

---

## PEMBINAAN OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN TRAFFIC DAN CUSTOMER PADA UMKM SALON CENDANA

I Dewa Made Arik Permana Putra<sup>1,\*</sup>, Luh Putu Meilya Widyasti<sup>2</sup>

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

\*Email: dewaarik@unmas.ac.id

### ABSTRAK

Adanya program pengabdian masyarakat bertujuan untuk membantu pemilik UMKM dalam meningkatkan digitalisasi promosi dan pelayanannya yang baik kepada customer. Melalui program kerja pada UMKM Salon Cendana di Jalan Letda Reta No.38 Dangin Puri Kelod, Kec. Denpasar Timur, sudah terlaksana dengan baik. Dimulai dengan observasi, metode pembekalan, pelatihan, hingga terjun langsung ke lapangan dengan menerapkan bekal ilmu pendidikan perkuliahan dilanjutkan dengan mengimplementasikan kepada masyarakat melalui program kerja. Metode evaluasi pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat di tinjau dari keberlangsungan program kerja dan keefektifan, keberlangsungan program pada sasaran dari setiap program kerja.

**Kata Kunci:** Promosi, Media Sosial, Program Kerja.

### ANALISIS SITUASI

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Mahasaraswati Denpasar yang bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah yang terdapat di lingkungan sekitar atau masyarakat. Pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Salon Cendana yang merupakan bisnis usaha salon yang terletak di Jalan Letda Reta No.38 Dangin Puri Kelod, Kec. Denpasar Timur yang bergerak dibidang kecantikan berdiri sejak tahun 2006. Saat ini Salon Cendana memiliki karyawan sebanyak 2 karyawan. Adapun dampak yang dihadapi oleh UMKM Salon Cendana ini terungkap dari hasil observasi pada UMKM Salon Cendana yaitu dilihat dari sedikitnya pelanggan yang datang, hal ini di sebabkan oleh kurangnya promosi secara luas ke media sosial sehingga menyebabkan salon ini tidak ramai pengunjung. Selain itu juga alasan lain yang menyebabkan sedikitnya pelanggan yang datang pada salon ini yaitu kurangnya pengetahuan dan edukasi tentang penggunaan media sosial sebagai wadah promosi, dibutuhkan nya sebuah kerja sama tim untuk memajukan usaha, dan kurangnya edukasi mengenai pelayanan yang baik untuk menarik minat pelanggan.

Dalam pengabdian ini penulis berinisiatif untuk melakukan program kerja yang bisa membantu memaksimalkan permasalahan yang di alami pemilik UMKM Salon Cendana dan karyawannya. Program yang dimaksud yaitu dengan melakukan digitalisasi baik

secara promosi maupun transaksi dan mengedukasi seluruh karyawan UMKM Salon Cendana, karena program tersebut mampu untuk mengembangkan UMKM Salon Cendana.

### **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada hari senin, 10 Juli 2023 yang bertempat pada UMKM Salon Cendana. Penulis mendapatkan beberapa permasalahan yang berada di UMKM Salon Cendana ini, seperti:

1. Kurangnya pemanfaatan platform media sosial untuk promosi dan transaksi pembayaran digital.
2. Kurangnya edukasi dan kesadaran karyawan tentang pentingnya kerja sama tim dan pelayanan yang baik.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

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

1. Membantu melakukan pembuatan dan sosialisasi platform media sosial untuk promosi dan transaksi pembayaran digital.
2. Memberikan edukasi dan kesadaran karyawan tentang pentingnya kerja sama tim dan pelayanan yang baik.

### **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan program kerja di Salon Cendana dilakukan secara mandiri baik datang langsung ke tempat usaha, serta melalui media digital (daring) untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pemilik usaha. Langkah-langkah yang dilakukan adalah tim pelaksana melakukan observasi terlebih dahulu untuk menyesuaikan materi yang akan digunakan serta menyiapkan bahan/materi yang berkaitan dengan optimalisasi media sosial dan edukasi kerja sama tim dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Kemudian tim pelaksana membantu dalam pembuatan akun media sosial berupa akun Instagram dan aplikasi transaksi via digital berupa OVO Merchant.

Hasilnya dari akun Instagram yang dibuatkan tersebut akan menampilkan jasa-jasa yang ditawarkan, dan OVO Merchant untuk transaksi pembayaran via digital bagi customer. Ditemukan pula kendala lain yang diperlukan untuk mengadakan pembinaan dari segi manajemen sumber daya manusia yaitu dengan pengetahuan tentang pentingnya kerja sama tim dan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Terakhir tim pelaksana melakukan pendampingan kepada pelaku usaha untuk memastikan bahwa akun Instagram dan OVO Merchant yang dibuatkan telah paham digunakan. Serta mengevaluasi kembali terkait kendala yang dihadapi oleh karyawan dalam mengikuti program kerja.

---

## HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan dan 100% terealisasi. Adapun faktor-faktor dalam kegiatan pengabdian ini yaitu faktor keberhasilan, faktor pendukung, dan faktor penghambat, yaitu sebagai berikut:

### 1. Faktor Keberhasilan.

- a. Melatih dan mendampingi dalam penggunaan akun media sosial dan aplikasi transaksi digital.

