

PENINGKATAN KINERJA PERUSAHAAN MELALUI PENERAPAN MEDIA SOSIAL PADA PERUSAHAAN ORTEGA SEJAHTERA ABADI

Anak Agung Dwi Widnyani¹⁾, Putu Kristina Putri²⁾

^{1,2}Universitas Mahasaraswati Denpasar

Email: dwiwidnyani@unmas.ac.id¹

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Ortega Sejahtera Abadi yang merupakan salah satu perusahaan perorangan yang memiliki keterbatasan sumber daya. Terlebih permasalahan tingkat penjualan dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Berdasarkan kondisi penjualan berfluktuasi maka sangat penting peranan media sosial untuk membangun *brand awareness* atau kesadaran merek yang kuat. Kegiatan tersebut dengan cara mempublikasikan konten yang menarik dan relevan, media sosial memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka dengan cara merespons pertanyaan, komentar, atau kritik yang diterima melalui media social, media sosial dapat membantu perusahaan meningkatkan penjualan dengan cara mempromosikan produk atau jasa mereka, menawarkan promo atau diskon khusus, dan memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian langsung melalui media sosial, media sosial dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional dengan cara mempercepat komunikasi antara departemen atau karyawan, mempercepat proses penyelesaian masalah, dan memudahkan sharing informasi, meningkatkan analisis data, media sosial dapat membantu perusahaan dalam mengumpulkan data dan menganalisis data yang diperoleh dari pelanggan atau pasar.

Kata Kunci: kinerja perusahaan, media sosial, perusahaan perorangan

PENDAHULUAN

Program Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu bertujuan untuk memberikan pengalaman lapangan serta mengaplikasikan teori-teori yang ada. Menurut Armstrong dan Taylor (2020) kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan dalam jangka waktu tertentu, dengan mempertimbangkan sumber daya yang tersedia dan lingkungan bisnis yang ada. Menurut Wahjono (2020), kinerja perusahaan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memaksimalkan penggunaan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika kinerja di suatu perusahaan itu sudah bagus, maka akan memberikan manfaat yang baik juga bagi perusahaan. Kinerja perusahaan mencakup evaluasi pencapaian tujuan organisasi, produktivitas karyawan, dan tingkat kepuasan karyawan (Suhardjanto, 2020). Aspek lain yang juga penting adalah kinerja dalam menjaga hubungan dengan mitra bisnis, tanggung jawab sosial perusahaan, dan keberlanjutan lingkungan. Menurut Setiawan (2020) kinerja perusahaan tahun melibatkan analisis efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Faktor yang dinilai antara lain adalah produktivitas produksi, pengendalian biaya, peningkatan kualitas, dan penggunaan teknologi informasi yang tepat. Kinerja perusahaan dapat dilihat dari segi kinerja keuangan yang meliputi pertumbuhan pendapatan, profitabilitas, efisiensi pengelolaan aset, dan kinerja kas

perusahaan (Maarif, 2020). Selain itu, aspek non-keuangan seperti kepuasan pelanggan, inovasi produk, dan reputasi perusahaan juga dapat menjadi indikator kinerja perusahaan.

Adapun salah satu cara meningkatkan kinerja perusahaan adalah melalui media sosial. Menurut Dhofir (2019), bahwa media sosial dapat membantu perusahaan meningkatkan kinerja dengan cara memperluas jangkauan pasar mereka, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan membangun brand awareness yang kuat. Media sosial dapat membantu perusahaan meningkatkan kinerja dengan cara mempercepat komunikasi antara departemen atau karyawan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan analisis data (Barusman, 2019). Menurut Kasali (2019), bahwa media sosial dapat membantu perusahaan dalam membangun citra merek, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Dengan menggunakan media sosial dengan bijak, perusahaan dapat berkomunikasi secara langsung dengan konsumen, mengumpulkan umpan balik, dan membangun hubungan yang kuat dengan mereka. Media sosial merupakan alat yang efektif untuk mempromosikan produk dan layanan perusahaan (Nugroho, 2019). Melalui media sosial, perusahaan dapat menciptakan konten menarik, berbagi informasi terkini, dan berinteraksi langsung dengan konsumen. Hal ini dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, memperluas jangkauan pasar, dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Agustiawan (2019), bahwa media sosial dapat menjadi sumber informasi berharga bagi perusahaan. Dengan memantau dan menganalisis percakapan di media sosial, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan preferensi konsumen, mengidentifikasi tren pasar, dan merespons dengan cepat terhadap perubahan permintaan. Hal ini dapat membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih baik dalam strategi bisnisnya.

