

PERLUASAN PEMASARAN MELALUI PENINGKATAN PROMOSI DENGAN MEMANFAATKAN DIGITAL MARKETING PADA PT PELITA AIR SERVICE CABANG DENPASAR

Putu Novia Hapsari Ardianti^{1,*}, Dewa Ayu Dwi Indra Swari²

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

*Email: noviahapsari@unmas.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan media sosial saat ini sangat dibutuhkan oleh pemilik bisnis untuk meningkatkan usahanya. Penggunaan digital marketing sendiri, sangat berpengaruh bagi pemilik bisnis dimulai interaksi dengan konsumen melalui jejaring sosial maupun untuk mempromosikan barang dan jasa yang dijual tersebut. Secara keseluruhan, tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mendeskripsikan konsep pelayanan dan pemasaran. Pada perkembangan maskapai penerbangan masih banyak yang memerlukan bantuan dari pemerintah sebagai pihak yang berwenang, dan dari perguruan tinggi dalam bentuk keterlibatan mahasiswa dan pemuda baik dari sisi pelatihan, serta bantuan edukasi teknologi khususnya bagi Manajer Pelita Air Service Cabang Denpasar. Diharapkan dengan dilakukannya program pengabdian masyarakat ini dapat membantu menyebarluaskan pengenalan maskapai penerbangan Pelita Air Service Cabang Denpasar.

Kata Kunci: Promosi, Digitalisasi, Sosial Media.

ANALISIS SITUASI

Pelita Air Service Cabang Denpasar merupakan salah satu lini bisnis milik BUMN yaitu PT Pertamina. Pelita Air Service Cabang Denpasar merupakan salah satu maskapai penerbangan yang melayani rute dari Denpasar ke Jakarta yang dimulai pada tanggal 28 April pada tahun 2022 lalu. Pada sistem yang saat ini sedang berjalan ditemukan beberapa kekurangan seperti, kurangnya promosi perusahaan pada Pelita Air Service Cabang Denpasar sehingga belum banyak masyarakat pengguna jasa transportasi udara yang mengetahui mengenai maskapai penerbangan Pelita Air Service, kurangnya penggunaan media promosi pada bagian marketingnya.

Perolehan informasi tiket didapatkan dari peletakan brosur pada meja ticketing dan dari mulut ke mulut dan juga media sosial Instagram dan membuat iklan di sosial media. Kemudian pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus dapat menarik minat pelanggan dengan pelayanan yang ramah dan mudah dipahami oleh pelanggan.

Berdasarkan permasalahan di atas menarik untuk mendigitalisasi ke semua social media untuk mengetahui cara penggunaan media promosi perusahaan sehingga menjadi lebih dikenal di sosial media dan masyarakat akan mengetahui maskapai penerbangan Pelita Air Service Cabang Denpasar tanpa harus ke loket pembelian tiket. Segala pencetakan brosur sehingga nantinya juga lebih mudah untuk mengetahui informasi tentang maskapai penerbangan Pelita Air Service Cabang Denpasar.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, maka pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan persetujuan dari Airline Executive Pelita Air Service Cabang Denpasar, program kerja yang saya lakukan yaitu pengembangan strategi pemasaran digital dengan mengajak karyawan untuk mengamati dan membuat konten digital yang sedang tren sesuai dengan target maskapai penerbangan, kemudian pembuatan konten digital yang menarik dengan mengajak karyawan untuk membuat konten promosi yang kreatif dan informatif, dan selanjutnya pengembangan strategi personalisasi pelanggan dengan mengajak karyawan untuk mengimplementasikan sistem manajemen hubungan pelanggan (*Customer Relationship Management/CRM*) agar memahami preferensi, kebiasaan dan kebutuhan pelanggan.

KONSEP DIGITAL MARKETING

Media Online

Media *online* disebut juga dengan digital media adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Pengertian media *online* secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara (Irwansyah, 2011). Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Dengan pengertian media *online* secara umum ini, maka *email*, *mailing list* (milis), website, blog, Whatsapp, dan media sosial masuk dalam kategori media *online*.

