

---

## **PENGUATAN MANAJEMEN USAHA DENGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA PT ANUGRAH AGUNG ALAMI**

**A.A. Sagung Istri Pramanaswari<sup>1,\*</sup>, I Gusti Bagus Dipayana<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: pramanaswari@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Digital marketing menjadi salah satu pilihan yang harus dikembangkan dan digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran modern. Dengan digital marketing komunikasi dan transaksi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa diakses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet. PT Anugrah Agung Alami Perusahaan Perdagangan beralamat di Jl. Bukit Tinggi, Mengwi, Badung, Denpasar, Bali, Indonesia. Permasalahan yang dihadapi oleh PT Anugrah Agung Alami adalah dimana fenomena yang terjadi yaitu menurunnya kemampuan dan keterampilan karyawan PT Anugrah Agung Alami dalam produksi yang dihasilkan. Produksi tersebut antara lain adalah pembuatan sabun cuci buatan tangan yang tidak dapat menembus pasar pada akhir tahun 2023 ini. Permasalahan lainnya adalah menurunnya penjualan dan permintaan konsumen dikarenakan strategi pemasaran yang tidak maksimal serta rendahnya pemahaman dan pengetahuan dalam menjalankan serta mengembangkan usaha melalui pemasaran digital. Sehingga dengan adanya program kerja pengabdian masyarakat ini saya selaku peneliti memberikan solusi yaitu dengan memberikan pelatihan kepada karyawan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha, memberikan pelatihan strategi pemasaran yang baik dan cara dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yaitu melalui sosial media seperti instagram, facebook dan marketplace.

**Kata Kunci** : Digital, Marketing, Sosial Media.

### **ANALISIS SITUASI**

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya marketplace. Digital marketing yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di satu sisi, digital marketing memudahkan pelaku UMKM memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah marketplace sehingga mempermudah proses pencariannya. Digital marketing dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu (Fadhilah et al., 2021; Purwana et al., 2017; Putra & Silviana, 2017). Digital marketing menjadi salah satu pilihan yang harus dikembangkan dan digunakan oleh pelaku usaha karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi, beberapa perusahaan sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/dan beralih ke pemasaran modern. Dengan digital marketing

komunikasi dan transaksi antara penjual dan pembeli dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa diakses ke seluruh dunia, seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet. sebagian besar informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet, kemudahan dalam pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan satu produk dengan produk lainnya (Rahmawati et al., 2021) Marketplace adalah sebuah wadah pemasaran produk secara elektronik yang dapat mempertemukan banyak penjual dan pembeli untuk saling bertransaksi. Penjual tidak perlu bersusah payah dan kebingungan jika ingin berjualan online, karena marketplace sudah menyediakan tempat untuk berjualan online. Hanya diperlukan pendaftaran saja untuk memulai berjualan. Semua proses sudah ditanggung oleh tim marketplace (Suprayogi & Razak - 2019 - Implementasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM Pamokolan Ciamis, n.d.). Penjual hanya perlu meningkatkan pelayanan dan promo. Ada beberapa contoh marketplace antara lain bukalapak, tokopedia, shopee dan masih banyak lagi.

PT Anugrah Agung Alami Perusahaan Perdagangan beralamat di Jl. Bukit Tinggi, Mengwi, Badung, Denpasar, Bali, Indonesia. PT Anugrah Agung Alami memiliki Visi dan Misi sebagai berikut:

VISI Perusahaan:

Menjadi perusahaan yang memiliki komitmen terbaik dalam Perdagangan yang berwawasan lingkungan.

MISI perusahaan:

Membangun usaha perdagangan yang berorientasi kepada kepercayaan serta kepuasan pelanggan lokal dan Internasional.

Adapun struktur organisasi dari PT Anugrah Agung Alami dapat dilihat pada Gambar 1. dibawah ini:



**Gambar 1.** PT Anugrah Agung Alami 2023.

Permasalahan yang dihadapi oleh PT Anugrah Agung Alami adalah dimana fenomena yang terjadi yaitu menurunnya kemampuan dan keterampilan karyawan PT Anugrah Agung Alami dalam produksi yang dihasilkan. Produksi tersebut antara lain adalah pembuatan sabun cuci buatan tangan yang tidak dapat menembus pasar pada akhir tahun 2023 ini. Permasalahan lainnya adalah menurunnya penjualan dan permintaan konsumen dikarenakan strategi pemasaran yang tidak maksimal serta rendahnya pemahaman dan pengetahuan dalam menjalankan serta mengembangkan usaha melalui pemasaran digital. Sehingga dengan adanya program kerja pengabdian masyarakat ini saya selaku peneliti memberikan solusi yaitu dengan memberikan

pelatihan kepada karyawan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha, memberikan pelatihan strategi pemasaran yang baik dan cara dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yaitu melalui sosial media seperti instagram, facebook dan marketplace.

