

MENINGKATKAN JUMLAH PENJUALAN MELALUI PEMASARAN DIGITAL DAN PEMBINAAN *STANDARD OPERATING PROCEDURE* (SOP) PADA PERUSAHAAN TOKO MUTIARA PERMAI KLUNGKUNG

Ni Putu Nita Anggraini^{1,*}, Ni Putu Pipin Ariska Putri²

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

*Email: nitaanggraini@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pemasaran digital menjadi kunci penting dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen yang didorong oleh kemajuan teknologi. Meskipun menawarkan jangkauan yang luas, strategi pemasaran digital memerlukan pemahaman mendalam dan pelaksanaan yang tepat. Di sisi lain, kemajuan teknologi informasi memfasilitasi efisiensi operasional, namun, keberhasilannya bergantung pada kemampuan SDM dalam memahami dan mengimplementasikan teknologi tersebut. Salah satu toko kosmetik yang belum konsisten dalam penerapan pemasaran digital adalah Toko Mutiara Permai Klungkung. Toko Mutiara Permai Klungkung berlokasi di Jalan Ngurah Rai No. 4d Semarapura Tengah, Bali. Dari wawancara yang dilakukan yaitu terdapat masalah kurangnya pemahaman karyawan dalam pemasaran digital dan ketidakpatuhan terhadap *Standard Operating Procedure* (SOP). Solusi yang diusulkan mencakup pelatihan karyawan dalam pemasaran digital dan pembinaan *Standard Operating Procedure* (SOP). Dalam pelaksanaannya, metode yang digunakan yaitu observasi, wawancara, penyuluhan, dan pelatihan digunakan untuk memperoleh data dan memberikan solusi yang relevan. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman karyawan dalam pemasaran digital dan kepatuhan terhadap *Standard Operating Procedure* (SOP), yang akhirnya meningkatkan produktivitas dan penjualan Toko Mutiara Permai Klungkung.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, *Standard Operating Procedure*, Karyawan

ANALISIS SITUASI

Lokasi observasi ini bertempat di Jalan Ngurah Rai No. 4d Semarapura, Bali. Pada kegiatan ini, kami mengobservasi produktivitas karyawan dalam hal meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital dan pembinaan *Standard Operating Procedure* (SOP) pada Toko Mutiara Permai Klungkung.

Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia (PPA Kosmetika Indonesia), pertumbuhan jumlah industri kosmetika Indonesia mencapai 21,9 persen, yakni 913 perusahaan di tahun 2022 dan di pertengahan 2023 sebanyak 1.010 perusahaan (Hermeiza, 2020). Pada Toko Mutiara Permai Cantika di Kabupaten Klungkung mengalami penurunan penjualan terus menerus. Pada tahun 2022 omset sebesar Rp. 757.000.000 kemudian semakin menurun sampai tahun 2023 omset yang didapat sebesar Rp. 698.456.000 penurunan jumlah pengunjung ke Toko Mutiara Permai di Klungkung yang terus menerus menunjukkan bahwa persaingan pasar terhadap Toko Mutiara Permai Klungkung belum baik, dan masih perlu adanya peningkatan. Peningkatan yang dapat dilakukan dengan melakukan

pemasaran secara digital sehingga karyawan perlu mendapatkan pelatihan dalam melakukan pemasaran secara digital.

Menurut Sari (2020), Beberapa tahun terakhir kemajuan teknologi telah menjadi ikon perubahan dunia. Hampir di semua sektor kehidupan perubahan terasa signifikan, tidak terkecuali dalam lingkup pemasaran. Pola konsumsi sulit ditebak, hal ini ditandai oleh banyak perusahaan kecil dan besar gulung tikar. Peran teknologi telah menjadi candu bagi perubahan sikap dan perilaku konsumsi.