Perusahaan menyadari potensi besar dari media sosial untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Oleh karena itu, penerapan media sosial dalam meningkatkan *brand awareness* adalah sbb:

1. Media sosial memungkinkan perusahaan untuk membangun *brand awareness* atau kesadaran merek yang kuat dengan cara mempublikasikan konten yang menarik dan relevan. Semakin banyak orang yang mengetahui merek perusahaan, semakin besar kemungkinan mereka akan membeli produk atau jasa perusahaan.
2. Meningkatkan Interaksi dengan Pelanggan: media sosial memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan mereka

dengan cara merespons pertanyaan, komentar, atau kritik yang diterima melalui media sosial. Hal ini dapat membantu perusahaan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperbaiki citra perusahaan.

3. Meningkatkan Penjualan: media sosial dapat membantu perusahaan meningkatkan penjualan dengan cara mempromosikan produk atau jasa mereka, menawarkan promo atau diskon khusus, dan memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian langsung melalui media sosial.

4. Meningkatkan Efisiensi Operasional: media sosial dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional dengan cara mempercepat komunikasi antara departemen atau karyawan, mempercepat proses penyelesaian masalah, dan memudahkan sharing informasi.

Azharuddin dan Syafrudin (2020) menyatakan bahwa penerapan media sosial pada usaha kecil dan menengah dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pemasaran, penjualan, dan hubungan pelanggan. Menurut Darmaputra (2020), menyatakan bahwa penggunaan media sosial dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penetrasi pasar, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan meningkatkan efisiensi operasional. Menurut Barusman (2020), menyatakan bahwa penerapan media sosial dalam bisnis dapat membantu meningkatkan kinerja perusahaan dengan cara mempercepat komunikasi antara departemen atau karyawan, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan analisis data. Menurut Hurriyati (2021), menyatakan bahwa media sosial dapat membantu perusahaan dalam membangun citra dan reputasi perusahaan, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Menurut Andriani dan Kusumawati (2021), menyatakan bahwa penerapan media sosial pada industri pariwisata dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pemasaran, penjualan, dan kepuasan pelanggan.

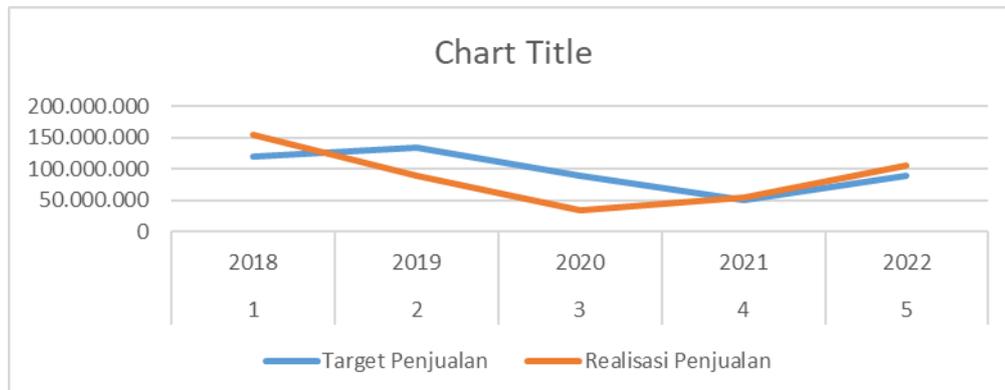
Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2021), menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang tidak terkelola dengan baik dapat mengakibatkan gangguan konsentrasi dan produktivitas karyawan, sehingga berdampak negatif pada kinerja perusahaan. Menurut Indarti (2021), menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan oleh karyawan dapat menyebabkan kelelahan fisik dan mental, sehingga berdampak negatif pada kinerja perusahaan. Menurut Anwar *et al.* (2021), menyatakan bahwa penggunaan media sosial oleh karyawan dapat mengganggu konsentrasi dan produktivitas, sehingga berdampak negatif pada kinerja perusahaan. Menurut Arief (2020), menyatakan bahwa penggunaan media sosial yang

