



PEMANFAATAN MEDIA PROMOSI *DIGITAL* SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN HASIL PENJUALAN DI *KEMARI SUPER STORE*

Komang Dian Puspita Candra¹⁾, Yuliana Resti Hading²⁾

^{1,2}Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: dianpuspitacandra@unmas.ac.id¹, restihading@gmail.com²

ABSTRAK

Di era *digital* seperti saat ini, para pengelola usaha telah memanfaatkan teknologi dalam kegiatannya. Teknologi dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dan pemasaran untuk produk atau jasa yang ditawarkan oleh usaha tersebut. Peluang untuk menggunakan teknologi sebagai media promosi sejatinya dapat diterapkan oleh pemilik usaha *Kemari Super Store* untuk memperkenalkan toko ini kepada calon pelanggan dengan target yang lebih luas. Namun karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh pengelola, promosi masih dilakukan secara konvensional. Melihat hal tersebut, tim pelaksana pengabdian merancang program kerja yang berkaitan dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang menasar tempat tersebut, dengan fokus kegiatan berupa pendampingan dalam melakukan promosi berbasis media digital. Hasil dari kegiatan pendampingan ini memberikan dampak positif yang cukup besar, yaitu ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah pelanggan yang datang berkunjung ke toko maupun membeli produk yang dijual di toko. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan pelanggan ini tentunya berimbas pada meningkatnya keuntungan yang diperoleh oleh *Kemari Super Store*.

Kata Kunci: pendampingan, promosi, media, digital

PENDAHULUAN

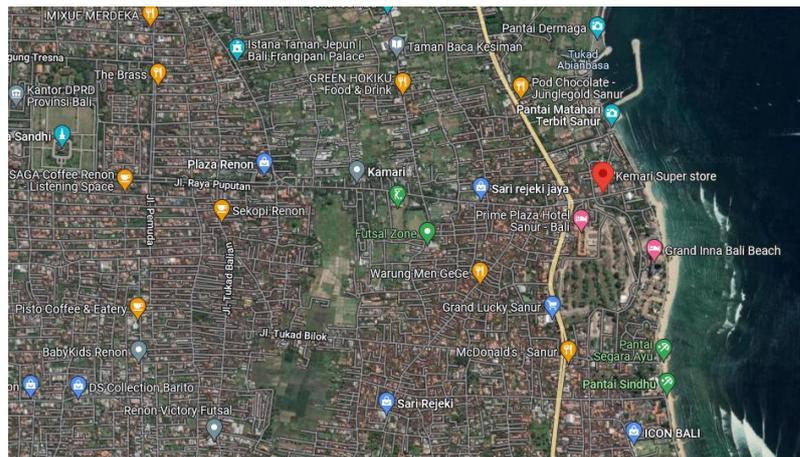
Kemari Super Store adalah salah satu supermarket yang terletak di Daerah Sanur. Supermarket ini didirikan pada tahun 2004 oleh pemiliknya yang bernama *Wong Kim Tju*. Pada mulanya supermarket ini hanyalah toko biasa yang menjual barang-barang kebutuhan pokok masyarakat setempat seperti gula, beras, kopi, minyak goreng dan lain-lain. Namun, seiring berjalannya waktu toko ini dikunjungi oleh beragam pengunjung. Tidak hanya masyarakat lokal, namun wisatawan domestik dan asing mulai berdatangan untuk membeli barang-barang yang dijual. Hal ini menyebabkan, pengelola toko mulai melakukan pengembangan dan beberapa penyesuaian untuk barang-barang yang dijual. Beragamnya para pelanggan disebabkan oleh lokasi toko yang sangat strategis. Toko ini terletak di daerah pariwisata yang sangat berdekatan dengan lokasi salah satu pantai yang terkenal di Bali, yaitu Pantai Sanur. Hal inilah yang menyebabkan kunjungan ke toko ini selalu ramai setiap harinya.



