

PENINGKATAN PEMBELIAN FALALA CHOCOLATE BALI DENGAN PEMBERIAN *TESTER* DAN CONTOH VARIAN PRODUK DI SOSIAL MEDIA

Sapta Rini Widyawati^{1,*}, Komang Novita Rahani²

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

Email: saptarini1304@unmas.ac.id

ABSTRAK

Falala Chocolate merupakan UMKM asli Bali yang sudah berdiri sejak 10 April 2020. Setelah melakukan beberapa kali uji coba dan akhirnya Cokelat Falala diluncurkan pada April 2020. Cokelat Falala merupakan cokelat buatan tangan yang menggunakan resep sendiri dan memilih bahan-bahan khusus yang masih segar dan berkualitas tinggi. Falala Chocolate telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Falala Chocolate Bali mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Falala Chocolate memiliki 4 official store yang tersebar di Ubud dan Bali Selatan. Falala Chocolate mulai dikenal oleh banyak orang serta banyak wisatawan yang berwisata ke Bali menyempatkan diri untuk membeli oleh-oleh di Falala Chocolate. Namun banyak juga dari mereka yang belum mengetahui apa itu Falala Chocolate dan varian apa saja yang ada di Falala Chocolate. Oleh karena itu, Falala Chocolate merupakan upaya agar customer Falala Chocolate tidak kebingungan dalam memilih varian coklat, yaitu dengan mengadakan pengenalan produk coklat yang dijual melalui sosial media, baik sosial media pribadi milik Falala Chocolate atau melakukan endorse ke beberapa selebgram, selain itu pada store Falala juga sudah disediakan tester untuk customer yang masih bingung memilih varian yang akan dibeli

Kata kunci: UMKM, *Tester*, Media Sosial, Promosi.

ANALISIS SITUASI

Falala Chocolate merupakan UMKM asli Bali yang sudah berdiri sejak 10 April 2020. Cokelat ini dibuat oleh pasangan asal Ubud yang masih berusia 20 tahun. Proses yang dilalui dalam membangun Falala Chocolate cukup panjang, butuh waktu 1 tahun untuk meneliti bahan-bahan pilihan berkualitas yang digunakan dalam Falala Chocolate. Setelah melakukan beberapa kali uji coba dan akhirnya Cokelat Falala diluncurkan pada April 2020. Cokelat Falala merupakan cokelat buatan tangan yang menggunakan resep sendiri dan memilih bahan-bahan khusus yang masih segar dan berkualitas tinggi. Cokelat yang kami gunakan adalah cokelat yang berasal dari perkebunan petani kakao di Bali. Kemudian kami mengolah kembali cokelatnya sendiri dengan menambahkan beberapa resep rahasia ke dalam satu kotak unit Falala Chocolates.

Falala Chocolate telah memiliki sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Falala Chocolate Bali merupakan toko oleh-oleh yang berfokus pada olahan coklat yang diproses dengan menggunakan biji kakao pilihan serta dikemas dengan gaya Jepang yang simpel namun tetap memberikan kesan mewah. Setiap wisatawan

yang berkunjung ke Bali biasanya akan mencari oleh-oleh untuk dibawa ke daerah asalnya dengan tujuan untuk membawakan buah tangan bagi keluarga atau kerabatnya. Selain pie susu dan kacang disco, olahan coklat premium kini juga menjadi oleh-oleh favorit bagi wisatawan yang mengunjungi Bali.

Falala Chocolate Bali mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dari dilakukannya ekspansi dengan membuka 4 official store yang tersebar di Ubud dan Bali Selatan dalam waktu 3 tahun. Selain official store, Falala Chocolate Bali juga memiliki beberapa non-official store yang tersebar di Ubud. Pada tahun pertamanya, Falala Chocolate Bali berhasil menjual produknya sebanyak 2.000 box coklat. Selain itu, Falala 3 Chocolate Bali juga meraih prestasi lain yakni sebagai UMKM pertama di Indonesia yang memiliki sebuah webseries sendiri. Dan prestasi ini juga mendapatkan apresiasi dari Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.

Falala Chocolate mulai dikenal oleh banyak orang serta banyak wisatawan yang berwisata ke Bali menyempatkan diri untuk membeli oleh-oleh di Falala Chocolate. Namun banyak juga dari mereka yang belum mengetahui apa itu Falala Chocolate dan varian apa saja yang ada di Falala Chocolate, yang menyebabkan customer sesampai di store bingung untuk membeli varian coklat. Dalam hal ini, pengenalan produk kepada customer merupakan hal yang harus diperhatikan agar meminimalisir terjadinya kebingungan customer terhadap produk Falala Chocolate. Oleh karena itu, Falala Chocolate merupakan upaya agar customer Falala Chocolate tidak kebingungan dalam memilih varian coklat, yaitu dengan mengadakan pengenalan produk coklat yang dijual melalui sosial media, baik sosial media pribadi milik Falala Chocolate atau melakukan *endorse* ke beberapa selebgram, selain itu pada store Falala juga sudah disediakan tester untuk customer yang masih bingung memilih varian yang akan dibeli. Pengenalan produk kepada customer dengan cara tersebut dapat menghasilkan peningkatan minat pembeli terhadap produk yang dijual oleh Falala Chocolate.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada Falala Chocolate menunjukkan bahwa :

1. Banyaknya customer baru yang ingin membeli chocolate tetapi tidak tau rasanya.
2. Banyaknya customer yang tidak mengetahui apa itu Falala Chocolate.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dengan ini penulis memberikan solusi untuk Falala Chocolate terhadap masalah yang dihadapi :

