

UPAYA PENINGKATAN LAYANAN DAN PEMASARAN DENGAN PEMANFAATAN *DIGITAL MARKETING* PADA *AGATHA PHOTOBOOTH BALI*

Anak Agung Dwi Widyani^{1,*}, Ni Putu Iga Dian Candra Febrian²

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

*Email: dwiwyani@unmas.ac.id

ABSTRAK

Agatha Photobooth merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan *photobooth* untuk acara-acara seperti pesta pernikahan, ulang tahun, *event*, pameran, acara formal/informal dan acara lainnya. *Agatha Photobooth* dilengkapi dengan *booth* atau area kecil yang dilengkapi dengan peralatan fotografi seperti kamera, *lighting*, dan printer foto instan. *Agatha Photobooth* berpusat di Jl. Melati, No. 45 Br. Bindu, Melar Bhuana, Abiansemal. Permasalahan yang terdapat di *Agatha Photobooth* adalah kurang optimalnya strategi promosi di platform TikTok, yang menyebabkan jangkauan promosi yang terbatas. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dalam pembuatan konten yang menarik. Selain itu, *Agatha Photobooth* juga kurang optimal dalam memanfaatkan teknologi cetak instan, yang mengakibatkan hasil cetak tidak sesuai dengan standar operasional perusahaan. Metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan dari usaha *Agatha Photobooth* adalah dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada pemilik usaha *Agatha Photobooth* mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan memberikan solusi dengan melaksanakan beberapa program kerja. Beberapa langkah yang dilakukan dalam melaksanakan program kerja yaitu seperti pelatihan, sosialisasi mengenai konten edukatif dan tata cara perawatan mesin cetak, terdapat beberapa faktor pendukung dalam kelancaran program kerja seperti pemilik usaha *Agatha Photobooth* yang sangat antusias dalam pelaksanaan kegiatan ini serta ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan.

Kata Kunci: Konten Edukasi TikTok, Mesin Cetak Instan, *Agatha Photobooth*, *Photobooth*

ANALISIS SITUASI

Agatha Photobooth merupakan salah satu perusahaan yang menyediakan layanan *photobooth* untuk acara-acara seperti pesta pernikahan, ulang tahun, *event*, pameran, acara formal/informal dan acara lainnya. *Agatha Photobooth* dilengkapi dengan *booth* atau area kecil yang dilengkapi dengan peralatan fotografi seperti kamera, *lighting*, dan printer foto instan yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto secara mandiri dengan berbagai properti dan latar belakang yang disediakan. *Agatha photobooth* sendiri biasanya menyediakan paket layanan yang mencakup penyewaan *photobooth*, pengaturan *photobooth* di lokasi acara, penyediaan properti dan aksesoris fotografi, pencetakan foto instan, dan pengiriman digital foto-foto kepada konsumen.

Agatha Photobooth berpusat di Jl. Melati, No. 45 Br. Bindu, Melar Bhuana, Abiansemal dan siap untuk melayani acara di seluruh daerah Bali. Saat ini, *Agatha*

Photobooth memiliki tim yang terdiri dari 12 (dua belas) karyawan tetap yang sangat terampil dan berdedikasi. Mereka tidak hanya ahli dalam teknologi dan layanan *photobooth*, tetapi juga memiliki keterampilan *interpersonal* yang luar biasa, termasuk kemampuan komunikasi yang baik dan kerja sama tim yang solid.

TikTok merupakan platform sosial media dapat dimanfaatkan untuk mencapai target pasar salah satu platform tersebut, menawarkan berbagai fitur kreatif yang memungkinkan pelaku usaha memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan konsumen (Hermansyah *et al.*, 2023). Menurut Nasem *et al.* (2022), TikTok telah menjadi platform media sosial yang populer dengan fitur video pendeknya yang inovatif. Pengguna dapat membuat konten kreatif dengan berbagai efek spesial, memungkinkan pemasar untuk menjangkau audiens secara unik dan menarik. Dengan keberagaman konten yang dapat dibuat, TikTok menjadi sarana efektif bagi pemasar untuk memperluas jangkauan dan terlibat dengan audiens secara langsung. Proses pemasaran digital dapat dilakukan dengan mudah oleh siapa pun tanpa keahlian khusus, termasuk pelaku usaha (Adiwijaya *et al.*, 2023).