Media *online* adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Didalamnya terdapat portal, *website* (situs web), *radio-online*, *TV-online*, *pers online*, *mail-online*, dan lain-lain, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan user memanfaatkannya.

Media *online* memiliki beberapa kekuatan yang tidak dimiliki oleh media cetak dan media elektronik (McLuhan, 2011), yaitu :

- a) Terdapat *link* untuk menawarkan pengguna (*user*) dalam membaca informasi secara *online*.
- b) Konsumen dapat melihat informasi baru secara *up to date*.
- c) Informasi dapat diperbaharui secara luas secara *online*.
- d) Terdapat fitur membuat konten, foto, video dan suara yang mudah secara *online*.
- e) Dapat menyimpan data secara *online* tanpa terbatas waktu.

Penggunaan internet yang mulai merambah berbagai kalangan dapat membuat orang-orang banyak menghabiskan waktu secara virtual (McQuail, 2011). Hal ini menyebabkan media secara *online* mulai banyak mengembangkan *platform-platform* baru dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti *chat room*, *game online*, dan lain sebagainya.

Media Sosial

Menurut Zarella (2011), media sosial merupakan paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Sedangkan menurut Asmaya (2015) media sosial merupakan *platform* yang mampu membantu dan memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis

komunitas. Kehadiran media sosial menandakan pergeseran arah dalam penggunaan media komunikasi yang sekarang serba berbasis internet dan bisa memfasilitasi saluran akses beragam bidang (Susanti, Gunawan, & Sukaesih, 2019).

Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah pemasaran menggunakan internet sebagai media pemasaran. Pemasaran digital sangat membantu kegiatan bisnis karena kemampuan baru konsumen dalam mengikuti arus digitalisasi. Dengan adanya digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu atau *real time* dan bisa diakses di seluruh dunia, serta seseorang juga dapat melihat berbagai barang melalui internet. Sebagian besar sebuah informasi mengenai berbagai produk sudah tersedia di internet dalam kemudahan pemesanan dan kemampuan konsumen dalam membandingkan sebuah produk dengan produk lainnya.

Menurut Kotler (2018) pemasaran online (e-marketing) adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer menjangkau beragam layanan informasi online. Sedangkan menurut Bala (2018) e-marketing adalah melakukan bisnis online yang bentuknya paling jelas adalah menjual produk kepada konsumen secara online.

Menurut Irmawati (2011) model bisnis dalam layanan bisnis online (e-marketing) terbagi atas 6 (enam) jenis, antara lain:

a) *Connectivity*

Bisnis yang berbasis layanan akses internet kepada pelanggannya.

b) *Context*

Bisnis yang memberikan layanan dengan berupa informasi dan hiburan.

c) *Content*

Bisnis yang memberikan layanan dengan basis berupa teks atau gambar sebagai inti bisnisnya.

d) *Communication*

Layanan komunikasi berbasis internet dengan menggunakan media interaktif.

e) *Community*

Bisnis yang membangun komunitas digital dengan *media message, board, web chat*, maupun penyedia *web mail*.

f) *Commerce*

Model bisnis yang melakukan aktivitas bisnis berbasis internet.

Pemasaran digital yang semakin berkembang dan berkaitan erat dengan media sosial sangat mempermudah konsumen mendapatkan informasi yang diinginkan. Instagram merupakan salah satu media sosial yang masuk dalam kategori jejaring sosial yang dapat diakses dengan mudah, dan dapat memberikan informasi.

PERUMUSAN MASALAH

Selama dilakukannya observasi pada PT Pelita Air Service Cabang Denpasar diperoleh bahwa terdapat berbagai permasalahan dalam hal melakukan pemasaran digital.