Chakti (2019) fakta menarik dari strategi pemasaran digital atau Online adalah jangkauan yang sangat luas, artinya adalah para pelaku dapat memasarkan produk dan jasanya ke seluruh pelosok Indonesia dan luar negeri. Ini menjadi keunggulan yang tidak di dapat pada konsep pemasaran langsung atau offline. Tentu, dengan pangsa pasar yang sangat besar, para pelaku usaha memiliki peluang atau harapan untuk bisa menyelesaikan permasalahan yang dihadapi (Shabrina, 2021). Namun demikian, dalam memasarkan produk tidak semudah berucap, banyak faktor yang harus diperhatikan. Strategi pemasaran digital secara definisi tidak berbeda dengan konsep pemasaran langsung, bedanya hanya dilakukan menggunakan sarana teknologi dan informasi. Kendati demikian, terdapat perlakuan yang berbeda, misalnya konsep penjualan digital/ Online berani memberikan potongan harga, memberikan diskon, memberikan pengiriman gratis, dan sebagainya. Namun, saat ini cara dan metode pemasaran digital dinilai lebih efektif dalam meningkatkan penjualan (wijoyo, 2020).

Teknologi informasi adalah suatu dari jenis teknologi yang berbentuk peralatan teknis dan berfungsi untuk memproses dan menyampaikan informasi. Teknologi informasi termasuk serangkaian peralatan yang berfungsi sebagai alat untuk memproses data atau informasi, alat bantu, alat manipulasi dan alat pengelolaan informasi (Situmorang, 2020). Teknologi di era globalisasi ini mengalami perkembangan yang sangat cepat, hal tersebut ditandai dengan peralatan teknologi yang semakin canggih dan jangkauan yang lebih luas. Dengan kemajuan teknologi informasi maka kegiatan yang dilakukan oleh manusia dapat terselesaikan secara efektif dan efisien serta mendapatkan hasil yang maksimal (Nasution, 2020).

Dengan berkembang pesatnya teknologi saat ini juga harus diikuti dengan kemampuan SDM yang memahami fungsi dari teknologi tersebut, seperti yang terjadi pada Toko Mutiara Permai Klungkung dimana masih terdapat beberapa karyawan yang belum memahami dalam memasarkan produk secara digital yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya pelatihan, faktor usia, serta kurangnya semangat dalam belajar untuk melakukan pemasaran digital yang tentunya bisa meningkatkan jumlah penjualan toko. Selain kurang memahami dalam hal melakukan pemasaran digital, terdapat pula beberapa karyawan yang kurang mematuhi *Standard Operating Procedure* (SOP), dimana *Standard Operating Procedure* (SOP) ini berfungsi untuk membantu dalam proses mengoptimalkan efektivitas dan efisiensi operasional. Serta dapat meminimalkan risiko kesalahan dan kegagalan yang tidak diinginkan.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan dengan kepala Toko Mutiara Permai Klungkung maka ditemukan permasalahan sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa karyawan yang kurang memahami mengenai pemasaran produk secara digital.
2. Terdapat beberapa karyawan yang tidak mematuhi *Standard Operating Procedure* (SOP).

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Dalam menghadapi era digital yang terus berkembang, peningkatan jumlah penjualan bukanlah tujuan yang tercapai secara instan, melainkan sebuah perjalanan yang memerlukan strategi dan upaya berkelanjutan. Untuk mencapai target penjualan yang diinginkan, Toko Mutiara Permai Klungkung perlu mempertimbangkan integrasi pemasaran digital dan pembinaan *Standard Operating Procedure* (SOP) kepada karyawan, berikut beberapa solusi yang dapat diberikan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi antara lain:

1. Memberikan pelatihan kepada karyawan yang kurang memahami dalam pemasaran produk secara digital. Seperti pembuatan video promosi yang menarik, *Point of purchase* (POP), dan pengelolaan media sosial yang baik. Hal sama yang sudah dilakukan oleh (Pratiwi, 2023) digital marketing menjadi peran yang sangat penting dalam menjalankan bisnisnya untuk mempromosikan produknya melalui media digital yang sudah banyak digunakan masyarakat serta Untuk menarik keminatan konsumen pada produk pastinya perlu untuk membuat desain atau gambaran untuk bisa dilihat konsumen, dalam membuat desain mengedit foto-foto dan video produk menggunakan aplikasi canva, inshot dan capcut dengan semenarik mungkin.
2. Memberikan pembinaan kepada karyawan mengenai pentingnya mematuhi *Standard Operating Procedure* (SOP). Hal ini dilakukan agar dapat memperlancar tugas petugas/pegawai atau tim/unit kerja, sebagai dasar hukum bila terjadi penyimpangan, mengetahui dengan jelas hambatan-hambatannya dan mudah dilacak, mengarahkan petugas/pegawai disiplin dalam bekerja dan sebagai pedoman dalam melaksanakan pekerjaan rutin. (wahyuni, 2020)

METODE PELAKSANAAN

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, terdapat 4 (empat) metode yang digunakan, yaitu:

1. Metode Observasi (pengamatan)
Pada Langkah ini mahasiswa melakukan pengamatan langsung mengenai proses penjualan yang dilakukan karyawan toko Mutiara Permai Klungkung dalam upaya meningkatkan penjualan, serta bertemu dan melakukan wawancara dengan Kepala Toko.

2. Metode Interview (wawancara)
Pada Langkah ini isi dari wawancara mahasiswa dengan Kepala Toko yaitu mengenai kemampuan karyawan dalam meningkatkan penjualan melalui pemasaran digital serta wawancara mengenai kepatuhan karyawan terhadap *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ditetapkan Toko Mutiara Permai Klungkung.
3. Metode Penyuluhan
Penyuluhan dilakukan untuk memberikan pemahaman dan meningkatkan penjualan pada Toko Mutiara Permai Klungkung dalam hal pemasaran digital dan kepatuhan *Standard Operating Procedure* (SOP).
4. Metode Pelatihan
Pada Langkah ini mahasiswa mendampingi karyawan pada Toko Mutiara Permai Klungkung dalam mengimplementasikan pemasaran digital dan pelaksanaan *Standard Operating Procedure* (SOP) dengan baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukannya pelaksanaan pengabdian masyarakat mengenai meningkatkan jumlah penjualan melalui pemasaran digital dan pembinaan *Standard Operating Procedure* (SOP) pada perusahaan toko mutiara permai klungkung, maka adapun peningkatan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Karyawan pada Toko Mutiara Permai Klungkung yang awalnya tidak fasih dalam melakukan pemasaran digital setelah dilakukannya pelatihan menjadi mengetahui dasar-dasar dari pemasaran digital.
2. Karyawan pada Toko Mutiara Permai Klungkung yang awalnya kurang mematuhi *Standard Operating Procedure* (SOP) setelah dilakukannya pembinaan karyawan sudah berhasil membiasakan diri dengan melaksanakan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ditetapkan.
3. Kemampuan dan minat karyawan dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui pemasaran digital dan mematuhi *Standard Operating Procedure* (SOP) dapat meningkat sehingga dapat meningkatkan produktivitas Toko Mutiara Permai Klungkung.

Seluruh peningkatan seperti yang disebutkan di atas terjadi dikarenakan adanya faktor pendukung keberhasilan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini yaitu:

1. Adanya dukungan dari owner selaku pemilik Toko Mutiara Permai Klungkung sehingga memperlancar kegiatan pengabdian masyarakat ini.
2. Adanya fasilitas teknologi yang memadai sehingga dapat melakukan pelatihan dan pembinaan dengan lancar.
3. Adanya jaringan Wi-Fi yang lancar sehingga dapat melakukan pemasaran digital tanpa ada gangguan.
4. Adanya kerja sama yang baik antara mahasiswa dengan karyawan yang melakukan pelatihan dan pembinaan terkait pemasaran digital dan *Standard Operating Procedure* (SOP).