TikTok memungkinkan interaksi yang lebih besar antara pelaku usaha dan konsumen. Fitur-fitur seperti komentar, like, dan share memungkinkan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan konten yang dibagikan, sehingga memperkuat keterlibatan konsumen terhadap merek atau produk. Konten yang dibagikan di TikTok memiliki potensi untuk menjadi viral dengan cepat. Hal ini dapat membantu meningkatkan visibilitas dan kesadaran merek secara signifikan, bahkan dengan anggaran pemasaran yang relatif kecil. Namun, bimbingan dan pelatihan diperlukan agar pemasaran digital di media sosial dapat efektif dan memberikan hasil yang memuaskan. Ini penting untuk membantu usaha memahami strategi pemasaran yang tepat dan memaksimalkan potensi bisnis *online* mereka (Purwaamijaya *et al.*, 2022).

Sedangkan mesin cetak untuk *photobooth* merupakan perangkat keras yang penting dalam industri hiburan dan pesta. Dengan menggunakan teknologi cetak instan, mesin ini mampu menghasilkan salinan fisik foto-foto yang diambil oleh *photobooth* dalam waktu singkat, seringkali hanya dalam hitungan detik setelah foto diambil (Nurdin *et al.*, 2023). Kecepatan cetak yang tinggi ini memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna *photobooth*, karena mereka dapat segera membawa pulang kenangan dalam bentuk cetakan foto yang dapat disimpan atau dibagikan kepada teman dan keluarga. Mesin cetak juga menawarkan kepraktisan, karena pengguna tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan hasil cetakan, sehingga mereka dapat fokus kembali pada acara yang sedang berlangsung (Darmawansyah *et al.*, 2021). Kualitas cetak yang baik juga bisa menjadi faktor penentu. Mesin cetak yang mampu mencetak foto-foto dengan resolusi tinggi dan warna yang akurat akan meningkatkan nilai estetika dari hasil cetakan, sehingga membuat konsumen lebih tertarik untuk menggunakan layanan *photobooth* tersebut, maka dari itu perawatan dan bahan cetak yang berkualitas akan membantu pelaku usaha dalam meningkatkan daya tarik produksi terhadap pembeli (Anita *et al.*, 2020).

Dalam pelaksanaan memasarkan usahanya melalui media sosial TikTok, Agatha *Photobooth* mengalami beberapa kendala yaitu seperti pembuatan konten yang kurang edukatif dan terkesan membosankan sehingga audiens tidak merasa tertarik dengan konten yang telah di posting. Terbukti dari kurangnya respons dari audiens terhadap konten yang diposting di TikTok, sehingga menyebabkan penurunan minat dari audiens, yang dapat berdampak negatif pada efektivitas kampanye pemasaran melalui media sosial TikTok. Kurangnya respons dari audiens dapat mengindikasikan bahwa konten yang diposting tidak efektif dalam menarik perhatian atau membangun keterlibatan dengan target pasar mereka. Oleh karena itu, penting bagi Agatha *Photobooth* untuk memperbaiki strategi konten mereka agar lebih menarik dan edukatif agar dapat meningkatkan respons dari audiens dan keberhasilan kampanye pemasaran mereka. Sedangkan dalam pelaksanaannya untuk mengoptimalkan layanan dengan memanfaatkan teknologi cetak instan mengalami beberapa kendala seperti hasil cetak yang terlihat lebih gelap dari hasil digitalnya, sehingga menyebabkan kurangnya pengalaman yang memuaskan bagi konsumen terhadap layanan Agatha *Photobooth* yang menggunakan teknologi cetak instan. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan minat konsumen untuk menggunakan layanan *photobooth* tersebut, berpotensi menurunkan jumlah pelanggan dan pendapatan usaha. Berdasarkan fenomena tersebut menyebabkan kurang optimalnya layanan dan pemasaran digital Agatha *Photobooth* melalui TikTok yang belum maksimal. Berdasarkan adanya persoalan diatas, maka dari itu saya memilih topik dengan judul “Upaya Peningkatan Layanan dan Pemasaran Dengan Pemanfaatan Digital Marketing pada Agatha *Photobooth* Bali”.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil analisis situasi yang telah dilakukan, maka perumusan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Agatha Photobooth adalah kurang optimalnya strategi promosi di platform TikTok, menyebabkan jangkauan promosi yang terbatas. Kemungkinan hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dalam pembuatan konten yang menarik. Selain itu, Agatha Photobooth juga kurang optimal dalam memanfaatkan teknologi cetak instan, yang mengakibatkan hasil cetak tidak sesuai dengan standar operasional perusahaan. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dalam menggunakan bahan cetak yang berkualitas.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi di atas, maka solusi yang dapat kami berikan untuk usaha Agatha *photobooth* ini adalah sebagai berikut:

1. Membuat konten edukasi/digital *content* yang menarik dan kreatif di platform TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
2. Mengedukasi pemilik usaha bisa mencari *spot footage* yang menarik agar pengambilan video terlihat profesional.
3. Mengedukasi pembuatan video tik-tok yang menarik perhatian audiens.

