

---

## **STRATEGI MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI *DIGITAL MARKETING* DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA PADA PERUSAHAAN WIN KONVEKSI DARMASABA BADUNG BALI**

**Bagus Nyoman Kusuma Putra<sup>1,\*</sup>, I Komang Aditya Oktaviana<sup>2</sup>**

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

\*Email: bgskusumaputra@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Usaha Win Konveksi adalah salah satu usaha konveksi yang didirikan oleh I Made Kass Winata Keneh yang beralamat di jln. Katjong seleman, No II, Darmasaba, Badung. Adapun jenis-jenis produk yang dihasilkan oleh usaha ini adalah menerima pesanan kaos, jasa sablon, dan lain-lain. Dari awal berdiri sampai saat ini tentunya usaha konveksi ini memiliki banyak tantangan dan rintangan dalam keberlangsungan jalannya usaha sehingga bisa bertahan dan menghadapi persaingan yang begitu banyak di daerah yang bersangkutan. Pada era globalisasi ini banyak perusahaan berlomba lomba menggunakan media digital sebagai media promosi atau penjualan produk. Dikarenakan banyaknya perusahaan sejenis yang bergerak dibidang konveksi, usaha win konveksi mengalami kesulitan untuk meningkatkan pendapatan penjualan dan juga mengalami kendala pada sumber daya manusianya yang dimana masih memerlukan pengembangan skill pada bidangnya yang dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Dengan permasalahan tersebut penulis membuat beberapa program kerja yang nantinya bisa menuntaskan permasalahan yang terjadi.

**Kata Kunci:** Strategi Peningkatan Penjualan, Digital Marketing, Pengembangan SDM.

### **ANALISIS SITUASI**

Win Konveksi merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2018 yang beralamat di Jl. Katjong seleman, No II, Darmasaba, Abiansemal, Badung. Win Konveksi menjadi perusahaan yang menerima pesanan kaos, dan jasa sablon yang memiliki 14 orang karyawan. Pada era globalisasi perusahaan berlomba lomba menggunakan media digital sebagai media promosi atau penjualan produk, begitu juga pada Perusahaan win konveksi, perusahaan belum memanfaatkan media social sebagai media penjualan produknya, penjualan hanya memanfaatkan media cetak seperti brosur sehingga produk yang ditawarkan kurang dikenali masyarakat luas. Selian itu karyawan pada toko tidak menguasai media social dan kurang memahami mengenai penjualan produk sehingga terjadinya penurunan penjualan.

Banyaknya pesaing di usaha sejenis juga menjadi tantangan Perusahaan untuk meningkatkan penjualan maka dari Win Konveksi perlu meningkatkan kualitas

pelayanannya. Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berkaitan dengan harapan dan kebutuhan pelanggan atau pengguna. layanan tersebut berkualitas jika perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa layanan sesuai dengan keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan atau pengguna. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Begitu pula pada Perusahaan Win Konveksi kualitas pelayanan yang di inginkan publik tidak dengan dengan yang di berikan oleh karyawan. Maka dari itu sangat di perlukan penyuluhan dan pengembangan sumber daya manusia terhadap perusahaan. Sumber Daya Manusia yang ada dalam perusahaan perlu dikembangkan agar dapat meningkatkan kemampuan kerjanya. Sebuah perusahaan perlu mendorong agar setiap karyawannya bisa meningkatkan kinerjanya supaya keinginan dan tujuan perusahaan cepat tercapai (Meirina, 2011).

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil dari observasi yang penulis lakukan pada Perusahaan Win Konveksi yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan win konveksi masih kurang dikenali oleh masyarakat karena tempatnya masih di lingkungan desa yang mana cakupannya belum luas yang mengakibatkan kurangnya penjualan.
2. Pengetahuan sdm dalam bidang ini masih perlu pelatihan, dari hal itu juga menimbulkan keluhan dari konsumen seperti hasil sablon yang kurang memuaskan.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Adapun solusi yang diberikan kepada masyarakat sasaran sesuai dengan permasalahan yang ditentukan pada masyarakat sasaran dalam observasi yang telah dilakukan, antara lain:

1. Memberikan penyuluhan pengetahuan dasar mengenai strategi digital marketing serta membimbing dalam menggunakan media sosial sebagai media pemasaran agar dapat memperluas jangkauan konsumen.
2. Memberikan penyuluhan pelatihan dalam bidang menjahit dan tata cara sablon yang baik sehingga mendapatkan hasil yang memuaskan konsumen.

### **METODE PELAKSANAAN**

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan program adalah sebagai berikut:

1. Persiapan  
Pada tahap ini dilakukan persiapan yang merupakan langkah awal dalam proses pembentukan program kerja yang akan diusulkan yang bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang dialami pada perusahaan yang bersangkutan

2. Pelaksanaan

Pada tahap ini dilaksanakan edukasi pemahaman mengenai penggunaan media online sebagai sarana pemasaran jasa dan produk yang memberi pemahaman tentang cara menarik target penjualan. Menyusun strategi pemasaran harus melihat dengan cermat media yang tepat dimanfaatkan untuk promosi. Karena promosi dapat menjadi penentu keberhasilan suatu penjualan produk (Jasri et al., 2020).

