

STRATEGI PROMOSI PRODUK PADA PERUSAHAAN MANOA LAND *PROPERTY* MELALUI SOSIAL MEDIA SEPERTI INSTAGRAM, FACEBOOK MAUPUN BERINTERAKSI LANGSUNG DENGAN KONSUMEN

Ni Nyoman Suryani^{1,*}, Komang Ayu Mira Virginia²

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

*Email: nyomansuryani@unmas.ac.id

ABSTRAK

Tujuan di selenggarakannya program pengabdian masyarakat adalah (1) mengetahui prosedur pelaksanaan program pengabdian masyarakat di Perusahaan Manoa Land Property, jalan carik aban, Darmasaba, Kec. Abiansemal, Kabupaten badung sudah terlaksana dengan optimal atau belum dan (2) mengetahui kendala – kendala yang dihadapi mahasiswa selama menjalankan program pengabdian masyarakat di Perusahaan Manoa Land Property, jalan carik aban, Darmasaba, Kec. Abiansemal, Kabupaten badung. Metode pelaksanaan yang diterapkan pada pengabdian masyarakat tahun 2023 di Perusahaan Manoa Land Property, jalan carik aban, Darmasaba, Kec. Abiansemal, Kabupaten badung adalah dimulai dengan metode pembekalan, survei, pelatihan dan pembinaan, sampai terjun langsung ke lapangan. Dimana ilmu yang kita pelajari di perkuliahan dapat kita implementasikan kepada masyarakat. Metode evaluasi pelaksanaan program kegiatan pengabdian masyarakat di tinjau dari keberlangsungan program kerja dan keefektifan, keberlangsungan program pada sasaran dari setiap program kerja.

Kata Kunci: Property, Marketing, Instagram, Facebook.

ANALISIS SITUASI

Belakangan ini, kemajuan teknologi informasi digunakan untuk mengembangkan suatu bisnis. Baik itu bisnis korporasi maupun bisnis yang bersifat individu, atau singkatnya dikenal dengan teknologi informasi berbasis jejaring sosial. Pelaksanaan inovasi di suatu industri tidak selalu memerlukan proses yang rumit, namun inovasi bisa dicoba dengan sedikit pergantian tetapi terdapat akibat yang besar. Salah satunya adalah pemanfaatan teknologi di bidang pemasaran atau yang saat ini lebih dikenal dengan sebutan digital marketing. Digital marketing merupakan suatu carapemasaran yang dilakukan dengan menggunakan akses internet sebagai sumber utama, memanfaatkan media sosial, dan perangkat digital lainnya (Sasongko et al., 2020). Digital marketing dapat membantu para pelaku usaha untuk mempromosikan produk serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media digital sehingga produk akan lebih dikenal oleh masyarakat luas (Wijoyo et al., 2020). Dari banyaknya media sosial yang ada sekarang ini, Instagram dan Facebook merupakan dua media sosial yang paling banyak sangat diminati oleh masyarakat untuk di pergunakan sebagai yang media baik promosi maupun berjualan online. Instagram dan facebook lebih mudah di pahami dan mudah ditelan oleh manusia pada

berbagai skala usia dan lokasi karena media social ini menyediakan layanan utama dalam bentuk gambar dan video sehingga orang tidak kesulitan untuk melihat gambar, iklan atau browser yang kita share lewat instagram dan facebook. Salah satu permasalahan yang terjadi dari hasil observasi di perusahaan Manoa Land adalah Kurangnya strategi promosi produk pada perusahaan manoa land seperti minimnya akses iklan pada sosial media yang mengakibatkan para konsumen tidak dapat mengetahui produk yang di tawarkan, kemudian terbatasnya pengetahuan karyawan dalam menggunakan sosial media yang menjadi penghambat dalam melakukan promosi online, lalu banyaknya pesaing di sekitar kawasan lokasi tanah kavling yang membuat perusahaan harus menunjukkan keunikan dari produk yang di tawarkan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, dapat disimpulkan rumusan masalah yang terjadi, yaitu :

1. Kurangnya penggunaan sosial media Instagram dan facebook sebagai strategi promosi untuk menarik konsumen.
2. Terbatasnya pengetahuan rekan kerja dalam menggunakan sosial media Instagram dan facebook.
3. Banyaknya kompetitor di sekitar kawasan lokasi tanah kavling.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Menurut Chatib (2011) Solusi adalah cara atau jalan yang digunakan untuk memecahkan atau menyelesaikan masalah tanpa adanya tekanan. Maksud adanya tekanan adalah adanya objektivitas dalam menentukan solusi dimana orang yang mencari solusi tidak memaksakan pendapat pribadinya dan berpedoman pada kaidah atau aturan yang ada. Solusi yang dapat dilakukan dalam mengatasi permasalahan tersebut yaitu :

1. Membuat akun media sosial Instagram dan facebook, lalu memanfaatkannya untuk mempromosikan produk yang ditawarkan Manoa Land.
2. Mengadakan pelatihan dengan rekan kerja guna menambah ilmu pengetahuan tentang sosial media Instagram maupun facebook.
3. Menjelaskan kepada konsumen tentang *benefit* apa saja yang didapat jika membeli produk Manoa Land.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan Strategi Promosi produk pada perusahaan Manoa Land property melalui sosial media seperti instagram, facebook maupun berinteraksi langsung dengan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Membuatkan akun resmi perusahaan Manoa Land di instagram dan facebook untuk membantu dalam mempromosikan produk yang ditawarkan
2. Pengadaan pelatihan kepada karyawan tentang tata cara promosi ke akun instagram maupun facebook

