

MENINGKATKAN PEMASARAN SECARA *OFFLINE* MENGGUNAKAN BROSUR PADA PIZZARIA LUIGI'S HOT PIZZA

Ida Ayu Komang Tiara Pratistha Sari¹, Anak Agung Dwi Widyani^{2,*},
I Gusti Putu Eka Rustiana Dewi³, Ni Luh Putu Putri Artini⁴

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

*Email: dwiwyani@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat dengan judul Brosur Sebagai Media Promosi *Offline* Pada Pizzeria Luigi's Hot Pizza dilaksanakan untuk membantu pemasaran secara offline yang turut serta dibantu oleh staff Luigi's. Pelaksanaan pengabdian masyarakat dimulai dari membuat foto yang akan digunakan pada brosur yang mencangkup event – event yang ada pada Luigi's Hot Pizza. Kemudian membuat brosur yang semenarik mungkin. Terakhir adalah penyebaran brosur yang dibantu oleh staff Luigi's dimulai dari depan *restaurant*, lalu dilakukan sepanjang jalan Batu Mejan, dan terakhir disebarkan disepanjang jalan Batu Bolong. Hasil yang didapatkan dalam pengabdian ini adalah wisatawan yang tertarik berkunjung ke Luigi's Hot Pizza dan datang pada saat event dilaksanakan. Diketahui bahwa ada beberapa orang yang tinggal disekitar Luigi's tidak mengetahui mengenai Luigi's Hot Pizza sehingga dengan pengabdian masyarakat ini dapat membantu memperkenalkan Luigi's pada wisatawan atau masyarakat yang tinggal disekitar Canggu.

Kata Kunci: Brosur, Luigi's Hot Pizza, Canggu.

ANALISIS SITUASI

Pulau Bali sejak dahulu sudah dikenal akan daya tarik pariwisatanya. Semakin bertambahnya waktu, dapat dilihat banyak terjadi peningkatan pelaksanaan pembangunan objek-objek pariwisata. Potensi keindahan alam yang ada di Bali dikembangkan sebagai daya tarik masyarakat untuk produk dan pelayanan dalam berwisata. Berwisata merupakan aktivitas yang menjadi kebutuhan dasar masyarakat saat ini, baik di negara maju maupun berkembang. Oleh karena itu, perkembangan di sector pariwisata menuntut sarana penunjangnya berkembang yaitu sarana akomodasi, seperti akomodasi perhotelan, akomodasi transportasi, terutama akomodasi makan dan minum atau F&B. Akomodasi F&B adalah contoh bisnis yang menarik untuk dikembangkan karena makanan pada dasarnya merupakan kebutuhan pokok manusia. Wisatawan yang datang ke Bali selain wisatawan local juga terdapat wisatawan mancanegara. Hal ini mendorong tumbuhnya restoran – restoran yang menyediakan makanan asing, salah satunya adalah restaurant pizza. Selain dinikmati oleh wisatawan manca negara, pizza juga banyak digemari oleh wisatawan lokal karena memiliki rasa yang beraneka ragam, isian pizza yang menarik, dan menciptakan sensasi makan yang baru karena pizza bukan makanan yang berasal dari Indonesia. Pada umumnya pizza

di Italia dijual dipizzeria, yang berarti “toko pizza”. Ciri-ciri pizza yaitu memiliki diameter kurang lebih 30cm, dan adonan yang ditarik tipis (Erwin,2009).

Salah satu restaurant pizza yang ada di Bali adalah Luigi’s Hot Pizza yang terletak pada Jalan Batu Mejan, Canggu. Luigi’s Hot Pizza adalah sebuah pizza dan *party restaurant* yang menempati posisi teratas untuk pestanya pada hari senin di daerah canggu. Luigi’s juga terkenal dengan kualitas makanan dan minumannya yang memiliki gaya *Italia Classic* yang dikemas secara modern. Luigi’s juga memiliki bar yang menyediakan cocktail yang menarik dan menyegarkan, selain itu juga Luigi’s mensupport produk beer local dan wine local untuk venue mereka. Di Luigi’s, para staff melayani tamu dengan menjadikan tamu yang datang merasa menjadi bagian keluarga dari Luigi’s Hot Pizza sehingga mereka merasa nyaman menikmati waktu mereka di Luigi’s. Luigi’s Hot Pizza terkenal dengan pesta dan pertunjukkan DJ mereka yang dilaksanakan sebanyak tiga kali dalam satu minggu, yaitu ; Metto Monday untuk event pada hari senin, Club di Pasta untuk event pada hari rabu yang memberikan promo special untuk pasta dan wine, dan Crush Friday untuk event pada hari jumat. Pesta yang paling diminati oleh konsumen adalah pesta yang diselenggarakan pada hari senin karena sudah terkenal diantara pelanggan setia Luigi’s. Dan Luigi’s menambah event mereka pada hari rabu dan jumat yang memiliki lebih sedikit peminat. Selama ini pemasaran gencar dilakukan secara online melalui berbagai media social Luigi’s Hot Pizza. Jadi tidak memungkiri banyak wisatawan yang tidak mengikuti social media Luigi’s atau tidak mendapatkan iklan terkait Luigi’s sehingga event lain pada hari rabu dan jumat memiliki lebih sedikit pengunjung. Pengertian promosi menurut Swastha (2000: 222), promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang di buat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada Tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Dengan melihat kondisi tersebut, pengamat membantu melalui progam pengabdian masyarakat ini. Dilihat dari pengamatan di lapangan, maka dari itu saya tertarik untuk membantu dalam meningkatkan pemasaran secara offline dengan media brosur terutama pemasaran kepada wisatawan – wisatawan yang tinggal didaerah canggu. Degeng (1989: 142) menyatakan media adalah komponen strategi penyampaian yang dapat dimuati pesan yang akan disampaikan kepada pembelajar yang bisa berupa alat, bahan, dan orang.