3. Evaluasi

Pada tahap ini nantinya untuk mendiskusikan bagaimana jalannya pemahaman program yang diberikan dan kendala yang dialami selama pelaksanaan kegiatan berlangsung.

4. Menyusun program kerja sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

5. Penerapan program kerja guna membantu atau memberi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Secara umum kegiatan Pengabdian Masyarakat ini terlaksana 100 %, berjalan dengan baik dan lancar sesuai dengan tujuan. Berikut ini disajikan pembahasan terkait ketercapaian pelaksanaan program kerja yang sudah dilaksanakan oleh tim. Setelah dijalankannya program kerja pada Perusahaan Win Konveksi, maka dapat dilihat peningkatan – peningkatan yang dialami mitra. Adapun peningkatan yang dimaksud adalah sebagai berikut: (1) Mitra mampu meningkatkan kualitas penjualan dan promosi mereka dengan memahami strategi digital marketing yang telah disosialisasikan, dan (2) Mitra mampu meningkatkan skill para staff karyawan pada bidang menjahit dan penyablonan dari pelatihan yang telah disosialisasikan. Kegiatan ini juga didukung oleh beberapa faktor diantaranya: (1) Aplikasi Intagram, Facebook, Tiktok dan WhatsApp sebagai media pemasaran online, dan (2) Masyarakat yang cenderung menggunakan sosial media. Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan dimaksud adalah: (1) Pemilik usaha yang mendukung penuh kegiatan ini, dan (2) Semangat karyawan yang mendukung kegiatan ini. Sedangkan faktor penghambat kegiatan ini adalah: (1) Banyaknya jenis tipe konsumen yang menyebabkan terhambatnya waktu untuk kegiatan ini, dan (2) Sarana prasarana lainnya.

Selain itu, terdapat pula faktor penghambat dari kegiatan ini, yaitu lambatnya jaringan internet. Media Sosial yang membutuhkan jaringan internet untuk mengaksesnya terkadang menjadi masalah tersendiri terhadap pemilik UMKM tersebut. Pencapaian program kerja dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1.** Realisasi Ketercapaian Program Kerja

No.	Tema	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Strategi meningkatkan penjualan melalui digital marketing dan pengembangan sumber daya manusia pada Perusahaan Win Konveksi	Mensosialisasikan pentingnya pemasaran produk melalui digital marketing dan promosi perusahaan.	100%
		Mensosialisasikan pentingnya pengetahuan dasar dibidang menjahit dan penyablonan.	100%

Berikut ini penulis lampirkan beberapa dokumentasi saat pelaksanaan program kerja yang penulis sudah laksanakan:



**Gambar 1.** Foto berikut diambil pada saat melakukan penyuluhan mengenai Strategi Digital Marketing.



**Gambar 2.** Penyuluhan serta pelatihan tata cara menjahit yang benar sesuai standar.



**Gambar 3.** Penyuluhan serta pelatihan mengenai cara sablon yang baik kepada rekan karyawan.

---

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Kegiatan pelatihan pengembangan sumber daya manusia dan strategi Digital Marketing sangat diperlukan di era globalisasi ini untuk meningkatkan pendapatan jasa dan memperluas pangsa pasar. Adapun program kerja yang dilakukan yaitu:

1. Memberikan pemahaman dan pelatihan mengenai strategi digital marketing.
2. Memberikan pelatihan dasar mengenai tata cara menjahit dan penyablonan pakaian.

Program kerja tersebut dapat diterima dengan baik oleh pemilik UMKM dan terdapat peningkatan dalam penjualan pada UMKM tersebut. Selain itu, pemilik juga sudah memahami pentingnya pemasaran digital melalui aplikasi WhatsApp, Instagram, tiktok, dan Facebook untuk usahanya.

Diharapkan kepada pemilik Usaha Win Konveksi agar selalu memberikan pelayanan yang prima kepada publik, serta selalu melakukan promosi di media sosial agar lebih dikenal masyarakat luas. Untuk selanjutnya, diharapkan pemilik UMKM ini selalu rutin meng-upload postingan produknya pada media promosi digital melalui aplikasi whatsapp, IG, dan Facebook guna memperkenalkan produk ke masyarakat luas dan meningkatkan penjualannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Jasri, J., Said, S., & K, A. (2020). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Etnis Tionghoa Menggunakan Jasa Bank Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7 (1), 1–16.
- Meirina, D. T. (2011). Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja Pegawai. *Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Produktivitas Kerja Pegawai*, 10(19), 15–21.
- Mulyawati, I., & Pradita, M. (2018). Pelatihan Sablon bagi Karang Taruna dalam Menciptakan Peluang Bisnis. *Jurnal SOLMA*, 7(2), 299-308.
- Rahmayanie, A. M., Afiffah, A. V., Anggraini, I. D., Hermawan, H. D., Mukhlisin, L., & Kurniawan, D. (2022). Efektivitas Digital Marketing Sebagai Alternatif Pengembangan Strategi Marketing di Konveksi BUMDes. *Buletin Pengabdian Pendidikan*, 4(2), 123-132.
- Wahyuni, N. N. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif UMKM Berbasis Digital Marketing Pada Industri Konveksi di Desa Suwaduk, Wedarijaksa, Pati (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).