

STRATEGI MARKETING BERBASIS ONLINE PADA PT. MEGA TIARA SINAR ABADI (DEALER VESPA CABANG IMAM BONJOL DENPASAR)

I Gede Yudhi Hendrawan^{1,*}, Getrin Oktavia²

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

*Email: yudikupretz@unmas.ac.id

ABSTRAK

Dalam dunia bisnis perusahaan sering mengalami kegagalan dalam persaingan pasar yang mengakibatkan perusahaan tidak mencapai target penjualan yang telah ditargetkan. Semakin tinggi persaingan antar perusahaan maka akan mengakibatkan semakin tinggi juga biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga berpengaruh pada profitabilitas perusahaan, sehingga perusahaan akan mengalami kerugian. Terdapat beberapa penyebab perusahaan kalah bersaing dalam persaingan pasar sehingga menyebabkan *financial distress* yang menjadi awal penyebab perusahaan mengalami kebangkrutan. Di Vespa Imam Bonjol Denpasar terdapat fenomena permasalahan dimana terjadi penurunan penjualan dalam beberapa bulan terakhir yang menyebabkan profit perusahaan menurun begitu juga pada semangat kerja yang dimiliki karyawan karena menurunnya tingkat kunjungan konsumen ke dealer maupun via online. Hal tersebut disebabkan kurangnya pemasaran atau promosi tentang produk dan juga posisi dealer yang berbasis online.

Kata Kunci: Financial distress, Promosi berbasis online.

ANALISIS SITUASI

Piaggio Vespa merupakan merek sepeda motor yang ikut meramaikan pasar otomotif di Indonesia yang mengutamakan *brand image* mereka sebagai yang ditujukan bagi kelompok konsumen menengah ke atas yang membeli sepeda motor bukan hanya atas dasar fungsinya sebagai alat transportasi, melainkan juga lebih untuk memenuhi gaya hidup.

PT. Mega Tiara Sinar Abadi adalah perusahaan yang bergerak di bidang distributor otomotif dimana brand otomotif yang di distribusikan adalah Piaggio Vespa. PT. Mega Tiara Sinar Abadi sendiri sudah memiliki 5 cabang besar di Bali dimana diantaranya ada di Jl. Gunung Agung, Jl. Imam Bonjol, Jl. Gatsu Timur, Nusa Dua dan juga di Gianyar. PT. Mega Tiara Sinar Abadi sendiri menyediakan layanan berupa penjualan unit, *after sales*, dan juga *service*. Dalam menjaga keeksistensiannya di tengah persaingan pasar dan juga kompetitornya perusahaan tentunya menghadapi masalah baik di dalam penjualan maupun dalam strategi pemasaran.

PT. Mega Tiara Sinar Abadi harus mampu bersaing dalam persaingan pasar, mampu bersaing dan menguasai pasar dengan produk kompetitor agar perusahaan mampu mempertahankan kelangsungan hidup (*going concern*). Dalam dunia bisnis perusahaan sering mengalami kegagalan dalam persaingan pasar yang mengakibatkan perusahaan tidak mencapai target penjualan yang telah ditargetkan. Semakin tinggi

persaingan antar perusahaan maka akan mengakibatkan semakin tinggi juga biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan sehingga berpengaruh pada profitabilitas perusahaan, sehingga perusahaan akan mengalami kerugian. Terdapat beberapa penyebab perusahaan kalah bersaing dalam persaingan pasar sehingga menyebabkan financial distress yang menjadi awal penyebab perusahaan mengalami kebangkrutan.

Setelah melakukan observasi pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Dealer Vespa Imam Bonjol Denpasar) terdapat fenomena permasalahan dimana terjadi penurunan penjualan dalam beberapa bulan terakhir yang menyebabkan profit perusahaan menurun begitu juga pada semangat kerja yang dimiliki karyawan karena menurunnya tingkat kunjungan konsumen ke dealer maupun via online. Hal tersebut disebabkan kurangnya pemasaran atau promosi tentang product dan juga posisi dealer yang berbasis online. Dari fenomena tersebut saya tertarik untuk melakukan program kerja dengan topik “Strategi Marketing Berbasis Online Pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Dealer Vespa Cabang Imam Bonjol Denpasar)”

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian analisis situasi yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan rumusan masalah yaitu :

1. Apakah penerapan strategi marketing berbasis online pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Dealer Vespa Cabang Imam Bonjol Denpasar) dapat mengoptimalkan dan meningkatkan penjualan cabang pada bulan berikutnya?

