

## **STRATEGI EFISIEN UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DAN PENJUALAN DI SAMSUNG EXPERIENCE STORE GRAHA INSAN SURYA**

**Luh Putri Mas Mirayani<sup>1,\*</sup>, I Gusti Ayu Ratih Permata Dewi<sup>2</sup>,  
I Gusti Ayu Listya Putri<sup>3</sup>**

<sup>1,3</sup> Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Warmadewa, Bali, 80235, Indonesia

\*Email: putrimasmirayani@unmas.ac.id

### **ABSTRAK**

Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, handphone telah bertransformasi menjadi alat multifungsi yang esensial dalam kehidupan sehari-hari, mengungguli fungsinya sebagai sekadar alat komunikasi. CV. Graha Insan Surya, yang didirikan pada tahun 1996 oleh Bapak George Alexander Arsid, telah berkembang menjadi pemain kunci dalam industri telekomunikasi di Indonesia, dengan fokus pada penjualan handphone dan aksesoris. Di era digital ini, strategi pemasaran melalui media sosial yang dijalankan oleh Samsung Experience Store Graha Insan Surya telah menunjukkan dinamika yang kompleks. Meskipun telah menerapkan berbagai pendekatan promosi seperti kolaborasi dengan influencer dan giveaway, masih terdapat tantangan dalam mengukur efektivitas dan efisiensi strategi tersebut, yang berimbas langsung pada penjualan. Melalui observasi yang mendalam di lapangan, artikel ini menyajikan analisis kebutuhan strategi pemasaran yang lebih terintegrasi dan efisien. Artikel ini juga mengeksplorasi bagaimana adaptasi strategi dapat memenuhi ekspektasi konsumen di Bali yang tidak hanya mencari kecanggihan teknologi tetapi juga elemen status sosial dan estetika. Hasil analisis ini bertujuan untuk menyusun program kerja yang dapat mengoptimalkan interaksi digital dan fisik dalam pengalaman belanja, serta menunjang pertumbuhan penjualan dan kepuasan pelanggan di Samsung Experience Store Graha Insan Surya.

**Kata kunci:** Strategi pemasaran, Adaptasi strategi, Interaksi digital, Kepuasan konsumen.

### **ANALISI SITUASI**

Di era teknologi yang terus berkembang, handphone telah menjadi lebih dari sekedar alat komunikasi. Saat ini, hampir setiap orang memiliki handphone yang berfungsi sebagai alat untuk berbisnis, mencari informasi, belajar, dan mengekspresikan diri. Handphone, dengan kemampuannya yang portable dan tidak memerlukan sambungan fisik ke jaringan telepon, telah menjadi kebutuhan primer di masyarakat modern. Ini menunjukkan pentingnya adaptasi terus-menerus terhadap teknologi terkini dalam industri telekomunikasi.

Graha Insan Surya adalah sebuah badan usaha yang bergerak di bidang perdagangan handphone dan accessories yang dirintis pada Tahun 1996 oleh Bapak George Alexander Arsid, kemudian dilegalitas dengan Akte Pendirian No. 33, TDP:22.09.3.52.00455, SIUP:

1513/22-09/PK/X/2007, NPWP: 01.728.740.0-901.000 di hadapan Notaris T. Francisca Teresa N.SH, dengan nama CV. GRAHA INSAN SURYA yang berkantor pusat di Jalan Teukur Umar No. 8 Blok B8 Denpasar-Bali. Perusahaan ini telah tumbuh menjadi pemain kunci di pasar lokal. Visi perusahaan adalah untuk mentransformasikan teknologi komunikasi selular kepada masyarakat umum dan berpartisipasi aktif dalam distribusi produk telekomunikasi di Indonesia. Misi CV. Graha Insan Surya mencakup memberikan kepuasan maksimal kepada pengguna jasa telekomunikasi selular melalui customer service yang handal. Perusahaan ini berkomitmen untuk membantu membangun ekonomi nasional dan menciptakan iklim usaha yang kondusif untuk pendistribusian produk telekomunikasi yang merata.

Samsung Experience Store Graha Insan Surya telah menerapkan strategi pemasaran yang luas melalui media sosial, termasuk iklan, pembuatan konten, kolaborasi dengan influencer, serta promosi seperti giveaway dan diskon produk. Meskipun demikian, toko ini menghadapi tantangan dalam efisiensi dan pengukuran efektivitas strategi yang berdampak langsung terhadap penjualan. Ini menunjukkan kebutuhan akan evaluasi yang lebih mendalam dan penyesuaian strategi untuk meningkatkan hasil, dengan pendekatan yang lebih terintegrasi dan analitik untuk memahami pengaruh nyata setiap aktivitas terhadap penjualan.