Taiminen & Karjaluo (2019) menjelaskan bahwa pemasaran digital merupakan pendekatan baru untuk pemasaran yang didorong oleh elemen digital. Media sosial telah menjadi bagian penting dari komunikasi pemasaran dan branding bisnis (Bruhn et al., 2019). Malhotra et al., (2020) juga memberikan contoh bahwa media sosial Facebook telah menjadi media penting dalam melibatkan konsumen dan juga menciptakan kesadaran merek (brand awareness). Purwana dkk. (2021) menjelaskan bahwa jika ingin bertahan dalam persaingan bisnis, UMKM perlu mempelajari dan menguasai perangkat digital dan internet. Hal ini penting apabila pelaku usaha ingin terlibat dalam aktivitas pemasaran secara digital (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2022). Karena berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Delloitte Access Economics (2022), di era digital saat ini, konsumen sudah semakin terbiasa dalam pengambilan keputusan yang berdasar pada konten digital serta tidak bisa dipungkiri bahwa konsumen saat ini sudah terbiasa dengan transaksi secara online.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi awal dan dilakukannya wawancara secara langsung dengan PT Anugrah Agung Alami pada tanggal 10 Juli 2023, didapatkan beberapa permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT Anugrah Agung Alami, yaitu :

1. Menurunnya kemampuan dan keterampilan karyawan PT Anugrah Agung Alami dalam produksi yang dihasilkan yaitu sabun cuci tangan.
2. Menurunnya penjualan dan permintaan konsumen dikarenakan strategi pemasaran yang tidak maksimal.
3. Rendahnya pemahaman dan pengetahuan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha melalui pemasaran digital seperti instagram, facebook dan marketplace.

## **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada PT Anugrah Agung Alami, maka solusi yang kami berikan terhadap permasalahan yang sedang dihadapi oleh PT Anugrah Agung Alami, sebagai berikut:

1. Memberikan pelatihan kepada karyawan bagaimana cara menghasilkan produksi sabun cuci tangan yang berkualitas.
2. Memberikan pelatihan kepada karyawan dalam hal strategi pemasaran seperti instagram, facebook dan marketplace guna untuk memberi kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja kembali.

3. Memberikan pengetahuan kepada karyawan mengenai cara untuk menjalankan dan mengembangkan usaha melalui pemasaran digital seperti instagram, facebook dan marketplace.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan program kerja yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini mempersiapkan segala alat dan bahan materi yang dibutuhkan selama program pengabdian pada masyarakat berlangsung, seperti alat untuk proses dokumentasi dan materi berupa Power Point yang digunakan untuk masa sosialisasi.

2. Tahap Pelaksanaan

- a. Melakukan observasi ke PT Anugrah Agung Alami.
- b. Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk mengatur segala hal dalam menjalankan usaha sehingga dapat mencapai tujuan-tujuan yang diharapkan.
- c. Memberikan pelatihan kepada karyawan dalam hal strategi pemasaran yang baik melalui digital marketing (e-commerce) guna untuk memberi kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja kembali.
- d. Melihat respons dan manfaat dari hasil pelatihan yang diberikan, serta adanya peningkatan baik pengetahuan maupun keterampilan selain itu juga untuk menilai tingkat pemahaman dan kepuasan pelatihan.

3. Tahap Evaluasi

Setelah semua program kerja terlaksana, mengevaluasi bagaimana perkembangan dari PT Anugrah Agung Alami. Pelaku mitra dengan anggota pelaksana saling berkomunikasi, baik secara langsung atau secara daring untuk saling menginformasikan bagaimana perkembangan PT Anugrah Agung Alami setelah dilakukannya program kerja.

Metode yang digunakan dalam pembuatan program kerja pada kegiatan Penguatan Manajemen Usaha Dengan Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada PT Anugrah Agung Alami. Meliputi metode observasi, metode wawancara, dan metode pelatihan:

1. Metode Observasi

Observasi dilakukan pada tanggal 10 Juli 2023 yang bertempat pada PT Anugrah Agung Alami dengan cara bertemu langsung dengan pemilik usaha sasaran dengan tetap mematuhi protokol Kesehatan yang telah diterapkan.