Saat ini, selain menjual kebutuhan pokok sehari-hari, toko ini juga menyediakan produk andalan yaitu obat-obatan cina yang kemudian menjadi ciri khas dari toko ini. Ramainya pengunjung yang datang ke toko, membuat pelayanan kepada para pelanggan kurang maksimal, terutama dalam menjelaskan produk-produk yang tersedia di toko. Melihat fenomena ini, tim pelaksana pengabdian masyarakat merancang program kerja yang dapat dimanfaatkan sebagai solusi dari permasalahan yang dimiliki oleh pengelola toko ini. Dipilihnya toko ini menjadi lokasi pengabdian dengan melihat potensi besar yang dimiliki oleh toko ini untuk menunjang kegiatan Pariwisata. Apabila pelanggan khususnya para wisatawan domestik maupun asing merasa puas dan menemukan kemudahan dalam berbelanja di toko ini ketika berkunjung ke pantai Sanur, mereka akan memberikan ulasan yang positif kepada para wisatawan selanjutnya untuk datang ke Bali khususnya ke Pantai Sanur. Kegiatan pengabdian yang dilakukan di toko ini berupa pendampingan dalam melakukan promosi dengan menggunakan media digital. Media online berupa media sosial dan e-commerce dapat digunakan sebagai media untuk berjualan atau memasarkan produk kepada konsumen (Firmansyah, dkk, 2020). Tujuan dari kegiatan adalah toko dapat melakukan pemasaran produk dengan lebih jelas dan lengkap melalui *Instagram* dan Grup *Whatsup*.

METODE

Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup besar terhadap perekonomian Negara dan melemahkan seluruh sektor pekerjaan. Demikian pula yang terjadi di *Kemari Super Store*. Pandemi menyebabkan turunnya penjualan barang di toko ini dikarenakan sebagian besar keuntungan perusahaan berasal dari penjualan ke wisatawan asing maupun lokal. Dengan demikian, pengelola toko ini membutuhkan inovasi baru dalam melakukan promosi pasca pandemi terjadi untuk mengembalikan stabilitas dari penjualan. Kegiatan pendampingan berlangsung selama 6 bulan dimulai dari bulan Juni-November 2022. Lokasi kegiatan pengabdian dapat dilihat pada peta di bawah ini:



Gambar 1. Denah Lokasi *Kemari Super Store*

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di rancang melalui beberapa tahapan diantaranya:

1. Tahapan Persiapan

Dalam tahapan ini, tim pelaksana melakukan kegiatan observasi di Toko maupun di sepanjang areal toko untuk melihat potensi promosi digital yang bisa dikembangkan. Selanjutnya tim melakukan kegiatan wawancara terhadap pengelola toko, maupun para pegawai di toko tersebut untuk mengetahui kemampuan digital yang dimiliki sehingga pendampingan yang dilakukan dapat berjalan lancar. Tim pelaksana juga melakukan wawancara terhadap beberapa penduduk lokal dan beberapa pengelola hotel maupun restaurant di seputaran toko tersebut untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan yang mungkin dapat dilengkapi untuk dijual di toko ini. Tim kemudian memilah hasil observasi dan wawancara untuk dituangkan dalam materi pelatihan yang akan diberikan dalam kegiatan pendampingan.

2. Tahapan Pelaksanaan

Tim memulai kegiatan pendampingan dengan memberikan pelatihan kepada pengelola dan pegawai toko. Materi pelatihan yang diberikan adalah:

- a) Tata cara penggunaan aplikasi media sosial *Instagram*, *Grup WhatsApp*.
- b) Aplikasi yang digunakan untuk edit foto.
- c) Pelatihan *copy writing* untuk menghasilkan tulisan atau *caption* yang menjual dalam setiap postingan promosi yang dilakukan.

