

PENYUSUNAN STRATEGI PROMOSI DAN STRATEGI TARGET PENJUALAN DALAM PENGEMBANGAN PERUSAHAAN CV. CMS PRIORITY

Ary Wira Andika^{1,*}, Ni Putu Eka Liliana Srophi²

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

*Email : arywira@unmas.ac.id

ABSTRAK

Strategi promosi adalah suatu cara yang digunakan oleh perusahaan secara berkesinambungan untuk memikat atau memenangkan persaingan pasar secara berkala dan berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. CV. CMS Priority merupakan Persekutuan Komanditer yang secara resmi berdiri sendiri pada 13 November 2021. CV. CMS Priority berkedudukan di Jalan Gunung Patas I No. 5, Denpasar – Bali. Berdasarkan hasil analisa, permasalahan yang dialami pada CV. CMS Priority yaitu kurangnya pelaksanaan promosi atau branding yang dilakukan untuk memikat para pelanggan dalam platform aplikasi Kerjasama. Dengan kekurangan ini, maka CV. CMS Priority belum maksimal dalam pencapaian tingkat penjualan yang diharapkan. Dengan promosi yang baik serta menarik maka dapat menunjang penjualan perusahaan serta dapat menggapai seluruh target sasaran yang dituju.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Pemasaran, *Sales*.

ANALISIS SITUASI

Kurang maksimalnya penyusunan strategi promosi yang dilakukan dalam perusahaan maka akan sangat berpengaruh bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam bidang usaha penjualan *e-commerce*, promosi atau branding menjadi pokok utama yang harusnya di dorong, karena ini merupakan salah satu factor utama yang akan menunjang jalannya perusahaan. Menurut penulis, strategi penjualan ini memberikan dampak signifikan bagi tingkat penjualan yang menjadi harapan bagi perusahaan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisa dari CV. CMS Priority, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi, yaitu: kurangnya penyusunan strategi promosi, penjualan dan branding yang dilakukan oleh perusahaan. Dari permasalahan yang terjadi, maka ini memotivasi penulis untuk mengatasi permasalahan dengan pembuatan konsep penyusunan strategi promosi yang menarik.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam hal ini yang menjadi solusi adalah ide-ide kreatif yang diberikan untuk pembuatan konsep promosi yang menarik. Penyusunan konsep promosi ini dibuat

dengan mengadakan event dalam platform aplikasi Kerjasama. *Event* ini bisa berupa *event cashback* yang dapat memikat pengguna (*user*) agar memilih saluran pembelian *coin digital* dengan *agent seller* ini. Selain itu, dapat juga membuat pamflet menarik untuk memikat para pengguna dan dapat membantu penyebaran informasi seperti penawaran-penawaran yang menarik dari *agent seller* ini. Konsep ini pastinya sangat efektif menunjang tingkat penjualan perusahaan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat tentang penyusunan strategi promosi dan strategi target penjualan dalam pengembangan perusahaan CV. CMS Priority ini yang pertama dilakukan melalui media Observasi dengan mengamati dan mencatat secara sistematis permasalahan-permasalahan yang ada di CV. CMS Priority. Kedua, *Soft program* merupakan kegiatan yang bersifat sosialisasi kepada pegawai. Ketiga, *Hard program* merupakan kegiatan yang bersifat kegiatan riil bersama pegawai. Keempat, melakukan evaluasi di perusahaan untuk mengetahui tingkat penerapan program kerja yang telah dilaksanakan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil yang didapat adalah semakin stabilnya tingkat penjualan yang dicapai perusahaan. Ini membuktikan bahwa strategi promosi yang menarik dapat mempengaruhi *branding agent seller* dan memikat para calon pelanggan atau para pengguna aplikasi kerjasama untuk memilih saluran *agent seller* ini.

Adapun faktor yang mendukung keberhasilan dalam kegiatan ini, direktur utama yang mendukung kerjasama program pengabdian masyarakat ini dan memberikan wadah bagi mahasiswa untuk belajar dan berkembang bersama. Para pegawai yang berkoordinasi dengan baik serta fasilitas yang mendukung.

Sedangkan untuk faktor penghambat kegiatan ini adalah keterbatasan bahasa karena pengguna aplikasi ini adalah seluruh ASIA. Jadi, karena keterbatasan bahasa yang dikuasai, perusahaan kurang maksimal untuk memikat pelanggan dari luar jangkauan.

KESIMPULAN DAN SARAN

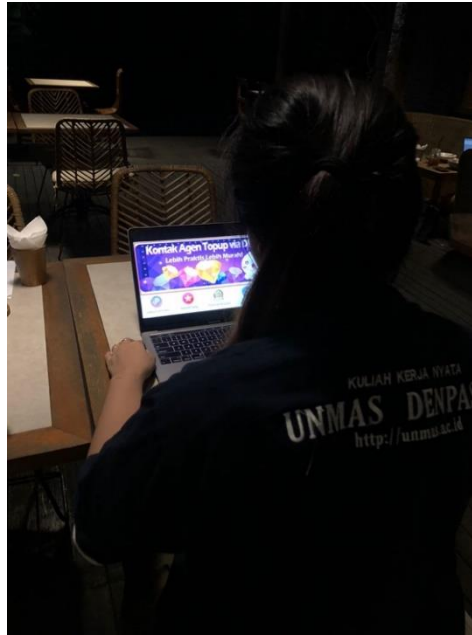
Kegiatan pengabdian masyarakat angkatan 46 periode I tahun 2023 dengan sasaran tempat saya bekerja yaitu di CV. CMS Priority berjalan dengan lancar sesuai dengan apa yang direncanakan dalam matrik program kerja pengabdian masyarakat.

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini yang pertama, penyusunan strategi promosi online. Kedua, penyusunan strategi penjualan untuk meningkatkan target penjualan yang diharapkan perusahaan. Ketiga, melakukan branding agar semakin dikenal oleh para pengguna aplikasi.

Saran yang penulis dapat berikan kepada pegawai CV. CMS Priority untuk memberikan inovasi menarik untuk menunjang kelangsungan perusahaan.

HASIL DOKUMENTASI KEGIATAN

Berikut beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah kami lakukan pada perusahaan CV. CMS Priority.



Gambar 1. Pembuatan design promosi atau branding yang disebar di platform aplikasi.



Gambar 2. Pembuatan *event-event cashback* serta *crosscheck* pamphlet sebelum disebarluaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- LPPM. (2022). Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Program Studi Manajemen dan Akuntansi FEB Universitas Mahasaraswati Denpasar. Denpasar: LPPM Unmas Denpasar.
- Permadi, I. K. O., Widnyana, I. W., Sanjiwani, P. A. P., & Sari, I. G. A. S. P. (2023). Memaksimalkan Operasional, Disiplin Dan Efisiensi Waktu Dalam Bekerja Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Koka Kitchen And Bar Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 1(2), 1183–1188.