

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA CV. WIRYA NANDA

Yusi Pramandari^{1,*}, Ni Kadek Indri Maharani²

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

*Email: yusipramandari@unmas.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang signifikan akhir-akhir ini terjadi di dalam dunia usaha. Di zaman globalisasi ini, segala aktivitas bisnis mengalami kemajuan signifikan, yang mengakibatkan persaingan dalam dunia usaha menjadi lebih sengit. Tingkat persaingan yang semakin ketat ini mewajibkan perusahaan dan pemilik usaha untuk senantiasa merancang strategi guna menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis di tengah situasi yang demikian. Dengan kemajuan teknologi yang terus berkembang, para pelaku bisnis merasa semakin terdorong untuk menghasilkan produk-produk yang dapat diterima dan berguna bagi konsumen. Oleh karena itu, guna tetap kompetitif, CV. Wiryanda perlu mengembangkan strategi guna memastikan kelangsungan operasionalnya. Pemilik CV. Wiryanda merasa terbantu oleh pelaksanaan program-program kerja yang diimplementasikan dalam bisnisnya. Program kerja ini mencakup membantu mitra dalam pembuatan media sosial untuk memasarkan produknya. Selain itu, program kerja ini juga memberikan edukasi dan pelatihan tentang bagaimana cara pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi, agar mitra memiliki pemahaman yang lebih dalam dan kreatif. Pemilik CV. Wiryanda juga merasa terbantu melalui program kerja pembuatan google maps, yang dimana dapat membudhakan konsumen dalam menemukan lokasi perusahaan. Dengan adanya rangkaian program ini, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan daya beli terhadap produk yang ditawarkan oleh CV. Wiryanda.

Kata Kunci: *Pelatihan, Teknologi, Pemasaran Produk, Media Sosial.*

ANALISIS SITUASI

Perkembangan teknologi yang signifikan akhir-akhir ini terjadi di dalam dunia usaha. Di zaman globalisasi ini, segala aktivitas bisnis mengalami kemajuan signifikan, yang mengakibatkan persaingan dalam dunia usaha menjadi lebih sengit. Persaingan dalam dunia bisnis saat ini semakin ketat dengan di dukungannya penerapan sistem informasi di berbagai perusahaan atau bisnis pada zaman sekarang (Siregar dan Nasution, 2020). Tingkat persaingan yang semakin ketat ini mewajibkan perusahaan dan pemilik usaha untuk senantiasa merancang strategi guna menjaga kelangsungan dan pertumbuhan bisnis di tengah situasi yang demikian. Intensitas persaingan yang tinggi akan mendorong setiap entitas usaha untuk menghasilkan beragam gagasan inovatif yang unik, dengan tujuan mengungguli pesaing serta meningkatkan pemasukan, terutama bagi mereka yang beroperasi dalam industri yang serupa.

Kemajuan teknologi yang terus berkembang, para pelaku bisnis merasa semakin

terdorong untuk menghasilkan produk-produk yang dapat diterima dan berguna bagi konsumen. Kondisi ini mengakibatkan peningkatan dalam jumlah produk yang dipasarkan yang harus memiliki keunggulan yang signifikan, mempermudah penggunaan bagi konsumen. Banyak inovasi baru yang diciptakan oleh produsen bertujuan utama untuk meningkatkan mutu produk. Berbagai usaha yang dilakukan oleh produsen ini mendorong konsumen untuk lebih selektif dalam memilih produk atau layanan yang ditawarkan oleh produsen, serta membuat mereka lebih berhati-hati dalam menentukan pilihan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada CV. Wiryanda, CV. Wiryanda merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *furniture*. CV ini telah didirikan tahun 2017 dan memiliki karyawan sebanyak 25. CV. Wiryanda beralamat di Jalan Raya Mas No.54. Mas adalah desa yang berada di kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Luas wilayah desa Mas yaitu sekitar 4,65km² dengan kepadatan penduduk berjumlah 11.934 jiwa. CV. Wiryanda bergerak di bidang *furniture* yakni menjual kursi, meja, lemari dll.