Gambar 1. Tampak depan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian



Gambar 2. Perkenalan diri serta sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital dan penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP)



Gambar 3. Pengenalan dan pelatihan pemasaran digital untuk karyawan



Gambar 4. Penempelan *Standard Operating Procedure* (SOP)



Gambar 5. Hasil dari pelatihan pembuatan *Point of purchase* (POP) untuk diunggah di platform online



Gambar 6. *Standard Operating Procedure* (SOP) Mutiara Permai Klungkung

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pelaksanaan kegiatan yang di lakukan di Toko Mutiara Permai Klungkung dapat disimpulkan bahwa kegiatan dalam meningkatkan jumlah penjualan melalui pemasaran digital dan pembinaan *Standard Operating Procedure* (SOP) pada perusahaan Toko Mutiara Permai Klungkung dimana memiliki tujuan untuk meningkatkan jumlah penjualan toko dengan memberikan pelatihan dan pembinaan kepada karyawan dalam melakukan pemasaran digital yang efektif serta memastikan kepatuhan mereka terhadap *Standard Operating Procedure* (SOP) yang telah ditetapkan. Dengan demikian, diharapkan bahwa melalui upaya ini, karyawan akan mampu mengoptimalkan penerapan teknologi informasi dalam pemasaran, meningkatkan kinerja toko, dan memperbaiki kualitas layanan kepada pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis toko Mutiara Permai Klungkung. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan sosialisasi mengenai pentingnya pemasaran digital dan penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP), pembuatan vidio promosi, pembuatan POP, serta pengunggahan ke sosial media maupun platform online. Kegiatan ini dapat dirasakan manfaatnya secara langsung oleh Owner, Kepala Toko, dan seluruh

karyawan yang mengikuti pelatihan karena sudah terbantu dengan adanya pelatihan ini.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, maka dikemukakan saran yang memberi dorongan maupun manfaat, yakni:

1. Diharapkan kepada karyawan yang telah melakukan pelatihan agar tetap mengasah kemampuannya dan rutin dalam belajar melakukan pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial serta platform online lainnya.
2. Manajemen toko harus memastikan bahwa *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ada diimplementasikan secara konsisten dan terus-menerus memberikan pembinaan kepada karyawan agar mereka memahami dan mematuhi prosedur operasional dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- FEB Unmas Denpasar. (2022). *Panduan KKN Alternatif. Program Studi Manajemen dan Akuntansi*. Denpasar
- Hermeiza, Y. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Kosmetik Wardah Melalui Harga Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Putra Indonesia" YPTK" Padang). *Doctoral Dissertation*. Universitas Putra Indonesia.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan transaksi bisnis e-commerce terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (Jesy)*, 3(2), 506-519.
- Permadi, I. K. O., Puspitawati, N. M. D., Usadi, M. P. P., & Lisnawati, N. K. (2023). Optimalisasi Kinerja Pegawai & Transparansi Dalam Penggunaan Dana Bos Melalui Sistem Kerja Sesuai SOP Pada SMP (SLUB) Saraswati 1 Denpasar. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENEMA)*, 2(2), 850–856.
- Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis Swot Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (Jesy)*, 6(1), 881-898
- Rahayu, R., & Murtinah, T. S. (2022). Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik Di Unit Layanan Pengadaan Biro Umum, Sekretariat Presiden. *Journal of Business Administration Economics & Entrepreneurship*, 57-67.

- Sari, S. P. (2020). Strategi Meningkatkan Penjualan Di Era Digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management And Business*, 3(3), 291-300.
- Situmorang, D. I. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Bagian Pengendalian Dan Evaluasi Perencanaan Pembangunan Bappeda Provinsi Sumatera Utara. *Doctoral dissertation*. Universitas Sumatera Utara.
- Wahyuni, I. A. P. P. S., & Parma, I. P. G. (2020). Penerapan Sop Bagi Mahasiswa Pkl Pada Departemen Food And Beverage Service The Oberoi Beach Resort, Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 3(1), 20-28.
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus*. Ikra-Ith A