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Untuk mengoptimalkan dan meningkatkan hasil penjualan pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Dealer Vespa Cabang Imam Bonjol Denpasar) maka kegiatan yang saya lakukan yaitu :

1. Membantu memotivasi dan membuat akun di Facebook dan Instagram guna mempromosikan Vespa ke masyarakat luas serta membantu membuat konten berisi video tentang unit, dealer dan juga SDM nya guna membranding nama dealer.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapatkan dukungan penuh dari PIC PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Vespa Imam Bonjol Denpasar) dan seluruh staff. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara melakukan observasi terlebih dahulu ke staff PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Vespa Imam Bonjol Denpasar) dan kemudian berdiskusi tentang program kerja yang akan dilaksanakan di PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Vespa Imam Bonjol Denpasar), permasalahan yang terjadi di PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Vespa Imam Bonjol Denpasar) yaitu penurunan penjualan dalam beberapa bulan terakhir yang menyebabkan profit perusahaan menurun. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu melakukan Membuat akun di

berbagai platform digital seperti facebook dan Instagram, Memberikan pelatihan tentang cara penggunaan akun Instagram berbayar dan juga facebook untuk menjangkau lebih banyak customer serta pelatihan tentang cara pembuatan konten. Dalam kegiatan ini perlu dilakukan pendampingan, agar akun akun yang dibuat ini tetap aktif dalam mempromosikan produk, Mengingat karyawan kurangnya semangat dalam memposting.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Dealer Vespa Cabang Imam Bonjol Denpasar) dengan judul “Strategi Marketing Berbasis Online Pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Dealer Vespa Cabang Imam Bonjol Denpasar)” telah berhasil dilakukan dengan cara memberikan briefing setiap pagi kepada seluruh staff untuk mulai rajin menggunakan media social sebagai ajang promosi product Vespa saat ini. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk sebuah motivasi terhadap karyawan akan pentingnya Media Digital sebagai sarana promosi untuk menunjang penjualan pada Dealer Vespa Cabang Imam Bonjol Denpasar.

Tabel 1. Realisasi Ketercapaian Program Kerja

No	Program Kerja	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1	Membuat akun di Facebook dan Instagram guna mempromosikan Vespa ke masyarakat luas	Membuat akun bisnis di facebook maupun Instagram serta melengkapi segala data dan kelengkapan tampilan halaman facebook dan juga Instagram supaya terlihat menarik dan juga informatif.	100%
2	Membuat konten berisi video video tentang unit, dealer dan juga SDM nya guna membranding nama dealer	Mencari ide konten dari berbagai platform lalu diolah menjadi konten yang bisa membranding Vespa dan juga Dealer. Lalu ide tersebut direalisasikan menjadi sebuah konten dan di posting di semua social media staff	100%
3	Pengadaan Pelatihan tentang cara penggunaan akun Instagram maupun Facebook dan juga pembuatan proses	Mengajak para staff menonton beberapa video pelatihan tentang bagaimana Digital Marketing itu sesungguhnya dan menrealisasikannya dalam sebuah konten.	100%
4	Memberikan pelayanan dan follow up customer via online baik melalui DM's, Whatsapp dan Aplikasi berbasis online lainnya	Memberikan pelayanan yang totalitas dari salam, senyum sapa hingga terjadi deal pembelian. Selain itu melakukan follow up data base konsumen melalui Dm's, whatsapp maupun masenger.	100%

SIMPULAN DAN SARAN

Pada pengabdian masyarakat di di PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Vespa Imam Bonjol Denpasar) telah dilakukan empat program kerja yaitu membuat akun facebook dan instagram, membuat konten yang berisi video unit dan dealer, pengadaan pelatihan

tentang penggunaan Instagram bisnis dan memberikan motivasi untuk memfollow up customer. Respon yang didapat sangat positif dan antusias dari pihak owner dan seluruh staff sekitar dalam menjalankan program kerja tersebut dan mereka berharap agar nantinya bisa tetap menjaga strategi dan pola kegiatan promosi berbasis online ini.

Pada situasi sekarang ini, saya harap agar seluruh staff PT. Mega Tiara Sinar Abadi (Vespa Imam Bonjol Denpasar) agar selalu memperhatikan perkembangan dan strategi promosi yang ada agar tetap bisa menjaga keeksistensiannya di bisnis otomotif.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Alfabeta.
- LPPM UNMAS Denpasar. (2023). *Buku Pedoman Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar*. LPMM: Denpasar.
- Permadi, I. K. O., Putra, I. G. C., Usadi, M. P. P., & Saptani, N. K. A. (2023). Peningkatan Pemasaran Dan Penggunaan Aplikasi Excel Dalam Pelaporan Keuangan Di BUM Desa Cani Sejahtera Bersama. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(1), 544–550.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI. (Diakses pada tanggal 9 Maret 2023)
- Mangasa Panjaitan. (2018). Peran Keterlibatan Dan Partisipasi Karyawan Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen*, Vol. 4 No. 1.