

## **TEROBOSAN IKLAN FACEBOOK, PENINGKATAN PELAYANAN MOBIL TRAVEL, DAN KEPERCAYAAN MEDIA SOSIAL DI BALI CANDIDASA TOUR**

**I Gusti Ngurah Agung Eka Teja Kusuma<sup>1,\*</sup>, I Putu Krisna Purnadinata<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

\*Email: agungteja@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu Bali Candidasa Tour meningkatkan pendapatannya melalui strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Adapun program kerja yang dilaksanakan meliputi: pembuatan iklan di Facebook Ads untuk menjangkau target audiens yang lebih luas, peningkatan kualitas pelayanan mobil travel dengan menyediakan air mineral dan cemilan khas Bali dan pembuatan akun media sosial di TikTok dan YouTube untuk meningkatkan brand awareness dan engagement dengan pelanggan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa program kerja yang dilaksanakan telah berhasil meningkatkan pendapatan Bali Candidasa Tour. Pembuatan iklan di Facebook Ads menghasilkan 329 calon pelanggan dari Australia, peningkatan layanan mendapatkan feedback positif dari pelanggan, dan pembuatan akun media sosial di TikTok dan YouTube meningkatkan jumlah pengikut dan like.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat, Pariwisata, Pemasaran, Media Sosial, Bali Candidasa Tour

### **ANALISIS SITUASI**

Pengabdian kepada masyarakat merupakan suatu bentuk konkrit dari pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dengan diadakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini, penulis diharapkan dapat mengaktualisasikan disiplin ilmu yang masih terdapat dalam tatanan teoritis terhadap realisasi praktis dengan bentuk pengabdian dan pendampingan langsung kepada perusahaan, disamping itu penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa adalah sebagai sebuah usaha pengembangan ilmu yang didapatkan sebelumnya. Program utama pengabdian masyarakat yang saya angkat adalah Terobosan Iklan Facebook, Peningkatan Pelayanan Mobil Travel, dan Kepercayaan Media Sosial di Bali Candidasa Tour

Bali adalah pulau yang terkenal dengan keindahan alamnya yang memukau, budaya yang kaya, dan keramahan penduduknya, telah menjadi magnet bagi wisatawan dari seluruh dunia. Di tengah gemerlapnya industri pariwisata Bali, I Wayan Astawa, seorang pengusaha visioner, melihat peluang bisnis yang menjanjikan dan mendirikan Bali Candidasa Tour pada tahun 2019.

Bali Candidasa Tour menawarkan berbagai paket wisata yang menarik dan beragam, mulai dari wisata budaya, wisata alam, wisata kuliner, hingga wisata petualangan. Bali Candidasa Tour merupakan sebuah perusahaan travel yang berlokasi di Jl. Gemitir gg Taman No. 28, Kesiman Kertalangu, Denpasar Timur.

Di era digital yang berkembang pesat ini, industri pariwisata dihadapkan pada berbagai tantangan baru. Bali Candidasa Tour, sebagai salah satu agen travel ternama di Bali, tidak luput dari tantangan-tantangan tersebut.

Tantangan utama yang dihadapi Bali Candidasa Tour adalah kurangnya pemanfaatan instrumental promosi. Saat ini, perusahaan ini masih mengandalkan pemasaran offline melalui brosur dan Google Ads. Hal ini perlu diperluas dengan memanfaatkan media sosial seperti Facebook Ads. Konten iklan yang menarik dan informatif tentang destinasi wisata yang ditawarkan, seperti video singkat tentang keindahan Pantai Nusa Dua atau testimoni dari pelanggan yang puas, dapat meningkatkan visibilitas Bali Candidasa Tour di dunia digital dan menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Selain itu, pelayanan yang perlu ditingkatkan juga menjadi tantangan bagi Bali Candidasa Tour. Kurangnya penyediaan air mineral dan cemilan di dalam mobil travel perlu diatasi dengan menyediakan fasilitas-fasilitas kecil namun penting seperti air mineral dan cemilan. Memberikan pilihan air mineral, menyediakan cemilan khas Bali seperti pia dan kacang tanah, dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan selama perjalanan.

