

UPAYA PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI DI MOISTURE STUDIO

I Wayan Sukadana^{1,*}, Ni Kadek Embun Sintya Maharani Putri²

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

*Email: sukadana@fe-unmas.ac.id

ABSTRAK

Moisture Studio merupakan usaha yang bergerak dibidang kecantikan, Moisture Studio adalah salah satu usaha *nailart* yang memiliki keindahan dan kecantikan kuku tangan atau kaki customer sesuai dengan request ataupun design yang ada dapat membuat kuku tangan atau kuku kaki menjadi lebih indah dengan menghias kuku dengan cat kuku dan beberapa tambahan aksesoris di kuku customer dimana setiap ukiran dan designnya memiliki cerita dan keunikan tersendiri. Moisture Studio sudah beroperasi sejak 13 Maret 2021, beralamat Jalan Danau Kerinci Sanur Gang IV No 7, Kec. Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Metode yang digunakan untuk peningkatan pendapatan melalui media sosial akibat banyaknya persaingan dan bisnis yang serupa pada UMKM. Moisture Studio di Denpasar sudah dalam pendampingan dan pengawasan. Mengingat salah satu permasalahan yang terungkap dari hasil observasi yang dilaksanakan di UMKM ini mengenai sarana pemasaran yang sangat kurang sehingga menyebabkan produk yang dihasilkan kurang diketahui oleh masyarakat. Dalam rangka dapat memberikan informasi kepada masyarakat dan mengembangkan UMKM ini, maka perlu diberikan pendamping untuk meningkatkan pemasaran produk agar penjualan lebih meningkat.

Kata kunci: Media Sosial, *Nailart*, Promosi, Pendapatan.

ANALISIS SITUASI

Moisture Studio merupakan usaha yang bergerak dibidang kecantikan, Moisture Studio adalah salah satu usaha *nailart*, yang memiliki keindahan dan kecantikan kuku kaki dan tangan karena ukiran dan design yang ada dapat membuat kuku menjadi lebih indah dengan cat kuku di kuku customer memiliki cerita dan keunikan tersendiri.

Perusahaan ini bergerak dibidang kecantikan, karena masih tergolong dalam kategori perusahaan baru dibidang kecantikan maka dalam pencatatan keuangan harian pada bagian administrasi masih belum terbilang sempurna,

Pada masa pandemi pasca Covid-19 semua melaksanakan tugasnya secara daring. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan diperoleh bahwa UMKM melalui handphone, sekarang jaman semakin canggih orang-orang melakukan pemesanan melalui sosial media baik itu dari instagram, facebook, website, shopee, Lazada, whatsapp yang memudahkan seseorang melakukan belanja dari rumah atau melalui smartphone dan membuat toko-toko yang buka secara offline kini beranjak semua melalui sosial media.

Media sosial saat ini menjadi tren bagi anak muda untuk mengekspresikan diri dan menawarkan peluang besar sebagai media periklanan dan promosi bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsApp banyak digunakan sebagai media bisnis baik produk ternama maupun produk buatan sendiri. Internet memungkinkan pelaku ekonomi membuat anggaran pemasaran mereka lebih efisien. Internet dapat diakses secara luas dan murah.

Hal ini disebabkan karena mereka menghadapi kesulitan keuangan akibat penurunan pendapatan dan juga karena mereka tidak mengetahui cara menggunakan dan mempromosikan aspek-aspek positif dari media sosial dan peluang apa saja yang ditawarkan oleh media sosial berbagai produk. Dari kemajuan teknologi dalam bisnis online.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan diperoleh bahwa UMKM pasca covid-19 menjadi meningkatnya pendapatan melalui program bisnis online yang dilaksanakan. Meskipun omzet yang diterima tidak penuh seperti pada saat sebelum wabah virus ini melanda Indonesia, tetapi setidaknya tim sangat bersyukur karena mampu meningkatkan omzet mereka di masa pasca pandemi.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Maka berdasarkan hasil perumusan masalah, penulis ingin memberikan beberapa solusi pada kegiatan ini yaitu meningkatkan pemasaran produk melalui media sosial guna memudahkan masyarakat mengetahui dan dapat membeliproduk hiasdinding secara online produk tersebut dengan promo yang menarik. Meningkatkan promosi melalui media sosial dengan membuat video yang menarik dan melakukan promo atau diskon sehingga membuat konsumen tertarik dengan nailart tersebut. Karena orang-orang akan mengabadikan momen sebagai keindahan pada kuku dengan hiasan dan ukiran yang sesuai dengan keinginan customer atau pelanggan. Untuk melakukan transaksi online di Moisture Studio yaitu melalui instagram, facebook. Booking treatment online menjadi lebih mudah yaitu booking dari rumah tanpa ke studio langsung, lebih di update lagi dengan design-design yang di sesuaikan dengan warna kulit dan jenis kuku customer yang tersedia di studio.