4. Mengupload video TikTok di akun resmi Perusahaan dengan *caption* yang menarik audiens.
5. Melakukan perawatan rutin dan pemeliharaan peralatan cetak untuk memastikan kualitas cetakan tetap terjaga dan berkualitas.
6. Mengedukasi pemilik usaha mengenai bahan cat yang digunakan untuk bahan cetak yang tahan lama dan berkualitas tinggi.
7. Membantu pemilik usaha mencari informasi mengenai penyuntingan alat cetak agar hasil cetak terlihat profesional.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan dari usaha Agatha *Photobooth* adalah dengan melakukan observasi dan wawancara secara langsung kepada pemilik usaha Agatha *Photobooth* mengenai permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan memberikan solusi dengan melaksanakan beberapa program kerja. Setelah melakukan observasi dan wawancara kemudian ditemukannya permasalahan yang berupa pendapatan yang diperoleh Agatha *Photobooth* akhir –akhir ini mengalami ke-tidak stabilan dalam penjualannya. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya kompetitor dengan jenis usaha yang sama yang mulai bermunculan.

Oleh karena itu adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam pelaksanaan program kerja sebagai berikut:

1. Mempersiapkan pelatihan terkait spot footage yang menarik agar pengambilan video terlihat profesional.
2. Melaksanakan koordinasi dengan staf pegawai untuk melakukan pelatihan.
3. Mengupload video TikTok di akun resmi perusahaan dengan *caption* yang menarik audiens.
4. Mempersiapkan pelatihan terkait dengan perawatan rutin dan pemeliharaan peralatan cetak.
5. Melaksanakan dan memantau perawatan rutin dan pemeliharaan peralatan cetak untuk memastikan kualitas cetakan tetap terjaga dan berkualitas.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah berjalannya kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan beberapa program kerja yang dilaksanakan mengenai pemasaran menggunakan media sosial (TikTok), dan memberikan pelatihan mengenai tata cara penggunaan bahan cetak berkualitas pada Agatha *Photobooth* Bali terbilang telah berhasil dilaksanakan dengan cukup baik. Program kerja terkait sosialisasi dan pelatihan cara pembuatan konten yang baik serta menarik, dan mempostingnya di platform TikTok. Program ini berjalan dengan baik tercermin mulai dari menambahkan strategi pemasaran secara digital dengan mengedukasi dan membuat konten yang menarik agar wilayah jangkauan pemasaran semakin luas dan usaha lebih berkembang telah terlaksana dengan lancar. Kemudian, pelatihan untuk memastikan kualitas cetakan tetap terjaga dan berkualitas berjalan dengan baik tercermin dari memberikan sosialisasi

dan pelatihan tentang tata cara perawatan alat cetak agar mempunyai nilai tambah yang tinggi. Sehingga masyarakat menjadi lebih tertarik untuk membeli produk usaha yang di jual. Kemudian, optimalisasi pelatihan terkait peningkatan layanan dan pemasaran dengan pemanfaatan digital *marketing* pada Agatha *Photobooth* Bali terbilang berhasil.

Adapun beberapa Faktor pendukung keberhasilan program kerja:

1. Dukungan yang diberikan oleh pemilik usaha Agatha *Photobooth* yang memberikan dukungan penuh dengan memberikan izin untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan program kerja di tempat usahanya.
2. Dukungan dari dosen pembimbing dengan memberikan dukungan, bimbingan, arahan, dan kesempatan kepada mahasiswa pengabdian masyarakat untuk mengembangkan kemampuan mereka dalam menjalankan program kerja ini.
3. Tersedia fasilitas pendukung yang memadai dalam melaksanakan kegiatan.