Pemasaran konten yang belum optimal juga menjadi tantangan bagi Bali Candidasa Tour. Hal ini dapat diatasi dengan membuat konten yang kreatif dan engaging di YouTube dan TikTok, seperti vlog yang menarik tentang destinasi wisata, tips dan trik wisata di Bali, review tentang hotel, restoran, dan tempat wisata, kontes dan giveaway untuk meningkatkan engagement, dan bekerja sama dengan influencer travel untuk mempromosikan Bali Candidasa Tour di akun media sosial mereka. Konten-konten tersebut dapat meningkatkan brand awareness Bali Candidasa Tour, menarik minat calon pelanggan, dan membangun komunitas online yang loyal.

Kunci utama untuk mengatasi tantangan-tantangan ini adalah dengan selalu berinovasi dan mengikuti tren terbaru dalam industri pariwisata. Bali Candidasa Tour memiliki potensi besar untuk menjadi agen travel terdepan di Bali. Dengan strategi yang tepat dan komitmen untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan, Bali Candidasa Tour dapat mencapai tujuannya dan menjadi pilihan utama bagi para wisatawan yang ingin menjelajahi keindahan pulau Dewata.

## **PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan data yang telah disediakan, serta observasi yang dilakukan, masalah-masalah berikut dapat diidentifikasi sebagai permasalahan utama yang harus diatasi:

1. Kurangnya pemanfaatan instrumental promosi yang efektif: perusahaan masih mengandalkan pemasaran offline dengan brosur dan pemasaran online hanya melalui Google Ads.
2. Peningkatan pelayanan yang belum optimal: Terdapat kekurangan dalam penyediaan air mineral dan cemilan di dalam mobil travel.

3. Tidak memanfaatkan potensi media sosial secara maksimal: perusahaan belum sepenuhnya memanfaatkan instrumen pemasaran melalui media sosial seperti YouTube dan TikTok.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, terdapat beberapa solusi yang diberikan yaitu:

1. Untuk mengatasi kurangnya pemanfaatan instrumental promosi, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah membuat iklan di Facebook menggunakan fitur Facebook Ads. Dengan menggunakan Facebook Ads, Bali Candidasa Tour dapat memanfaatkan segmentasi yang lebih lengkap, seperti lokasi, usia, minat, dan preferensi pengguna, sehingga iklan dapat ditargetkan secara lebih spesifik kepada calon pelanggan yang potensial.
2. Untuk memperbaiki aspek pelayanan, Bali Candidasa Tour perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan menyediakan air mineral dan cemilan khas Bali di dalam mobil travel.
3. Untuk memanfaatkan potensi media sosial secara maksimal, Bali Candidasa Tour dapat membuat akun resmi di TikTok dan YouTube. Melalui konten-konten menarik dan informatif tentang destinasi wisata yang ditawarkan, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama kalangan muda yang aktif menggunakan media sosial.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam penerapan program kerja ini yaitu metode diskusi dan sosialisasi secara online dan offline dengan masyarakat sasaran. Adapun metode atau tahapan pendekatan yang akan digunakan untuk menyelesaikan persoalan atau permasalahan yang terjadi yaitu sebagai berikut :

1. Tahapan Persiapan

Pada tahap ini, penulis melakukan persiapan terkait dengan program kerja yang telah disusun sebelumnya. Pertama, penulis melakukan persiapan alat dan keperluan untuk melaksanakan program kerja pada peningkatan kualitas pelayanan pada mobil travel. Kedua, membuat email dan facebook untuk membuat facebook ads, tiktok, dan youtube.

2. Tahapan Pelaksanaan

- a. Melakukan Pembuatan Iklan Di Facebook Ads
- b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Mobil Travel Bali Candidasa Tour
- c. Membuat Akun Media Sosial

3. Tahapan Evaluasi

Setelah tahapan diatas dilakukan maka diwajibkan untuk memantau setiap perkembangan yang terjadi setelah program kerja ini telah terlaksana di Bali

Candidasa Tour ini sebelum dan sesudah dilaksanakannya program kerja yang diberikan pada Bali Candidasa Tour.

### HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

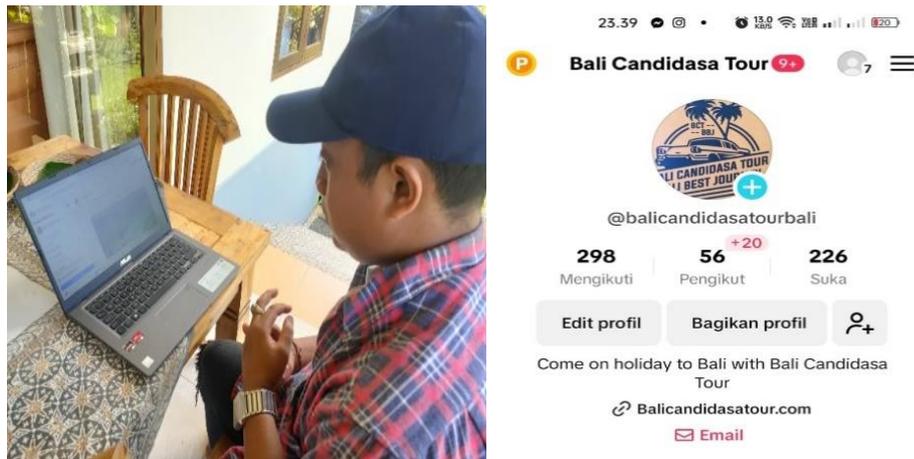
Pengabdian masyarakat yang berjudul “Terobosan Iklan Facebook, Peningkatan Pelayanan Mobil Travel, dan Kepercayaan Media Sosial di Bali Candidasa Tour” dilaksanakan mulai dari tanggal 18 Maret s/d 2 Mei 2024 telah berjalan dengan lancar dan telah berhasil meningkatkan pendapatan Bali Candidasa Tour selama kegiatan dilaksanakan. Dengan adanya program kerja yang diberikan sangat membantu Bali Candidasa Tour dalam mempromosikan produk dan mampu meningkatkan jumlah pelanggan atau wisatawan.



**Gambar 1.** Pembuatan halaman di facebook dan melakukan promosi menggunakan facebook ads



**Gambar 2.** Melakukan pembelian peralatan tas gantungan mobil, air mineral, cemilan khas bali dan penempatan pada mobil travel



**Gambar 3.** Pembuatan akun tiktok, pengelolaan akun youtube, dan pembuatan video dan postingan

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan kegiatan yang sudah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan program kerja pada Bali Candidasa Tour telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Mulai dari awal persiapan dan pelaksanaan semua berjalan dengan lancar. Penggunaan facebook ads berhasil menjangkau 329 orang yang berada pada negara Australia yang memiliki minat untuk berlibur ke bali, peningkatan layanan dengan menambahkan air mineral dan cemilan khas bali juga mendapatkan feedback yang positif dari pelanggan, dan pembuatan akun tiktok dan pengelolaan youtube juga mendapatkan permirsa dan like dalam postingan sehingga menambah ruang lingkup audiens yang mengetahui Bali Candidasa Tour.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat disampaikan sekiranya agar Bali Candidasa Tour dapat mempertahankan strategi pemasaran dan kualitas pelayanan yang sudah berjalan. Dan dengan harapan kedepannya untuk pemasaran dan kualitas pelayanan kedepan dapat ditingkatkan lebih baik lagi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- AmaSSlia, L., & Miranti, P. (2023). ANALISIS PENGARUH SEKTOR PARIWISATA DAN PENANGGURAN TERBUKA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI PROVINSI BALI. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang* .
- Duffett, R. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran YouTube Terhadap Sikap Kognitif, Afektif dan Perilaku Konsumen Generasi Z. *Keberlanjutan* .
- Ginaya, G., Kumbara, A., Putra, I., & Sukiada, I. (2020). Destinasi Pariwisata Bali dan Pengembangan Pasar Wisatawan Rusia. *Jurnal Internasional Pemahaman Multikultural dan Multiagama* , 7, 105-118.

- Jancy, A., N, K., PS, N., & S, N. (2022). Layanan Penyewaan Mobil. *Jurnal Internasional Penelitian Teknik di bidang Teknik Elektronika dan Komunikasi* .
- Wiese, M., Martínez-Clement, C., & Botella-Carrubi, D. (2020). Kerangka kerja untuk efektivitas periklanan Facebook: Perspektif perilaku. *Jurnal Riset Bisnis* , 109, 76-87.
- Zeng, J., Abidin, C., & Schäfer, M. (2021). Perspektif penelitian tentang TikTok dan aplikasi lamanya: pendahuluan. *Jurnal Komunikasi Internasional* , 15, 3161-3172.