Hal pertama yang dilakukan adalah membuat akun Instagram dan OVO Merchant. Dalam hal ini mahasiswa membantu membuat akun Instagram dan juga OVO Merchant. Setelah itu mulai memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan akun media sosial dan aplikasi transaksi digital tersebut. Seiring dengan berjalannya program ini, pemilik usaha dan karyawan sudah mulai memahami dengan baik cara-cara penggunaan dan bagaimana mengupload konten yang menarik di Instagram, lalu memahami cara mudah melakukan transaksi pembayaran digital dengan menggunakan aplikasi OVO Merchant. Hal itu disebabkan karena pemilik dan karyawan dapat merasakan langsung hasil kerja mereka, dengan melihat usaha salon saat ini memiliki banyak pengunjung baru yang datang dan sebagian pelanggan senang dengan adanya transaksi via digital yang telah mengikuti zaman. Kegiatan ini dilaksanakan dari tanggal 13 Juli s/d 14 Agustus 2023. Pelatihan dan pendampingan ini membutuhkan waktu yang cukup lama dikarenakan memang pemilik dan karyawan butuh waktu untuk memahami perubahan *system* yang terjadi pertama kalinya di tempat kerja mereka.

- b. Memberikan pengetahuan dan edukasi tentang pentingnya kerja sama tim dan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Keberhasilan dalam pemberian edukasi ini yaitu pemilik dan karyawan sekarang lebih memahami tentang bagaimana kerja sama tim ke sesama pekerja juga pemilik usaha dan sebuah pelayanan yang baik dan benar kepada pelanggan, manfaatnya dan hal-hal yang dilakukan dalam melaksanakan edukasi tersebut. Selain itu edukasi ini juga sudah mampu menjadikan UMKM Salon Cendana mendapatkan nilai yang baik dimata pelanggan yang baru datang. Semenjak pemberian edukasi ini semua karyawan mulai mengkomunikasikan segala sesuatu jika adanya kekurangan dan kelebihan yang terjadi ke sesama pekerja maupun ke pemilik usaha, juga menerapkannya dengan baik kepada pelanggan.

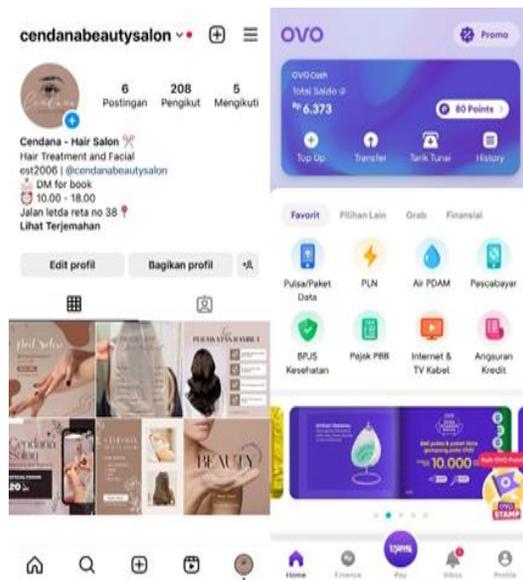
### 2. Faktor Pendukung

Dalam melakukan segala kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Salon Cendana, telah mendapatkan dukungan dari segala pihak seperti pemilik usaha dan seluruh karyawan UMKM Salon Cendana. Pada saat melakukan pengabdian

masyarakat di salon, mahasiswa mendapatkan segala akses untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat oleh pemilik usaha.

### 3. Faktor Penghambat.

Dalam melakukan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Salon Cendana beberapa faktor penghambat seperti karyawan yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda dan karakter yang beragam dan kurangnya rasa percaya diri dalam penyampaian ide kreatif untuk membangun kualitas perusahaan yang lebih baik yang dapat menghambat kegiatan.



**Gambar 1.** Proses sosialisasi berupa pelatihan dan pendampingan penggunaan akun media sosial Instagram dan aplikasi transaksi digital OVO Merchant.



**Gambar 2.** Proses Pemberian pengetahuan dan edukasi tentang pentingnya kerja sama tim dan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Melalui program pembinaan dan mendukung seluruh karyawan salon cendana mengenai pentingnya digitalisasi pemasaran melalui media sosial secara optimal guna meningkatkan dan memperluas jangkauan pemasaran, customer yang dapat mudah melakukan transaksi via digital, juga pentingnya sebuah kerja sama tim dan pelayanan yang baik kepada pelanggan guna menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan meningkatkan hasil pendapatan. Dengan adanya program ini penulis berharap seluruh karyawan UMKM Salon Cendana Ibu Meiske nantinya dapat terus menerapkan cara atau upaya pemasaran yang baik dan optimal mengingat bahwa jumlah pesaing semakin banyak, maka harus dibarengi dengan pemanfaatan digitalisasi yang sudah semakin maju dan canggih.

Saran yang dapat penulis berikan diharapkan kepada seluruh karyawan UMKM Salon Cendana Ibu Meiske dapat terus mengikuti dan menerapkan perkembangan teknologi digital dengan baik dan optimal agar nantinya UMKM ini dapat bertahan dan bersaing dengan UMKM lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Barger, V., Peltier, J. W., & Schultz, D. E. (2016). Social media and consumer engagement: a review and research agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JRIM-06-2016-0065>
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130
- Nurimani, G. S. (2022). Strategi Promosi di Media Sosial dalam Menarik Minat Beli Produk Pakaian. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 59-62.
- Ryan, D. (2009). Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation. *Journal of Direct Data and Digital Marketing Practice*. <https://doi.org/10.1057/dddmp.2009.7>
- Tjiptono dan Diana. 2020. *Pemasaran*. Makassar: ANDI