1. Dengan pemberian tester varian produk kepada customer yang ingin mencoba varian yang ada di Falala Chocolate.

2. Menjelaskan dan mengupload varian chocolate di sosial media, agar customer mengetahui apa itu Falala Chocolate.

METODE PELAKSANAAN

1. Pengenalan produk dengan pemberian tester
Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Falala Chocolate yaitu pemberian tester kepada customer, dengan cara menawarkan produk berupa tester kepada customer yang masih bingung untuk memilih varian atau customer yang baru pertama kali membeli Falala Chocolate. Pemberian tester dilakukan dengan cara memberikan 5 varian rasa yang sudah dipotong kecil-kecil sambil menjelaskan produk yang ada di Falala Chocolate, mulai dari basic coklat, lalu dikombinasikan dengan apa saja coklatnya, memberikan informasi tentang coklat dengan jelas agar mudah dimengerti customer dan menawarkan produk *best seller* saat ini, agar customer tambah yakin untuk memilih coklat yang akan dibeli.
2. Pengenalan produk melalui sosial media
Dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan di Falala Chocolate yaitu dengan melakukan pengenalan produk kepada customer melalui sosial media, dimulai dengan melakukan sesi foto, pengambilan beberapa gambar atau video proses pembuatan coklat hingga ke tangan customer dengan baik. Lalu mengedit dengan baik serta menarik dan diposting ke sosial media agar customer tertarik tentang produk Falala Chocolate. Pengenalan coklat melalui sosial media juga dapat dilakukan dengan bantuan dari beberapa influencer, yaitu dengan cara melihat benefit yang diberikan oleh influencer tersebut, maka dari itu produk yang di pasarkan akan lebih mudah dikenal oleh banyak orang.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat ini memiliki tahapan, tahapan pertama dilakukannya pengecekan atau mendatangi tempat observasi terlebih dahulu. Berdasarkan observasi yang saya lakukan pada awal kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar ini, yang menjadi sasaran utama saya dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM Di Bali. Salah satu UMKM yang berkembang/maju yang ada di Pulau Bali adalah Falala Chocolate.

Mengambil beberapa footage (video/foto) untuk diedit sebagai bahan konten yang menarik untuk di posting di sosial media, di dukung dengan adanya properti dan peralatan yang lengkap agar lebih menarik perhatian customer.



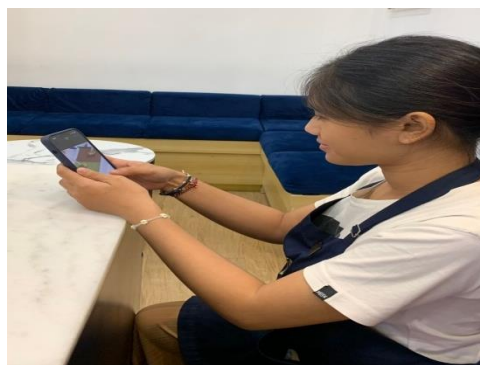
Gambar 1. Dokumentasi produk

Memberikan 5 (lima) varian coklat yang ada di Falala Chocolate kepada customer sambil menjelaskan produk tersebut dimulai dari basic coklat hingga harga coklat. Selain itu juga menjelaskan cara penyimpanan coklat yang baik dan pertanyaan lainnya dari customer.



Gambar 2. Pemberian tester terhadap customer

Membuat video menarik tentang proses pembuatan coklat hingga ke tangan customer dengan baik lalu mempromosikan produk dengan menggunakan media sosial dengan cara memposting video tersebut.



Gambar 3. Membuat konten menarik

SIMPULAN DAN SARAN

Program kerja yang penulis laksanakan di Falala Chocolate Bali dapat disimpulkan bahwa dengan pemberian tester secara *offline* dan contoh varian produk secara *online* di sosial media dapat meningkatkan pembelian Falala Chocolate Bali serta program kerja ini berjalan dengan baik dan lancar.

Saran yang dapat penulis berikan diharapkan karyawan Falala Chocolate Bali dapat memastikan informasi yang diberikan kepada customer telah tersampaikan dengan baik sesuai maksud dan tujuan adanya informasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Tribun Bali. (2023). Kemenparekraf Beri Apresiasi Falala Chocolate Bali Luncurkan Web Series “Cinta Dalam Sekotak Rasa”. <https://bali.tribunnews.com/2023/02/13/falala-chocolate-umkm-pertama-di-indonesia-yang-produksi-karya-web-series-sambut-hari-kasih-sayang>. Diakses pada 15 Agustus 2023.
- Kompas.com. (2023). Hadirkan Cokelat Premium Halal, Falala Chocolate Bali Jadi Salah Satu Oleh-oleh Favorit Pulau Dewata. <https://biz.kompas.com/read/2023/05/29/182520128/hadirkan-cokelat-premium-halal-falala-chocolate-bali-jadi-salah-satu-oleh-oleh>. Diakses pada 15 Agustus 2023.
- Falala Chocolate. (2023). Falala Chocolate Bali–Best Chocolate in Bali. <https://falalachocolate.com>. Diakses pada 15 Agustus 2023.
- LPPM Unmas Denpasar. 2022. *Panduan KKN Alternatif. Program Studi Manajemen dan Akuntansi*. Unmas Denpasar: Denpasar.
- Dwiyanti, Ni Kadek Ayu Saniska. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Service Quality Terhadap Consumer Purchase Decision (Studi Kasus Pada Falala Chocolate Bali. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.