Seorang pengusaha harus bisa sadar akan pentingnya teknologi informasi pada saat ini yang berpengaruh dalam bisnisnya dan bisnisnya harus bisa di dukung dengan penerapan sistem teknologi informasi yang baik karena sistem teknologi informasi sangat mempengaruhi seorang pengusaha dalam bisnisnya. Masalah yang terungkap dari hasil observasi pada CV. Wiryanda yaitu perusahaan ini belum mempunyai media sosial sebagai sarana pemasaran. Dimana media sosial merupakan sebuah medium di internet yang memungkinkan merepresentasikan penggunanya diri dan untuk melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitarini dan Naureni, 2019).

Dalam perusahaan sering kali terdapat karyawan yang kurang memahami mengenai metode pemanfaatan media sosial secara efektif. Begitu juga permasalahan yang dihadapi oleh CV. Wiryanda dimana karyawan kurang memahami berbagai *platform* media sosial sebagai media pemasaran. Melalui media sosial pemasaran suatu produk sangat mudah dilakukan. Memberi pelatihan terhadap karyawan sangat penting dilakukan, melalui pelatihan pemanfaatan media sosial dapat mempermudah perusahaan dalam memasarkan produk secara efisien. Dengan adanya media sosial komunikasi dan penyebaran informasi terjadi sangat cepat sehingga seorang konsumen akan semakin ingin mengetahui suatu informasi dengan cepat dan dapat diakses kapanpun (Tanjung *et al.*, 2021).

Penentuan lokasi perusahaan seringkali membuat konsumen kebingungan saat akan berkunjung ke CV. Wiryanda. Konsumen sangat susah untuk mengetahui tempat dan alamat CV. Wiryanda sehingga menyebabkan konsumen yang akan berkunjung kebingungan menentukan letak lokasi CV. Wiryanda tersebut. Untuk membantu memudahkan konsumen menemukan lokasi CV. Wiryanda maka dalam pengabdian masyarakat ini usaha yang dapat dilakukan yaitu dengan membantu membuatkan *google maps* dalam menentukan lokasi secara tepat CV. Wiryanda berada. *Google maps* merupakan produk google yang dapat menampilkan titik lokasi

berbasis peta (Insani *et al.*,2022)

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diperoleh permasalahan yang terjadi pada CV. Wiryanda yaitu:

1. Kurangnya pemahaman mitra dalam memanfaatkan media sosial sebagai *platform* pemasaran.
2. Kurangnya pengetahuan karyawan mengenai penggunaan media sosial sebagai *platform* pemasaran.
3. Kurangnya pemahaman mitra mengenai lokasi yang mudah dijangkau.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan perumusan masalah yang diangkat dan hasil dari observasi pada CV. Wiryanda, adapun solusi yang dapat diberikan yang dituangkan ke dalam program dengan spesifikasi kegiatan antara lain:

1. Membuatkan akun media sosial berupa instagram sebagai media promosi.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai penggunaan media sosial secara baik dan efektif.
3. Membuatkan lokasi yang tepat dengan *google maps* untuk memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi perusahaan.

METODE PELAKSANAAN

Adapun tahap dalam kegiatan untuk menjalankan program kerja di CV. Wiryanda, sebagai berikut:

1. Tahap Perencanaan

Dalam tahap ini dilakukan komunikasi dengan cara observasi secara langsung dan melakukan wawancara kepada mitra mengenai permasalahan yang sedang dihadapi. Dalam tahap observasi saya juga menjelaskan kepada mitra mengenai kegiatan ini sekaligus menawarkan mitra apakah bersedia menjadi sasaran program Pengabdian Masyarakat ini.

2. Tahap Persiapan

Dalam tahap persiapan ini, dilakukan koordinasi kepada mitra mengenai program kerja yang akan dilaksanakan nantinya. Ini bertujuan agar mitra tidak kebingungan dan mengganggu aktivitas mitra saat program dilaksanakan. Pelaksana disini menyiapkan materi dan bahan yang akan digunakan saat program kerja tersebut dijalankan

3. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan ini, adapun kegiatan-kegiatan yang dijalankan sebagai berikut:

- a. Membantu mitra dalam membuat akun media sosial, dimana media sosial merupakan sebuah media di internet yang memungkinkan

merepresentasikan penggunaannya diri dan untuk melakukan interaksi, bekerjasama, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Puspitatri dan Naureni, 2019).