METODE PELAKSANAAN

Sebagai hasil dari program pengabdian masyarakat kami, tim Moisture Studio telah melihat manfaat meningkatkan keindahan desain kuku yang kami buat. Sebelumnya, penurunan penjualan dan pendapatan selama pandemi Covid-19 dimaksudkan untuk menghilangkan hambatan atau memenuhi kebutuhan. Ini adalah masalah bagi Moisture Studio.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat yaitu, Dengan adanya program kerja “*Melalui Media Sosial*” sangat membantu pelanggan yang masih tidak ingin berpergian ketempat ramai, namun mereka ingin dengan mudah cek sesuatu atau design secara online yang dibuat di Moisture Studio sehingga pelanggan yang ingin membuat design kuku tersebut hanya bisa membuatnya di Moisture Studio. Beberapa pelanggan memberi ulasan yang sangat baik yang dilaksanakan penulis.

Tim Moisture Studio merasakan manfaat yang bisa membantu mereka dalam meningkatkan penjualan dari produk yang dijual, dari sebelumnya berkurangnya omzet atau pendapatan dimasa pandemic pasca covid-19 menjadi meningkatnya pendapatan melalui program bisnis online yang dilaksanakan. Meskipun omzet yang diterima tidak penuh seperti pada saat sebelum wabah virus ini melanda Indonesia, tetapi setidaknya tim sangat bersyukur karena mampu meningkatkan omzet mereka di masa pasca pandemi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan dan mempertimbangkan perubahan positif yang terjadi, maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan yang direncanakan dan direncanakan berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Karyawan Anda akan memahami seluruh instruksi dan pelatihan, sehingga mereka dapat menjalankan pekerjaannya dengan lebih maksimal di masa depan dibandingkan sebelumnya. Kegiatan yang dulunya dilakukan secara offline, kini seluruhnya dilakukan secara online, termasuk aktivitas jual beli. Pandemi ini memberikan dampak yang sangat negatif terhadap pendapatan UMKM khususnya Moisture Studios.

Media sosial juga memiliki fungsi potensial bagi bisnis, seperti mengidentifikasi pelanggan, memungkinkan komunikasi dua arah, dan berbagi informasi untuk mempelajari preferensi pelanggan. Media sosial saat ini menjadi tren bagi anak muda untuk mengekspresikan diri dan menawarkan peluang besar sebagai media periklanan dan promosi bisnis. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp banyak digunakan sebagai media bisnis, mulai dari produk terkenal hingga produk in-house. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan yang mencoba menawarkan produk berbeda melalui media sosial. Dengan keberhasilan program kerja melalui media social penulis mengharapkan agar pihak perusahaan dapat melanjutkan program ini, karena program ini dapat sangat membantu meningkatkan pendapatan perusahaan. Selain itu, diharapkan Moisture Studio akan lebih meningkatkan promosi mengenai pembelian daring karena saat ini paling gemar digunakan masyarakat selama pandemi masih berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

Siregar, L. Y., & Nasution, M. I. P. (2020). Perkembangan teknologi informasi terhadap peningkatan bisnis online. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 71-75.

- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan pemasaran online berbasis digital untuk meningkatkan penjualan bisnis online pada umkm di desa cicalengka kecamatan pagedangan kabupaten tangerang. *Dedikasi Pkm*, 2(3), 307-311.
- Muarifin, M. S., Anjani, R. D., Asbari, M., & Putratama, A. R. N. (2023). Bisnis Online: Saving The Future. *Literaksi: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 1(01), 86-90.
- Supriyanto, A. (2021). Pertumbuhan Bisnis Online Mahasiswa Melalui Sosial Media pada Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 3(2).
- Apriliani, J. (2022). *IMPLEMENTASI RAPID APPLICATION DEVELOPMENT (RAD) PADA STARTUP" BEAUTY PLUS NAIL ART" BERBASIS WEBSITE* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Tangerang).
- Pertiwi, S. (2022). Rencana Pendirian Usaha Sparkly Beauty Bar, Nail Art di Jakarta Barat/Sicilia Pertiwi/77180041/Pembimbing: Supriyanto.
- Phalossa, V. S. (2023). *IMPLEMENTASI SRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN NAIL ART MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM@ esmenailbar DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Sri Sundari, N. K., Ardana Putra, I., & Santra, I. K. (2023). *Pengaruh Customer Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Jasa Nailart Pada Nails Bythesisters* (Doctoral dissertation, Politeknik Negeri Bali).