

## MENGEMBANGKAN CARA TERBARU MEMPROMOSIKAN PRODUK DI BAYUNG ART SILVER DENGAN CARA DIGITALISASI MELALUI MEDIA SOSIAL

Putu Pradiva Putra Salain<sup>1,\*</sup>, Ni Kadek Adinda Deiarisanthi<sup>2</sup>

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

\*Email: divasalain@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Penggunaan media sosial saat ini sangat dibutuhkan oleh pemilik UMKM untuk meningkatkan usahanya. Penggunaan digital marketing sendiri, sangat berpengaruh bagi pemilik UMKM dimulai interaksi dengan konsumen melalui jejaring sosial maupun untuk mempromosikan barang dagangan tersebut. Secara keseluruhan, tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan konsep pelayanan dan pemasaran. Pada perkembangan UMKM masih banyak yang memerlukan bantuan dari pemerintah sebagai pihak yang berwenang, dari pihak perbankan/ swasta berupa permodalan, dan dari perguruan tinggi dalam bentuk keterlibatan mahasiswa dan pemuda baik dari sisi pelatihan, serta bantuan edukasi teknologi khususnya bagi pemilik Bayung Art Silver. Diharapkan dengan dilakukannya program pengabdian masyarakat ini dapat membantu menyebarluaskan produk Bayung Art Silver.

**Kata Kunci:** Promosi, Digitalisasi, Sosial Media.

### ANALISIS SITUASI

Toko Bayung Art Silver ini merupakan salah satu bisnis yang menjual produk silver dan pernak pernik perhiasan. Toko ini menjual berbagai jenis produk silver dan perhiasan atau aksesoris sesuai kebutuhan pelanggan. Pada sistem yang saat ini berjalan ditemukan beberapa kekurangan seperti, kurangnya promosi perusahaan pada Bayung Art Silver sehingga belum semua mengetahui ini, kurangnya penggunaan media promosi pada bagian marketingnya. Perolehan informasi produk didapatkan dari penyebaran brosur dan dari mulut ke mulut dan juga instagram dan membuat iklan di social media. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus dapat menarik minat pelanggan dengan menjawab semua pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan dan mudah dimengerti.

Berdasarkan permasalahan di atas menarik untuk mendigitalisasi ke semua social media untuk mengetahui cara penggunaan media promosi perusahaan sehingga menjadi lebih terkenal di social media dan orang-orang pada mengetahui produk yang dijual oleh Bayung Art Silver tanpa harus ke tokonya. Segala pencetakan brosur sehingga nantinya juga lebih gampang untuk mengetahui informasi tentang produk Bayung Art Silver.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan persetujuan dari pemilik Bayung Art Silver, program kerja

---

yang saya lakukan yaitu mengajak para karyawan untuk mempromosikan kesemua social media mereka dan membuat story instagram yang estetik dan selalu update setiap harinya untuk bisa mengetahui lebih lanjut perkembangan produk di Bayung Art Silver, dan saya mengajak para karyawan Bayung Art Silver membuat brosur dan menyebarkan brosur.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, dapat dirumuskan permasalahan prioritas yang dialami oleh mitra seperti berikut:

1. Kurangnya kemampuan promosi perusahaan pada Bayung Art Silver.
2. Kurangnya kemampuan penggunaan media promosi pada bagian marketing Bayung Art Silver.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, maka dapat disampaikan solusi yang dituangkan ke dalam program kerja pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

1. Mengajak para karyawan untuk mempromosikan produk-produk Bayung Art Silver di media social seperti marketplace, instagram bisnis dan mencetak/menempelkan brosur di setiap titik.
2. Melakukan observasi kesemua social media untuk bisa menjadikan sebuah bahan iklan.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan program kerja di Bayung Art Silver dilakukan secara mandiri baik datang langsung ke tempat usaha, serta melalui media digital (daring) untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra sasaran. Langkah-langkah yang dilakukan dibawah ini:

1. **Persiapan**  
Pada tahap ini tim pelaksana melakukan observasi untuk menyesuaikan materi yang akan digunakan serta menyiapkan bahan/materi yang berkaitan dengan sosialisasi pencatatan berbasis komputerisasi. Tahap ini adalah menerjemahkan kebutuhan sistem yang didapatkan dari tahapan analisis kebutuhan data. Pada penelitian ini dibuat perencanaannya.
2. **Pelaksanaan**  
Tim pelaksana membantu dalam pembuatan strategi pemasaran yaitu dengan cara mengajak karyawan untuk membuat dan memposting iklan di media social, membagikan dan menempel brosur, melakukan penawaran melalui wa/telepon dan mengenalkan produk Bayung Art Silver.
3. **Evaluasi**  
Melakukan pendampingan kepada pelaku usaha untuk memastikan bahwa aplikasi yang digunakan telah paham digunakan. Serta mengevaluasi kembali terkait kendala yang dihadapi oleh karyawan dalam mengikuti program kerja.

Metode pendekatan penyelesaian masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan sosial. Menurut Suyanto (2015), metode penelitian pendekatan sosial merupakan serangkaian prosedur dan teknik yang ditempuh guna menyampaikan suatu ide atau gagasan agar dapat diterima oleh pihak sasaran. Penerapan metode pendekatan sosial meliputi beberapa hal seperti:

- a. Observasi dan Wawancara  
Observasi dan wawancara merupakan metode awal yang harus dilakukan untuk mengetahui kondisi dari pelayanan karyawan dan mendapatkan informasi penting mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Bayung Art Silver ketika melaksanakan proses pencatatan penjualan secara online dan offline.
- b. Pendampingan dan Mensosialisasikan Pencatatan Keuangan  
Pendampingan dan mensosialisasikan strategi promosi yang dilakukan dalam perencanaan sasaran produk dengan memanfaatkan social media.
- c. Pemantauan  
Pemantauan selama berlangsungnya program kerja diperlukan guna mengetahui penerapan solusi dalam mencapai target.

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada Bayung Art Silver adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran yang dilakukan secara offline/online yang membuat acuan sebagai penjual. Sehingga hasil yang didapat lumayan banyak, customer yang melihat-lihat dan customer yang membeli sangat menikmati produk dari Bayung Art Silver yang memiliki variasi yang menarik. Dan juga memasarkan lewat instagram dan brosur menambah minat beli customer dan menimbulkan ketertarikan dari customer untuk mencari tau bagaimana dan apa saja yang dijual di Bayung Art Silver.
2. Pemasaran yang dibuat dengan cara memasarkan produk Bayung Art Silver dengan cara mempromosikan produk yang terlaris dan yang terbaru di Bayung Art Silver untuk meningkatkan daya beli customer yang membuat customer penasaran dengan produk Bayung Art Silver.



**Gambar 1.** Proses pembuatan instagram.



**Gambar 2.** Akun instagram yang dipakai untuk promosikan produk Bayung Art Silver.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat bahwasanya yang sebelumnya promosi produk yang hanya mengandalkan offline di toko sebagai bahan promosi yang tidak maksimal, sekarang dengan menggunakan media social sebagai alat pemasaran produk menjadikan penjualan lebih efisien dan banyak peminatnya untuk menjadi kemajuan dari Bayung Art Silver. Dan dengan mempromosikan atau membuat brosur didepan customer membuat ketertarikan sehingga bisa menarik minat beli pelanggan dengan cara digitalisasi ini dan memperluas jangkauan masyarakat yang ada didaerah tertentu untuk bisa melihat produk dari Bayung Art Silver sehingga mereka bisa memesan dan diantarkan lewat JNE atau JNT kalau customer tidak bisa cod atau ke toko.

Perencanaan alokasi pendanaan untuk strategi pemasaran perlu dilakukan agar lebih selektif agar tercipta pemanfaatan yang bersifat efektif dan efisien dalam memberikan peningkatan pencatatan berbasis komputerisasi. Promosi pada media sosial harus tetap ditingkatkan serta didukung dengan Memberikan sosialisasi dan saling mengingatkan terhadap pencatatan perlu pada semua karyawan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Lilla Ning Cahya. (2022). Inovasi Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Melalui Program Pengabdian Masyarakat
- Corinna Keefe (2023). Promosi Perhiasan Efektif yang Menghasilkan Prospek dan Penjualan