- b. Memberi pelatihan kepada mitra dalam penggunaan media sosial instagram yang dimiliki. Melalui media sosial mitra dapat memasarkan produknya secara online, hal ini pula memudahkan mitra dalam mempromosikan produknya.
 - c. Membantu mitra dalam pembuatan google maps. Dimana google *maps* ini akan memudahkan konsumen untuk mencari lokasi dari CV.Wiryanda.
4. Tahap Evaluasi

Setelah program kerja telah dilaksanakan, maka dilakukan evaluasi untuk mengetahui pencapaian program kerja yang telah dilaksanakan dan kendala yang dialami selama pelaksanaan program kerja. Apabila belum sesuai harapan dapat diperbaiki dan disempurnakan lagi.

5. Penyusunan Laporan

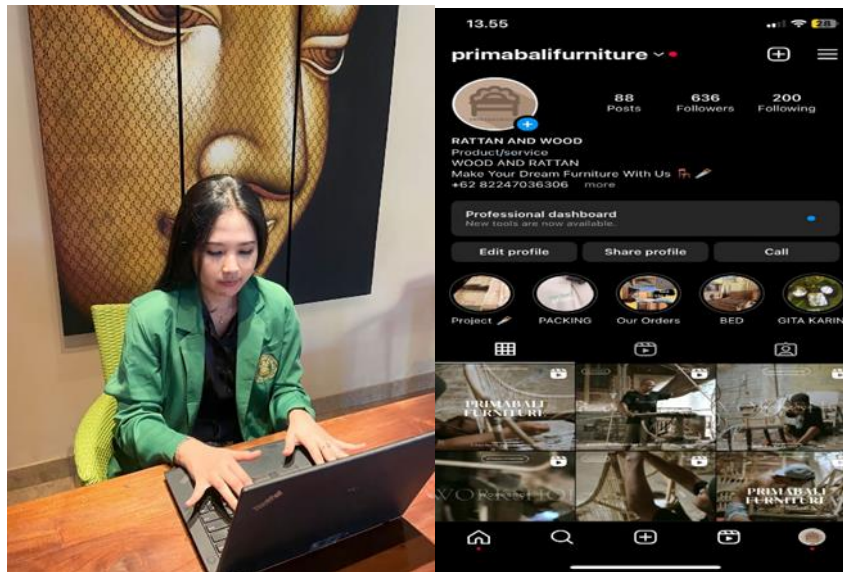
Pembuatan laporan sebagai rekomendasi untuk perusahaan ke depan dimana laporan tersebut merupakan rangkuman dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam meningkatkan upaya Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pemasaran Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada CV. Wiryanda, telah dilaksanakan dengan baik dan sesuai harapan. Hal ini terbukti dengan tercapainya beberapa program yang telah dilaksanakan. Adapun realisasi pencapaian program kerja dapat dilihat pada Tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 1. Tabel Realisasi Capaian Program Kerja