Di Bali, konsumen cenderung memilih produk yang tidak hanya canggih secara teknologi tetapi juga yang mendukung status sosial mereka, dengan desain yang menarik dan fungsi yang inovatif. Ini menuntut Samsung Experience Store untuk menciptakan sinergi antara pengalaman belanja fisik dan interaksi digital yang memuaskan, sehingga konsumen dapat merasa terhubung dengan merek dan lebih puas dengan pengalaman mereka. Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan perilaku konsumen ini penting untuk menyesuaikan penawaran produk dan layanan sesuai dengan ekspektasi pasar lokal.

Setelah melakukan observasi di Samsung Experience Store Graha Insan Surya terdapat fenomena permasalahan dimana kurangnya kebutuhan untuk strategi pemasaran yang lebih efisien dan juga untuk mengembangkan pemasaran digital yang lebih luas, menggunakan baik platform online maupun offline. Dari fenomena tersebut maka dibuatlah program kerja dengan topik “Strategi Efisien Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan di Samsung Experience Store Graha Insan Surya”

## **PERUMUSAN MASALAH**

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

1. Kurangnya kebutuhan dalam evaluasi dan penyesuaian untuk strategi pemasaran yang lebih efisien

2. Kurangnya mengembangkan pendekatan pemasaran digital yang luas, yang mencakup strategi online dan offline serta meningkatkan pelatihan staf, akan memastikan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

### **SOLUSI YANG DIBERIKAN**

Untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan di Samsung Experience Store Graha Insan Surya maka kegiatan yang saya lakukan yaitu :

1. Mengembangkan sistem evaluasi yang sistematis untuk mengukur efektivitas dan efisiensi dari setiap strategi pemasaran yang digunakan.
2. Merancang sebuah strategi pemasaran yang mengintegrasikan kanal online dan offline untuk menciptakan pengalaman konsumen yang terhubung.
3. Menyelenggarakan sesi pelatihan berkala untuk staf, fokus pada pengembangan keterampilan dalam penjualan, komunikasi, dan pengetahuan produk.

### **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat tentang Strategi Efisien Untuk Meningkatkan Pemasaran Dan Penjualan Di Samsung Experience Store Graha Insan Surya ini dilakukan melalui:

1. Metode Observasi (PENGAMATAN)

Pengamatan adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara sistematis rencana program yang akan dilakukan di perusahaan. Pada metode ini penulis turun langsung untuk mengamati secara langsung di lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Pengumpulan data atas permasalahan yang dialami oleh Samsung Experience Store Graha Insan Surya secara keseluruhan dapat dijadikan bahan referensi dalam menyiapkan solusi untuk memecahkan masalah yang di alami oleh Samsung Experience Store Graha Insan Surya.

2. Metode Perencanaan Program

Berdasarkan hasil observasi dan identifikasi dimana mahasiswa turun langsung pada lingkungan perusahaan serta melakukan konsultasi dengan pihak pimpinan perusahaan dan dosen pembimbing, maka dapat direncanakan suatu program yang diharapkan dapat membantu permasalahan yang ada pada perusahaan tersebut.

3. Metode Pelaksanaan Program

Dalam pelaksanaan program kegiatan pengabdian kepada masyarakat, program kerja yang telah direncanakan untuk seluruh bidang dilakukan di perusahaan sesuai dengan program kerja dan waktu pelaksanaan yang telah dibuat.

#### 4. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi ini merupakan salah satu bentuk pengumpulan data yang paling mudah di dalam Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, dalam hal ini dokumentasi sebagai bukti bahwa berjalannya Program Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Lokasi atau tempat kerja.

#### 5. Metode Evaluasi

Pembenahan akhir dan pemantauan pada pelaksanaan tugas yang telah dilaksanakan.

#### 6. Penyusunan Laporan

Pembuatan laporan sebagai rekomendasi untuk perusahaan ke depan dimana laporan tersebut merupakan rangkuman dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan.

### **HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat Samsung Experience Store Graha Insan Surya dengan judul “Strategi Efisien Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan di Samsung Experience Store Graha Insan Surya” telah berhasil dilakukan dengan cara memberikan panduan mengembangkan sistem evaluasi yang sistematis untuk mengukur efektivitas dan efisiensi dari setiap strategi pemasaran yang digunakan, merancang sebuah strategi pemasaran yang mengintegrasikan kanal online dan offline untuk menciptakan pengalaman konsumen yang terhubung dan menyelenggarakan sesi pelatihan berkala untuk staf, fokus pada pengembangan keterampilan dalam penjualan, komunikasi, dan pengetahuan produk.

1. Mengadakan pelatihan intensif mengenai cara penggunaan alat-alat analitik digital seperti Google Analytics untuk mengukur efektivitas kampanye pemasaran.

**Gambar 1.** Melakukan *pelatihan intensi*



2. Menyelenggarakan pelatihan untuk merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mengintegrasikan aktivitas online dan offline, menciptakan pengalaman konsumen yang konsisten.