2. Metode Wawancara dan Diskusi

Dalam metode ini dilakukan tanya jawab kepada Pemilik PT Anugrah Agung Alami, mengenai program kerja yang akan dilaksanakan dan untuk mengetahui lebih dalam permasalahan yang dihadapi oleh PT Anugrah Agung Alami.

3. Metode Sosialisasi dan Pelatihan

Dalam metode ini mencangkup kegiatan Penguatan Manajemen Usaha Dengan Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada PT Anugrah Agung Alami yaitu berupa:

1. Melakukan observasi ke PT Anugrah Agung Alami.
2. Memberikan pelatihan kepada karyawan bagaimana cara menghasilkan produksi sabun cuci tangan yang berkualitas.
3. Memberikan pelatihan kepada karyawan dalam hal strategi pemasaran seperti instagram, facebook dan marketplace guna untuk memberi kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja kembali.
4. Memberikan pengetahuan kepada karyawan mengenai cara untuk menjalankan dan mengembangkan usaha melalui pemasaran digital seperti instagram, facebook dan marketplace.

## **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Ketercapaian kegiatan pengabdian masyarakat berhasil untuk melakukan Upaya meningkatkan pelayanan administrasi pasien rawat jalan melalui sistem informasi di Klinik Pratama Permana. Yang bertujuan untuk membantu dalam meningkatkan kinerja Klinik Pratama Permana.

### **1. Faktor Pendukung**

Faktor pendukung yang didapatkan oleh pelaksana selama proses kegiatan Penguatan Manajemen Usaha Dengan Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada PT Anugrah Agung Alami sebagai berikut:

- a. Pegawai di PT Anugrah Agung Alami sangat mendukung penuh kegiatan ini.
- b. Fasilitas dan koneksi internet yang sangat memadai di PT Anugrah Agung Alami
- c. Keterlibatan para karyawan PT Anugrah Agung Alami Dalam pelaksanaan program kerja ini

### **2. Faktor Penghambat**

Faktor penghambat yang didapatkan oleh pelaksana selama proses kegiatan Penguatan Manajemen Usaha Dengan Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada PT Anugrah Agung Alami sebagai berikut:

- a. Koneksi internet yang terkadang mengalami kendala
- b. Terbatasnya hari kerja dikarenakan hari libur karena upacara agama maupun hari libur nasional

Partisipasi karyawan dalam mengikuti program kerja pada kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dari tanggal 10 Juli 2023 sampai dengan tanggal 14 Agustus 2023 ini diikuti tanpa adanya paksaan. PT Anugrah Agung Alami mengikuti penyuluhan, pelatihan, uji coba dan evaluasi untuk peningkatan penjualan produk PT

Anugrah Agung Alami. Partisipasi juga dapat dilihat dari kehadiran dan antusias pegawai dalam penerapan program kerja ini.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan kegiatan yang sudah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan Program kerja Pada PT Anugrah Agung Alami telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Program kerja yang sudah dirancang untuk pelaku PT Anugrah Agung Alami, Bali mampu membantu pemilik dalam meningkatkan penjualan produk. Selain itu karyawan menjadi lebih teredukasi pada program ini sehingga dapat memotivasi mereka dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab pada PT Anugrah Agung Alami. Adapun kegiatan pembuatan laporan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan dan evaluasi yang dilaksanakan dengan baik dan sudah sesuai dengan program kerja yang telah direncanakan. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang mengangkat program kerja Penguatan Manajemen Usaha Dengan Pelatihan Strategi Pemasaran Digital Pada PT Anugrah Agung Alami, diharapkan pegawai dapat menerapkan program-program yang telah diberikan untuk peningkatan kinerja karyawan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bruhn, M., Schoenmueller, V. and Schäfer, D.B. (2019), "Are social media replacing traditional media in terms of brand equity creation?", *Management Research Review*, Vol. 35 No. 9, pp. 770-790.
- Delloitte Access Economics. (2022). *UKM Pemicu Kemajuan Indonesia Instrumen Pertumbuhan Nusantara*.
- Malhotra, A., Kubowicz Malhotra, C. and See, A. (2020), "How to create brand engagement on facebook", *MIT Sloan Management review*, Vol. 54 No. 2, pp. 18-20.
- Taiminen, Karjaluto. (2019). *Bangkitnya Bisnis Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM)* 1(1): 1 – 17.
- Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2022). Pengembangan Pemasaran Bordir dan Kelom Geulis Tasikmalaya Melalui Media Sosial. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248–261. <https://doi.org/http://10.24198/kumawul a.vli3.25256>.