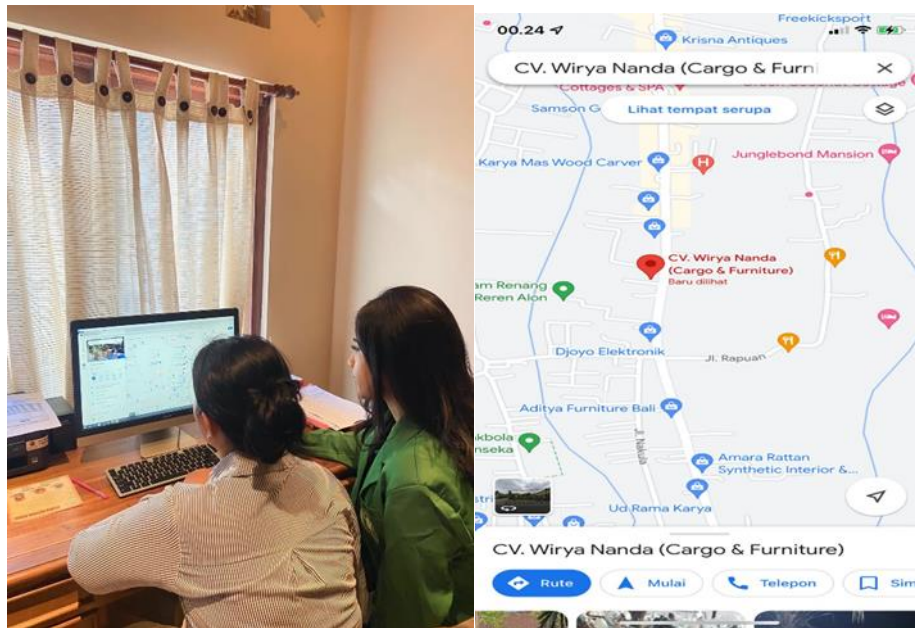
| No | Jenis Program Kerja | Spesifikasi Kegiatan | Realisasi |
|----|--|---|-----------|
| 1. | Membuat akun media sosial sebagai <i>platform</i> pemasaran produk | Membuatkan mitra akun media sosial berupa Instagram. Melalui media sosial nantinya mitra dapat mempromosikan produknya, serta dapat menarik konsumen. | 100% |
| 2. | Melakukan penyuluhan dan pelatihan bagaimana cara menggunakan media sosial sebagai media promosi | Mengadakan pertemuan dengan seluruh karyawan untuk memberikan pelatihan cara menggunakan media sosial sebagai media promosi dan melakukan penerapan untuk kedepannya. | 100% |
| 3. | Membuat google <i>maps</i> untuk memudahkan konsumen dalam menemukan lokasi perusahaan | Membuatkan mitra google <i>maps</i> sebagai alat bantu untuk memudahkan konsumen yang ingin berkunjung ke perusahaan | 100% |



Gambar 1. Membuat akun media sosial Instagram untuk mitra



Gambar 2. Memberikan pelatihan kepada karyawan dalam menggunakan media sosial



Gambar 3. Pembuatan google *maps* dalam penentuan lokasi CV. Wiryanda

PARTISIPASI KARYAWAN

Partisipasi pegawai CV. Wiryanda dalam menerapkan strategi pemanfaatan media sosial, pelatihan dan pemanfaatan teknologi google *maps* untuk meningkatkan penjualan adalah sangat antusias, terlihat dari kehadiran dan tingkat kemauan pegawai dalam pelaksanaan kegiatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pemanfaatan media sosial dalam pemasaran sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan pada CV. Wiryanda adalah bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran telah sukses dalam meningkatkan kinerja penjualan perusahaan, serta pemanfaatan teknologi informasi berupa google *maps* sangat membantu mempermudah kegiatan usaha. Kegiatan berhasil dicapai melalui berbagai kegiatan seperti sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang telah dilakukan dengan efektif. Upaya ini telah membantu perusahaan dalam meraih peningkatan penjualan yang signifikan serta mengurangi risiko kerugian perusahaan.

Saran

Disarankan agar pimpinan dan pegawai dapat melakukan pelatihan secara rutin untuk melatih pemahaman dalam memasarkan produk serta dapat memberikan berbagai inovasi baru dalam memasarkan produk barang dagangan yang dijual agar terus dapat meningkatkan penjualan perusahaan .

DAFTAR PUSTAKA

- Insani, S. P. (2022). Optimalisasi Aplikasi Google Maps sebagai Alternatif Media Promosi pada UMKM di Shelter Taman Sriwedari. *Jurnal Warta LPM*, 44-56.
- Puspitarini, N. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 71-80.
- Siregar, N. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Peningkatan Bisnis Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 71-75.
- Tanjung, S. H. (2021). Pemerdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Pemasaran Produk Inovasi Jeruk Siam. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 3091-3103.