**Gambar 2.** Melakukan *pelatihan aktivitas offline*

3. Mengembangkan program kerja khusus untuk pembuatan dan distribusi konten digital yang menarik, seperti video, infografis, dan artikel blog, yang menonjolkan keunggulan dan fitur produk.
4. Menyusun program untuk berkolaborasi dengan influencer dan komunitas online untuk meningkatkan jangkauan dan kredibilitas merek, serta memanfaatkan testimoni pelanggan sebagai bagian dari strategi pemasaran.
5. Mengadakan serangkaian pelatihan bagi staf penjualan yang fokus pada pengetahuan produk terbaru dan teknologi handphone, memastikan bahwa staf dapat menyampaikan informasi dengan akurat dan menarik kepada pelanggan.



**Gambar 3.** Melakukan *pelatihan bagi staf*

6. Mengembangkan dan menerapkan sistem evaluasi untuk mengukur dan analisis kinerja setiap kampanye pemasaran, menggunakan metrik yang telah ditentukan.



**Gambar 4.** Melakukan sistem evaluasi

7. Menyelenggarakan sesi evaluasi dan meminta feedback secara berkala dari pelanggan untuk memahami kepuasan mereka terhadap pengalaman belanja dan produk yang ditawarkan.



8. Melakukan sosialisasi dan implementasi kebijakan pemasaran baru kepada seluruh staf, memastikan bahwa semua anggota tim memahami dan dapat mendukung kebijakan tersebut dalam kegiatan sehari-hari.

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu:

1. Pimpinan CV. Graha Insan Surya yang mendukung penuh kegiatan ini.
2. Para karyawan CV. Graha Insan Surya yang mendukung penuh kegiatan ini.
3. Tersedianya fasilitas yang memadai seperti ruangan yang membuat nyaman dalam melakukan penelitian.

Sedangkan faktor penghambat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yaitu :

1. Karena mobilitas kerja pegawai yang cukup tinggi dan masing-masing karyawan memiliki tugas masing-masing maka ketika sosialisasi dilakukan ada beberapa pegawai yang tidak mengikuti sosialisasi.

Partisipasi adalah berbagai bentuk peran serta anggota organisasi dalam menggunakan tenaga dan pikiran serta waktunya dalam mewujudkan tujuan organisasi (Hasibuan, 2005). Partisipasi karyawan sangat berpengaruh pada keberhasilan perusahaan. Partisipasi karyawan dalam kegiatan “Strategi Efisien Untuk Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan di Samsung Experience Store Graha Insan Surya” cukup tinggi, dimana terlihat pada semua program kerja yang telah dibuat para karyawan memiliki antusiasme untuk membantu menerapkan program sehingga dapat mencapai tujuan perusahaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan dari program kerja yang telah disusun untuk Samsung Experience Store Graha Insan Surya mencakup serangkaian inisiatif strategis yang bertujuan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Program ini meliputi pelatihan intensif bagi tim pemasaran dalam penggunaan alat analitik digital, pengembangan strategi pemasaran yang terintegrasi antara kanal online dan offline, serta pembuatan konten digital yang menarik untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan konsumen.

Kolaborasi dengan influencer dan komunitas online direncanakan untuk memperkuat kredibilitas dan visibilitas merek, sementara serangkaian pelatihan produk akan memastikan bahwa staf penjualan memiliki pengetahuan terkini dan komprehensif tentang produk yang dijual. Program ini juga mencakup pengembangan sistem evaluasi kinerja pemasaran, untuk meningkatkan retensi dan personalisasi layanan kepada pelanggan.

Selain itu, program kerja ini juga fokus pada pengumpulan feedback dari pelanggan secara berkala untuk terus meningkatkan layanan dan produk. Sosialisasi dan implementasi kebijakan baru kepada staf merupakan langkah penting untuk memastikan keberhasilan penerapan strategi ini. Keseluruhan program ini dirancang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat posisi Samsung Experience Store Graha Insan Surya di pasar telekomunikasi.

Pemahaman perusahaan mengenai pentingnya pentingnya strategi efisien untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan agar dapat meningkatkan angka penjualan setiap bulannya yang didapatkan oleh Perusahaan CV. Graha Insan Surya. Program Pengabdian Masyarakat Universitas Mahasaraswati Denpasar telah terealisasi 100%, besar harapan setelah kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dapat terus dilaksanakan untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran di Samsung Experience Store Graha Insan Surya agar dapat meningkatkan angka penjualan setiap bulannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service). Jurnal PKM Vol 1, No 1

---

KazWan. (n.d.). Handphone Merupakan Alat Telekomunikasi Elektronik Dua Arah Yang Bisa Dibawa Kemana. Retrieved from Scribd.com: <https://www.scribd.com/document/328338937/Handphone-Merupakan-Alat-Telekomunikasi-Elektronik-Dua-Arah-Yang-Bisa-Dibawa-Kemana>