Mengacu kepada identifikasi masalah, maka masalah utama mitra bisnis adalah masalah pemasaran. Hasil identifikasi bahwa semua mitra mengalami kesulitan dalam hal penjualan, menurunnya volume penjualan dan tidak adanya konsumen. Sementara mengacu kepada tujuan kerja adalah meningkatkan kembali aktivitas bisnis melalui penjualan atau pemasaran, maka pemecahan masalah yang dipilih adalah pelatihan yang terkait dengan pemasaran dalam bentuk bagaimana meningkatkan penjualan. Dengan demikian pemecahan masalahnya adalah dengan mengadakan pelatihan pemasaran melalui alternatif strategi pemasaran. Dalam hal ini penggunaan media sosial merupakan salah satu saluran pemasaran yang dinilai dapat efektif dalam memasarkan produk.

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

- 1) Kurangnya kemampuan promosi perusahaan dalam pembuatan video promosi yang sedang tren.
- 2) Kurangnya kemampuan penggunaan media promosi pada bagian marketing Pelita Air Service Cabang Denpasar.
- 3) Kurangnya kemampuan dalam memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan maskapai penerbangan

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dari permasalahan yang dialami oleh PT Pelita Air Service Cabang Denpasar sesuai dengan prioritas permasalahannya berikut beberapa solusi yang dapat diberikan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi antara lain:

- 1) Memberikan penyuluhan kepada para karyawan untuk mengamati dan membuat konten digital yang sedang tren sesuai dengan target maskapai penerbangan.
- 2) Melakukan pendampingan kepada para karyawan untuk membuat konten promosi yang kreatif dan informatif.
- 3) Melakukan observasi preferensi dan kebutuhan pelanggan maskapai penerbanga

WAKTU PELAKSANAAN

Tabel.1 Waktu Pelaksanaan

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Memberikan pengarahan pada karyawan mengenai mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk maskapai penerbangan dengan fokus pada peningkatan visibilitas merek, peningkatan penjualan tiket, dan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital.	13 Juli 2023 sampai dengan 18 Juli 2023
2	Memberikan pelatihan kepada salah satu karyawan mengenai tata cara pembuatan konten digital yang menarik dan relevan untuk meningkatkan engagement pelanggan dan menciptakan pengalaman positif dengan maskapai penerbangan Pelita Air	24 Juli 2023 sampai dengan 27 Juli 2023

3	Mendampingi karyawan dalam melakukan pemasaran melalui media sosial salah satunya yang digunakan yakni Instagram dalam pembuatan konten video yang menarik serta informatif.	2 Agustus sampai dengan 6 Agustus 2023
4	Melakukan observasi sejauh mana para karyawan telah memahami pemanfaatan digital marketing setelah dilakukannya pelatihan serta meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat hubungan dengan para pelanggan setia Pelita Air.	9 Agustus sampai dengan 13 Agustus 2023

TEMPAT PELAKSANAAN

Tabel.2 Tempat Pelaksanaan

No	Kegiatan	Tempat Pelaksanaan
1	Memberikan pengarahan pada karyawan mengenai mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk maskapai penerbangan dengan fokus pada peningkatan visibilitas merek, peningkatan penjualan tiket, dan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital.	PT Pelita Air Service Cabang Denpasar
2	Memberikan pelatihan kepada salah satu karyawan mengenai tata cara pembuatan konten digital yang menarik dan relevan untuk meningkatkan engagement pelanggan dan menciptakan pengalaman positif dengan maskapai penerbangan Pelita Air.	PT Pelita Air Service Cabang Denpasar
3	Mendampingi karyawan dalam melakukan pemasaran melalui media sosial salah satunya yang digunakan yakni Instagram dalam pembuatan konten video yang menarik serta informatif.	PT Pelita Air Service Cabang Denpasar
4	Melakukan observasi sejauh mana para karyawan telah memahami pemanfaatan digital marketing setelah dilakukannya pelatihan serta meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperkuat hubungan dengan para pelanggan setia Pelita Air.	PT Pelita Air Service Cabang Denpasar

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program kerja di Pelita Air Service Cabang Denpasar dilakukan secara mandiri baik datang langsung ke kantor penjualan tiket, serta melalui media digital (daring) untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra sasaran. Langkah-langkah yang dilakukan dibawah ini:

1) Metode Observasi

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) Metode Perencanaan Program

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam kegiatan observasi dengan partisipasi penulis untuk terlibat langsung dalam lingkungan perusahaan serta dengan dilaksanakannya konsultasi dengan pihak pimpinan perusahaan dan dosen pembimbing, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut yaitu di PT Pelita Air Service Cabang Denpasar.