PERUMUSAN MASALAH

Dari observasi dan analisis situasi diatas, rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya pemasaran secara *offline* terutama pada wisatawan yang tinggal didaerah canggu.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh mitra, berikut solusi yang dapat diberikan untuk menyelesaikan masalah yang di hadapi Luigi's Hot Pizza sesuai dengan normalitas permasalahan sebagai berikut :

1. Peningkatan pemasaran secara *offline* dengan membagikan brosur terkait event – event yang diadakan oleh Luigi's Hot Pizza terutama pada wisatawan yang tinggal di daerah canggu yang belum pernah datang ke Luigi's.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode pelaksanaan yang dilakukan dalam kegiatan pemasaran offline melalui penyebaran brosur yaitu :

1. Metode diskusi dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang tengah dihadapi oleh mitra Bersama dengan pimpinan dan staff perusahaan dan berusaha untuk memecahkan atau mencari jalan keluar sehingga permasalahan tersebut teratasi dengan baik.
2. Metode penyuluhan mengenai pentingnya juga pemasaran secara offline dengan brosur dan dari mulut – kemulut
3. Metode evaluasi bertujuan untuk melihat apakah kegiatan yang dilakukan sudah sesuai harapan sehingga apabila belum sesuai harapan dapat diperbaiki dan disempurnakan

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan

No	Waktu	Pelaksanaan
1	Selasa, 07 Maret 2023	Melakukan komunikasi dengan pimpinan perusahaan mengenai program kerja yang akan dilaksanakan berkaitan dengan pemasaran
2	Rabu, 08 Maret 2023	Pembekalan kepada mitra mengenai promosi secara offline dengan pembagian brosur
3	Senin, 20 Maret 2023	Membuat foto yang akan digunakan pada brosur
4	Selasa, 28 Maret 2023	Mulai menggarap brosur untuk pemasaran
5	Minggu, 02 April 2023	Menyebarkan brosur di depan Luigi's Hot Pizza
6	Kamis, 6 April 2023	Menyebarkan brosur disepanjang jalan Batu Mejan sampai ke Pantai Canggu

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dari seluruh kegiatan pengabdian masyarakat yang di laksanakan pada Luigi's Hot Pizza dengan program pemasaran offline dengan pembagian brosur telah berhasil ditingkatkan dengan mulai datangnya wisatawan yang tinggal / menginap disekitar canggu yang sebelumnya tidak mengetahui mengenai event yang diselenggarakan oleh Luigi's Hot Pizza.

Tabel 2. Realisasi Pencapaian Program Kerja

Jenis Proker	Spesifikasi kegiatan	Realisasi
Pembuatan brosur sebagai media pemasaran offline	1. Menyiapkan foto – foto yang akan digunakan pada brosur promosi	Terealisasi 100%
	2. Membuat design brosur yang menarik dan berisikan informasi yang harus diketahui oleh pelanggan potensial	Terealisasi 100%

-
- | | |
|--|------------------|
| 3. Melakukan penyebaran brosur kepada pelanggan potensial yang tinggal di sekitaran canggu | Terealisasi 100% |
|--|------------------|
-

PARTISIPASI KARYAWAN

Partisipasi karyawan dalam kegiatan pengabdian masyarakat Brosur Sebagai Media Pemasaran Offline Pada Pizzeria Luigi's Hot Pizza sangat tinggi. Mereka turut serta memberikan masukan dan saran mengenai program kerja apa yang akan dilaksanakan. Pelaksanaan program kerja juga selalu didampingi dan diawasi oleh pimpinan restaurant. Pada saat penyebaran brosur juga dibantu oleh beberapa karyawan dari Luigi's Hot Pizza.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada Luigi's Hot Pizza sudah berjalan dengan baik dan lancar. Pemasaran offline tentunya tetap diperlukan saat ini walaupun pemasaran secara online lebih mudah untuk dilakukan. Tidak memungkiri masih banyak orang yang tidak menerima informasi maupun iklan yang dipasarkan melalui online. Melalui pengabdian masyarakat ini mampu menyampaikan informasi secara offline dan mendetail mengenai Luigi's Hot Pizza pada wisatawan maupun masyarakat yang tidak mengetahui mengenai Luigi's Hot Pizza terutama yang tinggal didaerah sekitaran Canggu.

SARAN

Semoga dengan kemajuan yang telah dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilanjutkan oleh para karyawan Luigi's Hot Pizza sehingga kedepannya membuahkan hasil yang lebih baik lagi yang tentunya akan berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- M. Yudha Miranda, (2012 November 22) Pengertian Pizza <http://myudhamiranda100596.blogspot.com/2012/11/pengertian-pizza-pizza-pits-adalah.html>.
- Sri Raharjo E.E, Endang. (2019). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Terciptanya Prosuk Pizza Yang Berkualitas Di Tune Restaurant Surabaya. *Jurnal Akademi Pariwisata Majapahit*, 5(1), pp. 42-53.
- Luigi's Hot Pizza https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review-g311298-d12932492-Reviews-Luigi_s_Hot_Pizza_Bali-Canggu_North_Kuta_Bali.html
- Gabriella Wijaya, Yana. "Luigi's Hot Pizza Tempat Nongkrong dan Makan Pizza di Canggu" [amp.kompas.com. https://amp.kompas.com/travel/read/2019/11/13/203000027/luigi-s-hot-pizza-tempat-nongkrong-dan-makan-pizza-di-canggu](https://amp.kompas.com/travel/read/2019/11/13/203000027/luigi-s-hot-pizza-tempat-nongkrong-dan-makan-pizza-di-canggu)