

PENGOPTIMALAN PENINGKATAN KINERJA PEGAWAI TIARA YEH AYA DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN TERHADAP CUSTOMER

Made Ika Prastyadewi^{1,*}, I Putu Krisna Dawantara²

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

*Email: ika.prastyadewi@unmas.ac.id

ABSTRAK

Di era digital ini, perusahaan di berbagai sektor industri dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Mulai dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah gambaran bisnis secara drastis, dengan banyak perusahaan beralih ke lingkungan bisnis yang lebih terhubung dan berbasis teknologi. Seiring dengan perkembangan ini, digitalisasi telah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk tetap relevan, berdaya saing, dan memperoleh keunggulan kompetitif selain itu pelayanan yang diberikan kepada customer juga perlu ditingkatkan agar customer mendapatkan kenyamanan serta kemudahan saat berbelanja. Tiara Dewata cabang Yeh Aya merupakan Departemen Store dari PT. Adikarya Pangan Freshindo yang menjual kebutuhan sehari-hari seperti produk-produk makanan, minuman dan produk keperluan dapur (buah-buahan, sayuran, daging, ikan, tahu, tempe, dan bumbu-bumbuan). Permasalahan yang ditemukan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Tiara Dewata cabang Yeh Aya yaitu kurangnya pengelolaan dalam menggunakan media digital, sehingga berdampak pada penurunan target pasar yang menasar pada kaum milenial (18 – 30 tahun), kebutuhan sanitasi yang kurang pada area Tiara Dewata cabang Yeh Aya perlu ditingkatkan, kurangnya karyawan di beberapa departemen yang membuat konsumen kebingungan mengenai produk yang dipajang serta kurang lengkapnya produk yang dijual, mengingat Tiara baru pindah

Kata Kunci: Tiara Dewata, Digitalisasi, Pelayanan

ANALISIS SITUASI

Di era digital ini, perusahaan di berbagai sektor industri dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat. Mulai dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah gambaran bisnis secara drastis, dengan banyak perusahaan beralih ke lingkungan bisnis yang lebih terhubung dan berbasis teknologi. Seiring dengan perkembangan ini, digitalisasi telah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk tetap relevan, berdaya saing, dan memperoleh keunggulan kompetitif selain itu pelayanan yang diberikan kepada customer juga perlu ditingkatkan agar customer mendapatkan kenyamanan serta kemudahan saat berbelanja. Melalui berkembangnya internet, perkembangan teknologi digital telah memberikan kemudahan bagi para pelaku bisnis, sehingga tidak lagi menemui kesulitan dalam memperoleh informasi apapun yang dapat dengan mudah dan cepat tersebar luas untuk mendukung aktivitas bisnis secara global.

Salah satu hal yang paling penting dalam menjalankan sebuah bisnis yaitu adanya kegiatan promosi untuk memasarkan produk maupun jasa. Promosi merupakan hal

yang penting dalam memasarkan suatu produk atau jasa, sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk atau jasa tersebut (Duan et al., 2019). Kegiatan promosi merupakan bagian dari strategi pemasaran yang dibutuhkan pada usaha bisnis, baik usaha kecil maupun menengah (Tresnawati & Prasetyo, 2018). Dalam mempromosikan produk atau jasa, iklan menjadi salah satu kunci kesuksesan untuk menarik minat beli calon konsumen. Iklan merupakan suatu sarana alternatif yang sering digunakan dalam perusahaan sebagai komunikasi pemasaran (Winata & Nurcahya, 2017). Bagi konsumen, iklan diterima sebagai sumber pengetahuan baru mengenai *brand* serta berpotensi untuk meningkatkan nilai tambah suatu *brand*.

Adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membuat penggunaan internet menjadi lebih mudah dan cepat, yang kemudian memunculkan teknologi pemasaran (Khoziyah & Lubis, 2021). Media sosial pun telah dijadikan tempat pemasaran bagi perusahaan, karena rata-rata penggunaannya untuk berinteraksi atau membagikan informasi. Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya, bekerja sama, berbagi informasi dan mengekspresikan diri sendiri (Duan et al., 2019). Media sosial mudah digunakan dan mudah dipelajari untuk pengguna baru. Melalui menggunakan media sosial tidak membutuhkan biaya yang besar atau bahkan gratis. Media sosial memberikan akses yang mudah bagi penggunaannya untuk berinteraksi atau berbagi informasi. Penyebaran informasi melalui media sosial yang sering digunakan saat ini seperti *Instagram*, *Facebook*, *Tik-tok* dan *Twitter* merupakan media sosial yang mengalami perkembangan paling pesat dan mempunyai anggota terbanyak hingga saat ini..

Di dunia yang didorong oleh teknologi saat ini, situs jaringan sosial telah menjadi jalan di mana pelaku usaha dapat memperluas pemasaran ke konsumen yang lebih luas (Waruwu et al., 2022). Melalui media promosi yang digunakan pada suatu usaha sebaiknya menggunakan *platform digital* dikarenakan lebih mudah untuk diakses dan lebih diminati oleh kalangan masyarakat utamanya di dalam era digitalisasi ini. Namun, salah satu tantangan utama yang harus dihadapi antar bisnis adalah bagaimana cara agar tetap bisa bertahan dan berkembang pada usaha mereka serta bagaimana membuat cara agar menarik dan mempertahankan calon pelanggan. Apalagi para konsumen saat ini tidak lagi mencari informasi produk melalui iklan-iklan baris, tetapi sudah mengandalkan internet. Disamping itu, kondisi lingkungan serta fasilitas kebersihan pada tempat usaha memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas karyawan dan pelanggan. Salah satu hal yang dapat meningkatkan kualitas kondisi lingkungan adalah menjaga kebersihan lingkungan tempat usaha, sehingga mendapatkan kenyamanan sendiri dengan jaminan kesehatan dan kebersihan yang ada.

Adanya pelayanan pelanggan yang maksimal akan menjadi senjata utama dalam usaha memenangkan persaingan, seiring banyaknya perusahaan yang mempunyai produk yang sama untuk ditawarkan kepada pelanggan. Pelayanan pelanggan merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan kepuasan. Pelanggan membutuhkan informasi yang lengkap dan jelas, pelayanan yang lebih cepat,

kenyamanan pelayanan, dan lain-lain. Pelayanan pelanggan disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan

Tiara Dewata cabang Yeh Aya merupakan Departemen Store dari PT. Adikarya Pangan Freshindo yang menjual kebutuhan sehari-hari seperti produk-produk makanan, minuman dan produk keperluan dapur (buah-buahan, sayuran, daging, ikan, tahu, tempe, dan bumbu-bumbuan). Permasalahan yang ditemukan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Tiara Dewata cabang Yeh Aya yaitu kurangnya pengelolaan dalam menggunakan media digital, sehingga berdampak pada penurunan target pasar yang menyasar pada kaum milenial (18 – 30 tahun), kebutuhan sanitasi yang kurang pada area Tiara Dewata cabang Yeh Aya perlu ditingkatkan, kurangnya karyawan di beberapa departemen yang membuat konsumen kebingungan mengenai produk yang dipajang serta kurang lengkapnya produk yang dijual, mengingat Tiara baru pindah.

PERUMUSAN MASALAH

Dari analisis situasi yang saya jelaskan diatas rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Kurangnya pemahaman dan pengelolaan dalam menggunakan media digital, sehingga menyebabkan target pemasaran menurun yang menyasar pada kaum milenial (18 – 30 tahun).
2. Kurangnya peningkatan kebutuhan sanitasi pada karyawan serta pelanggan di Tiara Dewata Yeh Aya.
3. Kurangnya karyawan di beberapa departemen
4. Kurang lengkapnya produk yang dijual

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas maka dapat disampaikan solusi yang dituangkan kedalam program kerja pengabdian masyarakat sebagai berikut.

1. Sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran sarana alternatif.
2. Pelatihan serta pengembangan pemanfaatan media sosial kepada karyawan Tiara Dewata Yeh Aya melalui pemanfaatan media sosial *instagram*, *tik-tok*, serta *facebook* sebagai sarana informasi dan media promosi.
3. Pelatihan serta peningkatan sanitasi bagi karyawan Tiara Dewata Yeh Aya.
4. Menempatkan orang sesuai kebutuhan departemen, sehingga konsumen tidak bingung saat memerlukan suatu barang karena bisa bertanya kepada karyawan.
5. Mencarikan produk yang paling disukai konsumen agar produk tersebut laku dijual

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Kurangnya pemahaman dalam menggunakan media digital sebagai sarana pemasaran alternatif dan kurangnya peningkatan sanitasi pada karyawan di Tiara Dewata Yeh Aya. Maka, dari program yang telah dilaksanakan, tentunya berjalan dengan hasil yang maksimal dan sesuai dengan harapan semua pihak. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pencapaian proker ini ialah :

1. Pengenalan media sosial dan jenis-jenis media sosial dan Pembuatan akun penjualan pada media sosial yang sudah disetujui sebelumnya dan memberikan penjelasan mengenai cara



Gambar 1. Pengenalan media sosial dan memberikan penjelasan mengenai cara serta membawa produk yang akan dipakai contoh

2. Pengenalan media sosial *instagram*, *tik-tok* serta *facebook* sebagai media pemasaran. Dan Melakukan pelatihan pemasaran produk melalui pembuatan video pada media sosial *instagram*, *facebook* dan *tik-tok*.



Gambar 2. Pengenalan *social media* dan pelatihan memasarkan produk

3. Melakukan penyuluhan terkait kebersihan diri dan lingkungan tempat kerja.



Gambar 3. Melakukan penyuluhan terkait kebersihan diri dan lingkungan tempat kerja.

4. Menempatkan orang sesuai kebutuhan departemen, sehingga konsumen tidak bingung saat memerlukan suatu barang karena bisa bertanya kepada karyawan



Gambar 4. Mengajukan ke atasan untuk menambahkan karyawan

5. Mencarikan produk yang paling disukai konsumen agar produk tersebut laku dijual



Gambar 5. Melakukan penyuluhan terkait kebersihan diri dan lingkungan tempat kerja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan di Tiara Dewata Yeh Aya dengan program berjudul “Pengoptimalan Peningkatan Kinerja Pegawai Tiara Yeh Aya Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Customer”. Adapun beberapa program kerja yang telah dilaksanakan sebagai berikut,

1. Sosialisasi mengenai pentingnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran sarana alternatif.
2. Pelatihan serta pengembangan pemanfaatan media sosial kepada karyawan Tiara Dewata Yeh Aya melalui pemanfaatan media sosial *instagram*, *tik-tok*, serta *facebook* sebagai sarana informasi dan media promosi.
3. Pelatihan serta peningkatan sanitasi bagi karyawan Tiara Dewata Yeh Aya.

Program pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 13 Juli 2023 sampai dengan 14 Agustus 2023, yang mendapatkan hasil serta respon yang positif dari karyawan serta pelanggan tempat mitra. Berdasarkan hasil dari kegiatan yang telah dilakukan dan melihat perubahan positif yang terjadi, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang telah diprogramkan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Para karyawan Tiara Dewata Yeh Aya dapat memahami dan mengembangkan media sosial sebagai media pemasaran, serta mendapatkan pengetahuan mengenai pentingnya sanitasi di suatu Perusahaan.

Saran

Program pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terlaksana dengan baik dan memberikan respon yang positif. Setelah menyelesaikan program kegiatan pengabdian Masyarakat ini, besar harapan dari penulis yang terus dilakukan dan ditingkatkan melalui pendampingan secara berkelanjutan sehingga nantinya dapat meningkatkan target pemasaran dan mampu menambah nilai tambah ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin Achmad, Z., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah Dhillah Syifana, A., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.1.17-31>
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Tobelo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 128. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23710.128-136>

- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner kika's Catering di Media Sosial. *Profesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 102. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.15333>
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.649>
- Waruwu, S., Mendrofa, Y., & Gulo, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (JAMANE)*, 1(2), 286–294.
- Winata, A., & Nurcahya, I. K. (2017). Pengaruh Iklan Pada Media Televisi Terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5660–5692.