3) Metode Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tim pelaksana membantu dalam pembuatan strategi pemasaran yaitu dengan cara mengajak karyawan untuk membuat dan memposting iklan di media social, meletakkan brosur di meja penjualan tiket, melakukan penawaran melalui telepon/email dan mengenalkan maskapai Pelita Air Service Cabang Denpasar.

4) Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dalam hal ini dokumentasi sebagai bukti bahwa berjalannya Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Lokasi yaitu pada PT Pelita Air Service Cabang Denpasar.

5) Metode Evaluasi

Pasca pelatihan dan bimbingan, dilakukan evaluasi terhadap mitra untuk melihat respons dan manfaat dari hasil pelatihan dan bimbingan tersebut serta adanya peningkatan baik pengetahuan maupun keterampilan dari para mitra bisnis. Selain itu juga untuk menilai tingkat pemahaman dan kepuasan dari pelatihan. Evaluasi juga untuk melihat apakah ada dampak dari pemberian pelatihan tersebut dan dapat menciptakan inovasi secara mandiri setelah diberikan pelatihan.

6) Penyusunan Laporan

Laporan ini dapat digunakan sebagai referensi untuk perusahaan dalam mengambil keputusan serta pembuatan kebijakan baru kedepannya. Sehingga dengan tambahan referensi tersebut perusahaan akan dapat memperoleh hasil yang tepat dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Laporan ini terdiri dari rangkuman serta hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan pada perusahaan.

Dengan diterapkannya metode pelaksanaan ini dapat diharapkan bisa mencapai target sebagai berikut :

- 1) Dapat meningkatkan dan mempererat hubungan kerja antar karyawan sehingga akan berdampak langsung dengan meningkatnya kinerja karyawan swari spa relaxation.
- 2) Dapat menciptakan sarana pembelajaran baru sehingga dapat tercapainya kesetaraan kemampuan antar para karyawan.
- 3) Dapat menyelesaikan permasalahan terkait kompensasi dan meningkatkan daya promosi melalui sosial media agar perusahaan dapat mencapai target penjualan yang diharapkan.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Perluasan pemasaran melalui peningkatan promosi dengan memanfaatkan digital marketing pada PT Pelita Air Service Cabang Denpasar telah berhasil dilaksanakan melalui kegiatan memberikan pelatihan pengembangan strategi pemasaran digital, pembuatan konten digital yang menarik, dan pengembangan strategi personalisasi pelanggan.

Adapun hasil kegiatan pengabdian masyarakat pada Pelita Air Service Cabang Denpasar adalah sebagai berikut:

- 1) Pemasaran yang dilakukan secara offline/online yang membuat acuan sebagai penjual. Sehingga terdapat peningkatan pengenalan pelanggan terhadap maskapai penerbangan Pelita Air, pelanggan yang awalnya tidak mengetahui jika ada maskapai Pelita Air menjadi tahu dan membeli tiketnya. Dengan adanya brosur pelanggan lebih tertarik untuk melihat. Dan dengan pelayanan yang ramah membuat pelanggan tetap memilih maskapai Pelita Air Service Cabang Denpasar.
- 2) Pemasaran yang dibuat dengan cara mempromosikan maskapai Pelita Air Service dengan cara membuat video dan konten yang bersifat menarik dan informatif yang berkaitan dengan Pelita Air Service Cabang Denpasar.