Adapun faktor yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan program kerja ialah keterbatasan waktu yang dimiliki oleh pemilik Agatha *Photobooth*. Hal ini disebabkan oleh banyaknya kegiatan lain yang harus dilakukan pemilik di luar mengelola usahanya. Akibatnya, waktu yang telah disepakati untuk bertemu dengan mitra dan melaksanakan program-program kerja sedikit terhambat.



Gambar 1. Koordinasi dengan penanggung jawab Agatha Photobooth



Gambar 2 Mensosialisasikan cara pembuatan konten yang baik serta menarik



Gambar 3. Pelatihan mengambil fotage yang profesional



Gambar 4. Melatih cara mengedit video yang menarik dan edukatif



Gambar 5. Memposting hasil konten di halaman profil akun resmi Agatha Photobooth Bali



Gambar 6. Melakukan perawatan terhadap mesin cetak



Gambar 7. Mengoperasikan mesin cetak agar sesuai dengan SOP



Gambar 8. Hasil cetak yang berkualitas

KESIMPULAN DAN SARAN

Upaya Peningkatan Pemasaran Dengan Pemanfaatan Digital *Marketing* Pada Agatha *Photobooth* di Bali, telah berhasil diterapkan dengan baik dan sesuai dengan program yang direncanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu pelaku usaha "Agatha *Photobooth*" dalam meningkatkan jumlah omset dan pesanan penjualan yang mengalami ketidak stabilan akibat dari persaingan perdagangan. Adapun faktor-faktor yang mendukung kelancaran kegiatan ini adalah pemilik usaha Agatha *Photobooth* yang memberikan dukungan penuh dengan memberikan izin untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan program kerja di tempat usahanya.

Saran setelah menyelesaikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan Upaya Peningkatan Pemasaran Dengan Pemanfaatan Digital *Marketing* Pada Agatha *Photobooth* di Bali, untuk selanjutnya Agatha *Photobooth* dapat menerapkan program-program yang telah diberikan untuk kemajuan usahanya. Dan diharapkan untuk benar-benar melakukan inovasi baru pada usahanya, agar semakin menarik minat masyarakat, serta diharapkan mengembangkan atau menambahkan terus teknik pemasarannya agar target pemasaran produk semakin meluas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A., Willyam, A. P., Salsabilla, G., Sari, R. S., & Sari, V. N. (2023). Penerapan Metode Online Marketing Pada Pengenalan Produk Untuk Meningkatkan Jumlah Jual Pada UMKM Home Industry Jagung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 1(5), 316–324.
- Anugrah, M. D., Oktarini, K. W., Oktarida, A., & Firmamsyah. (2023). Peningkatan Kinerja UMKM Melalui Digital Marketing. *Jurnal Daya Saing*, 9(2), 548–554.
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). *PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT 1) 2)*.
- Krisgaharu, T., & Kusuma, B. O. P. (2022). Tingkat Efektivitas Online Marketing Untuk UMKM Semasa Pandemi Covid-19. *EXERO : Journal of Research in Business and Economics*, 4(2), 207–227. <https://doi.org/10.24071/exero.v4i2.5033>
- Mudjiarto, L., & Afrianti, M. R. (2020). Efektivitas Online Promotion Mix Melalui Media Sosial Facebook Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Umkm di Wilayah Kebayoran Lama. In *Jurnal Manajemen Oikonomia* (Vol. 29, Issue 1).
- Nasem, Iskandar, Y. Z., & Kusmiati, E. (2022). *Meningkatkan Koordinasi Gerakan Tangan Anak Usia 5-6 Tahun pada Tari Sunda melalui Aplikasi TikTok di PAUD Permata Hati Kata kunci*. <http://Jiip.stkipyapisdampu.ac.id>
- Purwaamijaya, B. M., Herdiana, O., Prehanto, A., Maesaroh, S. S., & Guntara, R. G. (2022). Pelatihan Optimalisasi Pemasaran Produk UMKM Melalui Sosial Media Tiktok. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Inovasi*, 1(2), 133–140. <https://journal.insankreasimedia.ac.id/index.php/JILPI>
- Siregar, A. O. B., & Zuliestiana, D. A. (2023). *Efektivitas Penerapan Strategi Digital Marketing Terhadap UMKM Di Tasikmalaya Pada Masa PPKM The Effectiveness Of Implementing Digital Marketing Strategies For MSMEs In Tasikmalaya During The PPKM Period's* (Vol. 10, Issue 2).