3. Memberikan brosur kepada konsumen yg datang ke lokasi tanah kavling
4. Memberikan informasi tentang tanah kavling baik secara langsung maupun online

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menerapkan Strategi Promosi produk pada perusahaan Manoa Land property melalui sosial media seperti instagram, facebook maupun berinteraksi langsung dengan konsumen berhasil disempurnakan dengan membuat akun facebook dan instagram, pengadaan pelatihan kepada karyawan, membagikan brosur serta memberikan informasi lengkap tentang produk yang ditawarkan perusahaan. Adapun realisasi pencapaian program kerja dapat dilihat pada Tabel 1. dibawah ini:

Tabel 1. Spesifikasi Hasil Kegiatan

No	Program Kerja	Spesifikasi	Realisasi
1.	Membuat akun di facebook dan instagram guna mempromosikan produk yang ditawarkan	Membuatkan akun resmi perusahaan Manoa Land di instagram dan facebook untuk mempermudah mempromosikan produk yang perusahaan tawarkan	100%
2.	Pengadaan pelatihan tentang tata cara penggunaan akun instagram maupun facebook untuk promosi	Mengajarkan tentang tata cara penggunaan instagram dan facebook lalu mengajak rekan kerja agar ikut mempromosikan tanah kavling ke instagram maupun facebook pribadinya	100%
3.	Membagikan brosur saat konsumen datang ke lokasi	Memberikan brosur kepada konsumen yg datang ke lokasi tanah kavling untuk mempermudah memperoleh informasi	100%
4.	Memberikan informasi tentang tanah kavling baik secara langsung maupun online	Memberikan informasi berupa lokasi, harga, maupun keuntungan-keuntungan dalam membeli tanah kavling pada perusahaan Manoa Land	100%

Berdasarkan Tabel 1. spesifikasi hasil kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Membuatkan akun resmi perusahaan Manoa Land di instagram dan facebook untuk mempermudah mempromosikan produk yang perusahaan tawarkan sehingga realisasi dari kegiatan ini adalah 100%.
2. Mengajarkan tentang tata cara penggunaan instagram dan facebook lalu mengajak rekan kerja agar ikut mempromosikan tanah kavling ke instagram maupun facebook pribadinya, sehingga realisasi dari kegiatan ini adalah 100%.
3. Memberikan brosur kepada konsumen yg datang ke lokasi tanah kavling untuk mempermudah memperoleh informasi sehingga realisasi dari kegiatan ini adalah 100%.
4. Memberikan informasi berupa lokasi, harga, maupun keuntungan-keuntungan dalam membeli tanah kavling pada perusahaan Manoa Land, sehingga realisasi dari kegiatan ini adalah 100%.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan ini adalah:

- a. Pimpinan dan rekan kerja pada perusahaan Manoa Land Property sangat mendukung kegiatan ini.
- b. Adanya pemahaman yang baik dari rekan kerja dalam melaksanakan pelatihan yang diberikan.
- c. Tersedianya fasilitas yang diperlukan.

Sedangkan faktor penghambat kegiatan pengabdian ini adalah perbedaan umur yang sangat jauh membuat komunikasi dan cara pandang yang berbeda serta banyaknya beban kerja yang dimiliki setiap karyawan sehingga tidak fokus dalam melaksanakan kegiatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa kegiatan Program kerja Pada Perusahaan Manoa Land Property telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Program kerja yang sudah dirancang di Desa Darmasaba mampu membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan serta pengembangan usahanya di masa sekarang, dengan diadakannya program kerja ini perusahaan bisa menjangkau akses pasar yang lebih luas dan juga dikenal oleh masyarakat luas secara mudah dan cepat. Selain itu pegawai menjadi lebih teredukasi pada program ini sehingga dapat memotivasi mereka dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab dalam mempromosikan produk yang perusahaan pasarkan. 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 Strategi Promosi produk pada perusahaan Manoa Land property melalui sosial media seperti instagram, facebook maupun berinteraksi langsung dengan konsumen maka diharapkan para karyawan dapat menerapkan program-program yang telah diberikan untuk kemajuan dan pengembangan usahanya tersebut dan dapat menggunakan aplikasi instagram dan facebook sebagai media dalam memasarkan produknya agar lebih mudah diakses dan makin berkembang kedepannya supaya semakin dikenal oleh masyarakat luas secara cepat dan mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Wogo, A. N. (2020). Penggunaan Instagram dan Facebook sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Toko Sahabat Ponsel Duta Mall Banjarmasin (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Chatib, Munif. (2011). Sekolahnya Manusia. Bandung: Kaifa PT Mizan pustaka
- Amstrong, M. (2006). A Handbook of Human Resources Management Practice Edition. London: Kogan Page
- Ernawati, Ni Wayan Anick. 2021. Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualann Green Bird Bali Villa Agar Bisa Tetap Bertahan Pada Masa Pandemi Covid 19. Universitas Mahasaraswati Denpasar

- Sasongko, D., Putri, I. R., Alfiani, V. N., Qiranti, S. D., Sari, R. S., & Allafa, P. E. (2020). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Makaroni Bajak Laut Kabupaten Temanggung. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 92–96.
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.