- a) Hal penting yang harus ada dalam media sosial

Media *online* disebut juga dengan digital media adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Dalam pengertian umum ini, media *online* juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara *online*. Salah satunya adalah media sosial yang menjadi tren akhir-akhir ini. Namun ada beberapa hal penting yang harus diperhatikan dalam menggunakan media sosial, yaitu profil usaha, bahasa yang menarik, foto, kualitas produk dan kemasan produk. Foto merupakan hal penting visual tersirat dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Gambar yang menarik dalam foto menjadi kunci penting dalam menarik konsumen dalam penjualan yang dilakukan oleh mitra bisnis. Foto produk dari para mitra bisnis dimasukkan ke dalam media sosial yang sering digunakan yaitu Instagram. Di mana hal ini sesuai dengan pernyataan sebelumnya, Instagram sering digunakan dalam kegiatan bisnis.

- b) Manfaat media sosial yang digunakan mitra bisnis

Salah satu desain media *online* yang paling umum diaplikasikan dalam praktik jurnalistik modern dewasa ini adalah berupa situs berita. Media sosial merupakan paradigma media baru dalam konteks industri pemasaran. Penggunaan media sosial juga menjadi media digital marketing tertinggi pada tahun 2021. Manfaat yang dihasilkan dari penggunaan media sosial sangat banyak dan beragam. Diantaranya adalah meminimalisasi biaya operasional, memudahkan transaksi, menguntungkan, memudahkan penjualan, hemat tempat, sistem serba *online* dan mempermudah promosi. Selain mudah dan ekonomis dalam promosi, media sosial juga memiliki fitur-fitur desain menarik dalam menggapai target konsumen lebih banyak dibandingkan secara konvensional. Ditambah lagi masyarakat era 2021 ini, sudah banyak mengenal

digital dan *gadget* yang menjadi kebutuhan sehari-hari. Sehingga promosi sering dilakukan dalam media sosial oleh para mitra bisnis, seperti Instagram, Whatsapp dan Facebook.

- c) Hal penting dalam pengelolaan media sosial yang digunakan mitra bisnis
- Media sosial merupakan platform yang mampu membantu dan memfasilitasi berbagai kegiatan seperti mengintegrasikan situs web, interaksi sosial, dan pembuatan konten berbasis komunitas. Begitu banyaknya media sosial seiring perkembangan jaman hingga tahun 2021 ini, maka fitur konten yang ditampilkan pun beragam. Kata-kata yang digunakan, waktu saat memposting, postingan yang menarik, foto yang menarik dan tampilan profil usaha. Tampilan profil ini menjadi sangat penting bagi mitra bisnis karena dapat mewakili identitas terhadap usaha yang akan di promosikan melalui media sosial. Setelah itu, waktu saat memposting menjadi langkah kedua yang cukup penting bagi mitra dalam memberikan informasi update kepada konsumen. Tampilan profil yang dilakukan oleh para mitra bisnis, sering menggunakan Instagram sebagai media sosialnya. Di mana Instagram memiliki kemudahan dalam mendesain fitur profil dan menampilkan update produk dari para mitra bisnis. Hal ini sesuai dengan pengetahuan dan intensitas penggunaan media sosial yang sering digunakan oleh para mitra.

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam hal Perluasan pemasaran melalui peningkatan promosi dengan memanfaatkan digital marketing pada PT Pelita Air Service Cabang Denpasar ini telah berhasil terlaksanakan melalui:

- 1) Melaksanakan pengarahan kepada salah satu karyawan mengenai kemampuan baru konsumen dalam mengikuti pelatihan dalam bentuk pemantauan terhadap transaksi yang dilakukan setiap waktu atau *real time* dan yang bisa diakses oleh para mitra bisnis secara *online*. Pemantauan menunjukkan bahwa ada peningkatan pengetahuan dan keterampilan para mitra. Selama berlangsungnya pelatihan, setiap mitra akan diawali dengan wawancara terkait dengan kebutuhan yang diinginkan dalam mengembangkan bisnisnya. Setelah itu, baru dilakukan pelatihan berupa digital marketing yang disesuaikan jenis media sosial yang ingin digunakan. Selain itu, hal ini dikarenakan *team-work* dari tim pengabdian masyarakat selama pelatihan berlangsung.



