dan jasa (Untari dan Fajariana, 2018). Pergeseran menuju dunia digital secara perlahan telah mempengaruhi segala aspek kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk pemasaran. Tren pemasaran di Indonesia pun mulai beralih kepada media digital atau kini lebih dikenal dengan *digital marketing* (Agustina dan Lahindah, 2019). Pemasaran melalui media digital yang memanfaatkan taktik promosi dari internet utamanya media sosial ditaksir mampu memaksimalkan nilai penjualan lebih luas (Nurani, 2021).

Media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* merupakan media yang populer di masyarakat Indonesia, sehingga dinilai cocok untuk digunakan dalam strategi

pemasaran. Pada permasalahan PT. Bali Cakra Kusuma, terjadi penumpukan stok barang lama, sehingga perusahaan mencoba mengoptimalkan target pasar pada masyarakat umum dengan cara memanfaatkan media sosial seperti *Facebook* dan *Instagram* untuk mengoptimalkan strategi pemasaran secara *online*.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan, diperoleh permasalahan yang terjadi di PT. Bali Cakra Kusuma yaitu:

- 1) Strategi promosi yang hanya dilakukan saat melakukan pengiriman obat *customer* sehingga jangkauan promosi kurang luas.
- 2) Kesulitan dalam mengatur keluar masuknya barang karena banyaknya stok barang lama yang sulit terjual.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang dialami oleh mitra yaitu PT. Bali Cakra Kusuma sesuai dengan prioritas permasalahannya, berikut beberapa solusi yang dapat diberikan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi antara lain:

- 1) Memperluas pemasaran *online* dengan membuat akun di media sosial, seperti *instagram* dan *facebook*.
- 2) Membuat promo menarik seperti *bundling* produk yang laku dengan produk yang sulit terjual dan mempromosikan pada sosial media

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan untuk kegiatan pengoptimalan pemasaran produk PT. Bali Cakra Kusuma yaitu:

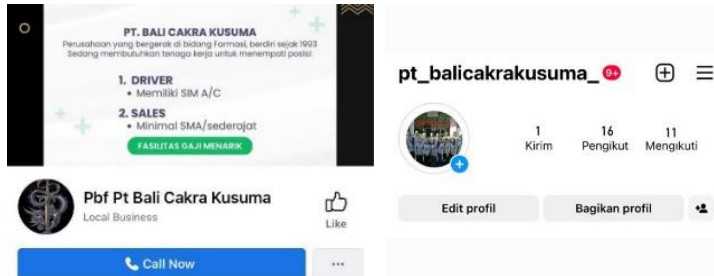
- 1) Metode diskusi, dilakukan untuk mengetahui masalah yang ada dan berusaha untuk memecahkan atau mencari jalan keluar untuk masalah tersebut.
- 2) Metode pendampingan, dilakukan untuk lebih memberikan pengarahan terhadap pengusaha dalam pembuatan dan pemeliharaan akun media sosial agar pengusaha terlatih dalam memasarkan produknya di berbagai *platform* sosial media dan pembuatan promo yang menarik.
- 3) Program evaluasi yang bertujuan untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan sudah selesai harapan atau belum sehingga apabila belum sesuai harapan dapat diperbaiki dan disempurnakan lagi.
- 4) Program keberlanjutan bertujuan untuk memantau kegiatan yang sudah dilakukan agar tetap dilanjutkan lagi oleh mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat dengan program kerja pengoptimalan pemasaran produk PT. Bali Cakra Kusuma dilakukan secara keseluruhan berjalan dengan baik dan lancar. Hal ini terbukti dengan tercapainya program yang telah dilaksanakan. Program kerja yang telah tercapai antara lain:

- 1) Membuat akun media sosial *instagram* dan *facebook*

Kegiatan diawali dengan membuat akun *instagram* dan *facebook*, lalu memberikan pelatihan cara penggunaannya. Dengan pembuatan akun media sosial, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran melalui *online* sehingga dapat meningkatkan penjualan PT. Bali Cakra Kusuma.



Gambar 1. Pembuatan akun sosial media *instagram* dan *facebook*

- 2) Pembuatan promo menarik untuk produk yang sulit terjual dan mempromosikannya di media sosial

Kegiatan diawali dengan membuat promo menarik dan mempromosikannya di media sosial. Dengan pembuatan promo menarik, diharapkan barang yang sulit terjual dapat segera terjual sehingga tidak terjadi penumpukan barang lama di gudang.



Gambar 2. Pembuatan promo menarik dan mempromosikan di sosial media

Adapun faktor pendukung dari keberhasilan dalam kegiatan ini adalah:

- 1) Pimpinan, apoteker penanggung jawab, dan seluruh karyawan PT. Bali Cakra Kusuma yang mendukung penuh kegiatan ini.
- 2) Tersedianya fasilitas yang memadai seperti jaringan *wifi* sehingga mempermudah dalam membuat akun dan promosi melalui sosial media.

Sedangkan faktor penghambat kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis obat yang dapat dipromosikan secara *bundling* hanya vitamin, dikarenakan terdapat obat-obatan yang tidak diperbolehkan untuk diperjualbelikan secara bebas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengoptimalan pemasaran produk PT. Bali Cakra Kusuma membantu mitra sasaran dalam pemasaran produk melalui media sosial, hal ini dapat memperluas target pasar sehingga mitra dapat meningkatkan penjualan. Selain itu manfaat lain yang di dapat mitra adalah terjualnya stok barang lama sehingga tidak ada lagi produk lama yang menumpuk di gudang, sehingga mempermudah karyawan dalam mengatur keluar masuknya barang. Program kerja yang dilaksanakan dapat berjalan dengan baik dan sesuai rencana.

Saran yang diberikan kepada PT, Bali Cakra Kusuma agar pemasaran produk melalui media *online* lebih ditingkatkan guna untuk memperluas pemasaran. Kemudian untuk pengadaan promo-promo menarik alangkah baiknya bisa dikembangkan lagi kedepannya, sehingga dapat menarik minat *customer* untuk berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I. dan Lahindah, L. 2019. Analisis Strategi Pemasaran Melalui Sosial Media Pada Pt. Esa Kreasio Sportindo. *Journal of Accounting and Business Studies*, Vol. 4, No. 1.
- Assauri, S. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nurani, D. R. (2021). Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Peningkatan Penjualan Jesse Factory Tulungagung. *Jurnal Benefit*, Volume 8 No. 2.
- Rakhmawati, A., 2018, Pengaruh Promosi Menggunakan Media Sosial Intagram Serta Pengaruhnya Terhadap Volume Penjualan Pada Restoran Fish and Fam Malang, Skripsi dipublikasikan, Fakultas Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan, Universitas Brawijaya, Malang.
- Rahmawati, 2016. *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Untari, D. dan Fajariana, D. E. 2018. Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Widya Cipta*, Volume 2 No. 2.