

---

## **STRATEGI PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK MELALUI MEDIA SOSIAL DAN *TRANSACTIONAL MARKETING* SEBAGAI UPAYA UNTUK MENINGKATKAN *ACHIEVEMENT* KARYAWAN (Studi Kasus Pada PT. Federal Internasional Finance)**

**Ni Putu Ayu Mirah Mariati<sup>1,\*</sup>, I Wayan Sudiarsa<sup>2</sup>, Ni Kadek Elis Pitriani<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas PGRI Mahadewa Indonesia, Bali 80235, Indonesia

\*Email: [ayumirahmariati@unmas.ac.id](mailto:ayumirahmariati@unmas.ac.id)

### **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat dan mempengaruhi hampir seluruh aspek dan kehidupan dewasa ini. Media sosial bukan lagi sesuatu yang asing dalam masyarakat. Kehadiran media sosial seolah menghilangkan batas jarak dan waktu untuk memperoleh informasi. Adapun permasalahan yang ditemukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat di PT. Federal Internasional Finance yaitu terjadinya penurunan dari *achievement* karyawan yang menyebabkan berkurangnya pendapatan dari perusahaan. Permasalahan ini dapat diatasi dengan beberapa solusi seperti meningkatkan strategi pemasaran produk melalui media sosial dan *transactional marketing*. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan *Achievement* karyawan pada PT. Federal Internasional Finance, di mana dalam hal ini karyawan meningkatkan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk dan membuat suatu promosi atau *voucher* dan *cash back* yang menjadi cara efektif untuk menarik minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan karena adanya keuntungan yang didapat oleh nasabah itu sendiri. Hal tersebut bisa dilihat dari semakin banyaknya nasabah yang minat untuk melakukan peminjaman dikarenakan mereka juga mendapatkan keuntungan seperti *cash back*. *Achievement* karyawan di PT. Federal Internasional Finance juga sudah mulai meningkat karena karyawan sudah mulai menerapkan pemasaran melalui media sosial mereka dan menggunakan metode baru atau metode *Transactional Marketing* untuk menarik minat nasabah untuk melakukan kredit atau peminjaman di PT. Federal Internasional Finance.

**Kata Kunci:** Pemasaran, Strategi, Perusahaan, Karyawan, *Achievement*.

### **ANALISIS SITUASI**

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat dan mempengaruhi hampir seluruh aspek dan kehidupan dewasa ini. Media sosial bukan lagi sesuatu yang asing dalam masyarakat. Kehadiran media sosial seolah menghilangkan batas jarak dan waktu untuk memperoleh informasi. Setiap orang juga dapat berkomunikasi dengan orang lain di negara mana pun di dunia. Kegiatan pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dari konsumen untuk mendapatkan apa yang mereka butuh kan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan pihak penjual sampai kepada konsumen dan menarik minat beli kembali konsumen agar mau melakukan transaksi kembali atau transaksi ulang.

Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang memproduksi barang atau jasa. Pemasaran atau promosi yang dilakukan perusahaan juga telah mengalami pergeseran, di mana banyak perusahaan yang beralih dari promosi melalui media cetak dan elektronik beralih ke pemasaran melalui media sosial. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube dan lainnya kini dijadikan media promosi karena media sosial telah menjadi platform yang kerap digunakan konsumen ketika menghabiskan waktunya secara online. Jadi media sosial tepat untuk mempromosikan produk ke konsumen. Media sosial juga memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan, atau calon pelanggan. Media sosial memberi identitas yang dipasarkan serta membantu dalam menyebarkan pesan dengan cara yang santai dan komunikatif.

Selain media sosial, cara efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen yaitu dengan metode *transactional marketing* ini juga merupakan salah satu strategi paling efektif untuk mengatasi permasalahan sales yang dimiliki perusahaan di era modern ini. *Transactional marketing* yang merupakan metode yang lebih konvensional dan sangat mengejar penjualan besar, menciptakan banyak ritel, konsepnya lebih berorientasi pada penjualan sebesar mungkin dan sangat cocok digunakan dengan kondisi karyawan suatu perusahaan yang *achievement* nya menurun. Perusahaan yang menggunakan strategi ini menarik konsumen melalui *voucher*, diskon, promosi, dan acara-acara besar. Tujuan strategi ini juga cukup simpel, yakni untuk memberikan keuntungan bagi pelanggan yang akhirnya melakukan pembelian. *Achievement* merupakan suatu konsep yang berkenaan dengan pencapaian yang didapatkan oleh seseorang atas prestasinya. Pengembangan diri khususnya dalam hal peningkatan motivasi berprestasi pesertanya. *Achievement* bukan menilai kepribadian, akan tetapi untuk membantu mengembangkan motif berprestasi pesertanya.

Kegiatan ini dilakukan di PT. Federal Internasional Finance, yang beralamat di Jalan Raya Sesetan No. 476, Sesetan, Denpasar. PT. Federal Internasional Finance merupakan perusahaan yang bergerak di bidang keuangan di mana perusahaan ini merupakan perusahaan pembiayaan yang menyediakan fasilitas pembiayaan konvensional dan syariah, sewa guna usaha, anjak piutang dan pembiayaan konsumen.

Masalah yang terungkap dari hasil observasi pada PT. Federal Internasional Finance adalah penurunan dari *Achievement* karyawan yang menyebabkan berkurangnya pendapatan dari perusahaan. Maka, untuk meningkatkan *Achievement* karyawan di suatu perusahaan, perlu adanya strategi untuk meraih pencapaian yang ingin di capai oleh seorang karyawan yaitu dengan membuat program untuk pemasaran produk melalui media sosial dan *Transactional Marketing* sehingga pendapat pada PT. Federal Internasional Finance tetap stabil.