Gambar 1. Sesi pelatihan pada salah satu karyawan dalam menganalisis transaksi yang dilakukan setiap waktu

- 2) Pemasaran digital adalah pemasaran menggunakan internet untuk sebagai media pemasaran. Pemasaran digital sangat membantu mitra bisnis karena kemampuan baru dalam mengikuti arus digitalisasi. Pengaruh digital marketing oleh para mitra bisnis sangat dirasakan terhadap pengembangan usahanya, terutama dari segi pemasaran dan penjualan. Hal ini dibuktikan dari pengetahuan dan penggunaan media sosial yang digunakan oleh para mitra bisnis cukup tinggi. Terutama dengan menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial yang sering digunakan para mitra bisnis untuk dapat menunjang pemasaran dan penjualan produk. Selain itu digital marketing dapat digunakan dalam mempermudah promosi dengan pembuatan profil usaha para mitra bisnis.



Gambar 2. Meningkatkan keahlian karyawan dengan kegiatan berbagi pengetahuan mengenai digital marketing



Gambar 3. Hasil dari pembuatan sosial media dan situs pendukung sarana promosi digital perusahaan



Gambar 4. Hasil desain serta pembuatan banner untuk mendukung kegiatan promosi perusahaan

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada PT Pelita Air Service Cabang Denpasar dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang terjadi pada Pelita Air Service Cabang Denpasar dapat diatasi dengan beberapa solusi antara lain :

- 1) Mengoptimalkan pengembangan strategi pemasaran digital yang efektif untuk maskapai penerbangan dengan fokus pada peningkatan visibilitas merek, peningkatan penjualan tiket, dan interaksi dengan pelanggan melalui platform digital.
- 2) Membuat konten digital yang menarik dan relevan untuk meningkatkan engagement pelanggan dan menciptakan pengalaman positif dengan maskapai penerbangan Pelita Air.
- 3) Memberikan pelatihan kepada seluruh karyawan mengenai tata cara menganalisis data pelanggan yang ada untuk memahami preferensi, kebiasaan, dan kebutuhan para pelanggan.

Dari seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat bahwasanya yang sebelumnya promosi maskapai yang hanya mengandalkan offline di kantor loket pembelian tiket sebagai bahan promosi yang tidak maksimal, sekarang dengan menggunakan media social sebagai alat pemasaran produk menjadikan pengenalan lebih efisien dan banyak peminatnya untuk menjadi kemajuan dari Pelita Air Service Cabang Denpasar. Dan dengan mempromosikan atau membuat brosur di depan pelanggan membuat ketertarikan sehingga bisa menarik minat beli pelanggan dengan

cara digitalisasi ini dan memperluas jangkauan masyarakat yang ada sebelumnya tidak mengetahui maskapai Pelita Air menjadi tahu dan menjadi pelanggan yang loyal terhadap Pelita Air Service Cabang Denpasar.

Saran

Adapun saran yang dapat pelaksana sampaikan dalam kegiatan ini diharapkan dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini mampu lebih membantu pihak mitra dalam meningkatkan perluasan pemasaran serta untuk para karyawan yang bekerja mampu lebih baik lagi kedepannya agar dapat membantu pihak mitra dalam meningkatkan pemasaran dan juga mempromosikan maskapai Pelita Air Cabang Denpasar ini agar menjadi salah satu maskapai yang banyak dipilih dalam perjalanan menggunakan transportasi udara. Dan diharapkan program kerjayang sudah terlaksana mampu dilanjutkan dengan baik untuk membantu mengembangkan bisnis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Amstrong dan Kotler, 1999. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Delapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- KUSUMA, TAUFIQ CHANDRA, *et al.* Sosialisasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Media Online Di Masa Pandemi Covid-19 Di Dukuh Ngrancah, Musuk, Boyolali. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 2021, 2.10: 34-38.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11(2), 46-53.
- LPPM. 2022. *Buku Pedoman Kuliah*