Setelah memberikan pelatihan, kegiatan pendampingan dilanjutkan dengan praktik langsung yaitu:

- a) Melakukan pengambilan gambar terkait barang-barang toko yang akan dipromosikan di *Instagram* dan Grup *WhatsApp*.
 - b) Pendaftaran akun *Instagram* dan mengubah tampilan WA yang sudah dimiliki menjadi WA Bisnis sebagai platform untuk tempat promosi
 - c) Pengunggahan produk melalui *Instagram* dan Grup *WhatsApp*.
3. Tahapan Evaluasi

Pada tahapan ini dilakukan kegiatan penilaian terhadap hasil pelatihan kepada masing-masing pegawai yang terlibat. Selain itu pada tahapan ini juga dilihat perkembangan hasil penjualan setelah menggunakan metode promosi berbasis digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan yang dilakukan ini fokus pada kegiatan promosi di *Kemari Super Store*. Hasil dari kegiatan pendampingan yang telah dilakukan memberikan dampak yang positif dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang datang berkunjung ke toko maupun yang tertarik membeli produk yang dijual di toko. Hal ini menyebabkan terjadinya peningkatan omset yang diperoleh oleh toko pasca Pandemi Covi-19. Berikut adalah rangkaian kegiatan dari pelaksanaan program kerja yang dirancang oleh tim pelaksana pengabdian. Berdasarkan permasalahan yang di hadapi oleh mitra, solusi yang dapat di berikan melalui program kerja adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan

Dalam pelaksanaan program kerja ini, tim pelaksana pengabdian memberikan pelatihan dengan cara terpisah untuk masing-masing individu agar tidak mengganggu jam bekerja para pegawai. Sehingga pegawai yang belum mendapatkan jadwal pelatihan tetap dapat bekerja dengan baik dan toko tidak harus menutup jam operasional. Materi-materi pelatihan yang diberikan diantaranya:

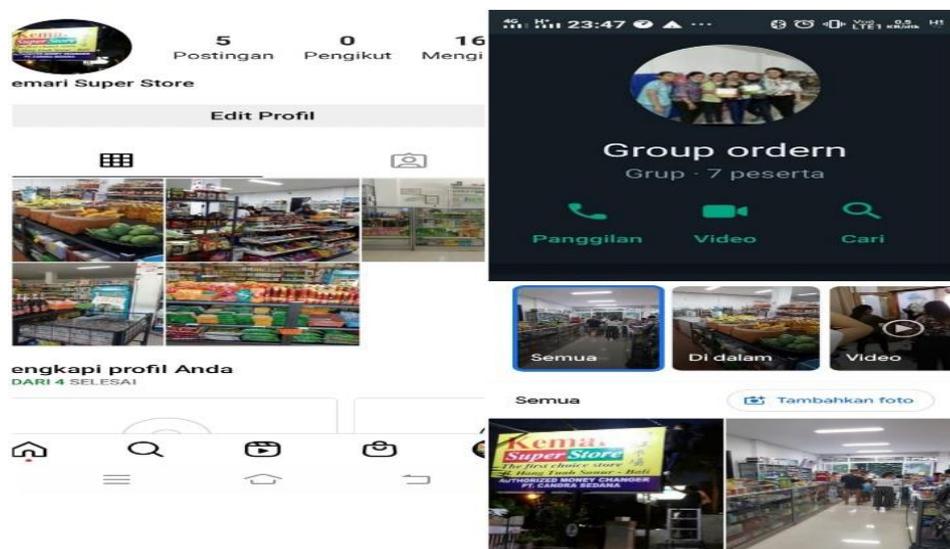
- a. Tata cara penggunaan aplikasi media sosial *Instagram WhatsApp group*.
- b. Aplikasi yang digunakan untuk edit foto.
- c. Pelatihan *copy writing* untuk menghasilkan tulisan atau *caption* yang menjual dalam setiap postingan promosi yang dilakukan.



Gambar 2. Proses Pelatihan di *Kemari Super Store*

2. Praktik Promosi Berbasis Digital melalui *Instagram* dan Grup *WhatsApp*

Pembuatan nama akun *Instagram* dan grup *whatsapp* yang tepat sangat penting untuk memberikan identitas pada sebuah akun media sosial. Dalam hal ini, pengelola toko menggunakan nama akun yang masih sangat berdekatan dengan nama perusahaan, tujuannya untuk memberikan identitas pada akun tersebut bahwa produk yang di unggah di dalamnya merupakan milik dari *Kemari Super Store*. Berikut adalah tampilan dari akun media sosial yang berhasil diwujudkan oleh pengelola dan pegawai toko pasca mengikuti pelatihan.