## **PERUMUSAH MASALAH**

Dari hasil observasi yang dilakukan pada PT. Federal Internasional Finance di mana menurunnya *Achievement* karyawan yang menyebabkan berkurangnya pendapatan atau laba perusahaan. Maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Menurunnya *achievement* karyawan karena kurangnya strategi pemasaran yang baik dan lebih efektif untuk meningkatkan minat nasabah.
2. Kurangnya penerapan atau metode baru guna menarik daya beli nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Dalam meningkatkan *Achievement* karyawan untuk meningkatkan pendapatan perusahaan. Maka solusi yang diberikan dilaksanakan dengan cara:

1. Memberikan solusi kepada karyawan PT. Federal Internasional Finance untuk melakukan pemasaran produk melalui media sosial agar produk yang ditawarkan lebih dikenal oleh masyarakat luas.
2. Mengadakan metode *Transactional Marketing* di mana hal tersebut membuat suatu promosi, *discount*, *voucher* dan acara-acara besar guna meningkatkan daya tarik nasabah terhadap produk yang ditawarkan.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **a. Metode Observasi**

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis rencana program yang akan dilakukan di perusahaan. Data yang diperlukan dalam metode pengamatan ini adalah jumlah karyawan dan tugas pokok karyawan masing-masing bidang. Mengamati secara langsung kegiatan karyawan di PT. Federal Internasional Finance.

### **b. Metode Perencanaan Program**

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi pada lingkungan perusahaan serta melakukan konsultasi dengan pihak pimpinan perusahaan dan dosen pembimbing, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut.

### **c. Metode Pelaksanaan Program**

Dalam pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, program kerja yang telah direncanakan untuk seluruh bidang dilakukan di perusahaan sesuai dengan program kerja dan waktu pelaksanaan yang telah dibuat

### **d. Metode Dokumentasi**

Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dalam hal ini dokumentasi sebagai bukti bahwa berjalannya Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Lokasi atau tempat kerja.

**e. Metode Evaluasi**

Pembenahan akhir dan pemantauan pada pelaksanaan tugas yang telah dilaksanakan.

**f. Penyusunan Laporan**

Pembuatan laporan sebagai rekomendasi untuk perusahaan ke depan di mana laporan tersebut merupakan rangkuman dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan.

**HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Menurunnya *achievement* karyawan yang disebabkan kurangnya pemahaman dari karyawan atas rasa kesadaran dan tanggung jawab akan pentingnya melakukan strategi peningkatan pemasaran produk melalui media sosial dan melakukan metode *Transactional Marketing* sebagai upaya untuk meningkatkan *Achievement* karyawan yang mulai menurun. Berikut tabel realisasi capaian program kerja.

**Tabel 1.** Tabel Realisasi Capaian Program Kerja

No.	Jenis Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1.	Pemasaran produk melalui media sosial	Memberikan pelatihan kepada karyawan agar melakukan penawaran melalui media sosial	100%
2.	Mengadakan <i>Transactional Marketing</i>	Membuat suatu strategi untuk menarik konsumen seperti adanya <i>voucher</i> , <i>cash back</i> , diskon, dan promosi untuk memberikan keuntungan kepada nasabah.	100%

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu:

1. Pimpinan PT. Federal Internasional Finance yang mendukung penuh kegiatan ini.
2. Para karyawan PT. Federal Internasional Finance yang mendukung penuh kegiatan ini.
3. Tersedianya fasilitas yang memadai seperti jaringan internet dan ruangan yang nyaman dan bersih dalam melakukan penelitian.

Sedangkan faktor penghambat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu karena mobilitas kerja karyawan yang cukup tinggi dan masing-masing karyawan memiliki tugas masing-masing maka ketika melakukan pemasaran produk yang dilakukan ada beberapa karyawan yang tidak dapat mengikuti kegiatan tersebut.



**Gambar 1.** Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada PT. Federal Internasional Finance

## **KESIMPULAN**

Adapun kesimpulan dari kegiatan peningkatan pemasaran produk melalui media sosial dan *Transactional Marketing* untuk meningkatkan *Achievement* karyawan pada PT. Federal Internasional Finance yaitu kemampuan karyawan dalam meningkatkan penggunaan media sosial dalam memasarkan produk dan membuat suatu promosi atau *voucher cash back* yang menjadi cara efektif untuk menarik minat nasabah terhadap produk yang ditawarkan karena adanya keuntungan yang didapat oleh nasabah itu sendiri. Hal tersebut bisa dilihat dari semakin banyaknya nasabah yang minat untuk melakukan peminjaman dikarenakan mereka juga mendapatkan keuntungan seperti *cash back*. *Achievement* karyawan di PT. Federal Internasional Finance juga sudah mulai meningkat karena karyawan sudah mulai menerapkan pemasaran melalui media sosial mereka dan menggunakan metode baru atau metode *Transactional Marketing* untuk menarik minat nasabah untuk melakukan kredit atau peminjaman di PT. Federal Internasional Finance.

## **SARAN**

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah terlaksanakan, maka dikemukakan saran yang kiranya bermanfaat sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini karyawan bagian marketing lebih menyadari pentingnya meningkatkan *Achievement* dengan melakukan pemasaran melalui media sosial dan *Transactional Marketing* yang telah dibuat.
2. Kegiatan pemasaran dilakukan setiap hari agar makin meningkatkan daya tarik nasabah untuk melakukan pengajuan dan *Achievement* karyawan pun jadi tetap stabil bahkan meningkat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., & Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Kurniawati, D., & Arifin, N. (2015). Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study (E-Journal)*, 1(2).
- Triyono, T. (2016). RELATIONSHIP MARKETING STRATEGI MERAIH LABA JANGKA PANJANG. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 12(2).