Gambar 3. Akun Media Sosial *Instagram* dan Grup *WhatsApp* *Kemari Super Store*

Setelah akun media sosial terbentuk, kegiatan praktik dilanjutkan dengan mengunggah semua jenis barang yang layak untuk diunggah serta menambahkan penawaran menarik untuk beberapa item barang yang mendapatkan diskon atau promo di bulan tersebut. Sebelum para pegawai mulai melakukan proses pengunggahan, tentunya sudah memperoleh persetujuan dari pengelola toko.



Gambar 4. Pengambilan Foto Produk yang akan diunggah di Media Sosial

Dalam melakukan proses pengunggahan, pegawai didampingi oleh tim pelaksana pengabdian dan pengelola toko agar proses pengunggahan barang-barang ke akun-akun yang telah dibuat berjalan dengan lancar dan meminimalisir kekeliruan dan kesalahpahaman terkait harga dan item barang yang di unggah.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu para pelaku usaha yang terdampak pandemi Covid-19. Kegiatan pengabdian dilakukan di *Kemari Super Store* yang terletak di Sanur. Permasalahan yang dialami mitra yaitu: 1) pemasaran melalui media digital belum maksimal; 2) pandemi Covid-19 yang menyebabkan menurunnya omset penjualan. Dalam hal ini, terdapat beberapa solusi yang sudah dilaksanakan melalui realisasi program kerja, diantaranya:



1. Memberikan pelatihan kepada pengelola dan pegawai di *Kemari Super Store*.
2. Melakukan kegiatan praktik bersama sebagai bentuk lanjut dari kegiatan pelatihan.
3. Membantu mitra untuk mengedit foto dari produk-produk yang dijual.
4. Membantu mitra dalam membuat *caption* atau ulasan yang menarik tentang produk yang dijual.
5. Mengarahkan mitra untuk merubah pengaturan aplikasi *WhatsApp* menjadi *WhatsApp* bisnis.
6. Mengawasi proses promosi yang dilakukan oleh para pegawai dengan menggunakan media digital.

Hasil yang memuaskan diperoleh setelah tim pelaksana pengabdian melakukan pendampingan di *Kemari Super Store*. Para pegawai maupun pengelola saat ini memiliki persepsi yang sama tentang pentingnya melakukan promosi dengan memanfaatkan media digital. Terjadi peningkatan untuk kunjungan dari pelanggan maupun yang berbelanja di toko ini pasca pendampingan. Dengan demikian omset penjualan pun turut meningkat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini tim pelaksana pengabdian ingin menyampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diantaranya:

1. Rektor Universitas Mahasaraswati Denpasar, atas ijin yang diberikan untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat.
2. Dekan Fakultas Bahasa Asing, atas dukungan yang diberikan kepada tim pelaksana selama kegiatan Pengabdian masyarakat dilakukan.
3. Pemilik usaha *Kemari Super Store* selaku mitra untuk kegiatan Pengabdian Masyarakat.



DAFTAR RUJUKAN

- Firmansyah, K., Fadhli, K., Noviandy, I. A., & Rini, S. (2020). Pengenalan Media Sosial dan E-Commerce sebagai Media Pemasaran serta Pengemasan Frozen Food. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43-48.
- Handayanto, R. T., & Herlawati, H. (2020). Efektifitas Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Kota Bekasi Dalam Mengatasi COVID-19 dengan Model Susceptible-Infected-Recovered (SIR). *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(2).
- Pahlawan, A., & Onsardi, O. (2021). Pengaruh Motivasi Kerja, Iklim Organisasi Dan Kepemimpinan Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Marketing Pada Pt. Agung Toyota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(2), 153-163.
- Rohmah, N. (2021). Adaptasi Kebiasaan Baru Di Masa Pandemi Covid-19. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 1(2), 78-90.