tidak terkelola dengan baik oleh karyawan dapat mengganggu produktivitas dan konsentrasi, sehingga berdampak negatif pada kinerja perusahaan. Menurut Sari *et al.* (2020), menyatakan bahwa penggunaan media sosial oleh karyawan dapat menyebabkan kelelahan fisik dan mental, yang berdampak negatif pada kinerja perusahaan.

Era globalisasi yang telah memasuki dunia digital atau teknologi membuat para konsumen tidak ingin ketinggalan zaman dengan menggunakan media sosial sebagai media atau sarana untuk berkomunikasi dan sosialisasi. Berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan telepon merupakan potensi bagi ekonomi digital nasional (Riyanto, 2019). Hal tersebutlah yang menjadi alasan mengapa perusahaan harus menggunakan media sosial untuk meningkatkan penjualannya. Penggunaan media sosial pada perusahaan memberikan banyak manfaat di antaranya adalah sebagai sarana kontak personal perusahaan dengan konsumen, sebagai sarana promosi mendata kebutuhan konsumen, sebagai sarana menyampaikan respon kepada konsumen dan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis (Widyani & Wijaya, 2023). Selain itu, media sosial juga bermanfaat sebagai forum diskusi online, memantau pelanggan secara online, survei pelanggan, serta untuk menampilkan galeri produk (Priambada, 2015).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan perorangan Ortega Sejahtera Abadi saat ini adalah kurang pahamnya pemilik usaha terhadap promosi di media sosial yang berdampak pada jumlah penjualan dari tahun 2019 sampai dengan 2022 berfluktuasi. Walaupun merupakan perusahaan perseorangan yang tentunya terdapat keterbatasan sumber daya manusia yang dimiliki. Terlebih setelah pandemi dibutuhkan upaya keras dari pemilik perusahaan untuk meningkatkan penjualan mereka melalui semakin dikenalnya perusahaan di kalangan masyarakat ataupun calon konsumen. Tahun 2018 mengalami peningkatan antara target dengan realisasi sebesar Rp.35.000.000. Tetapi tahun berikutnya mengalami penurunan penjualan terutama pada tahun 2020 sebesar Rp.55.000.000 dan mulai mengalami peningkatan di tahun 2021 dan 2022. Adapun peningkatan tahun 2021 sebesar Rp.5000.000 dan tahun 2022 sebesar Rp.15.000.000 dari target dan realisasi yang dicapai. Kondisi target dan realisasi penjualan pada perusahaan Ortega Sejahtera Abadi Tahun 2019

sampai dengan Tahun 2022, ditunjukkan pada Grafik 1 yang setiap tahunnya mengalami fluktuasi.



Grafik 1. Target dan realisasi penjualan pada perusahaan Ortega Sejahtera Abadi Tahun 2018 sampai dengan Tahun 2022

Maka berdasarkan fenomena serta peranan media sosial dalam rangka meningkatkan penjualan maka dilakukan program pengabdian masyarakat yang menitikberatkan pada penerapan media sosial pada perusahaan Ortega Sejahtera Abadi. Karena jika masalah ini dibiarkan maka akan berdampak pada kelangsungan usaha, sehingga upaya untuk mengoptimalkan media sosial marketing menjadi hal yang sangat penting. Terlebih lagi karena bisnis yang dijalankan masih kecil, dengan keterbatasan jumlah sumber daya manusia yang terlibat. Oleh karena itu perlu didukung oleh media sosial digunakan untuk alat promosi.

METODE

Metode yang dilaksanakan untuk kegiatan Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Penerapan Media sosial Pada Perusahaan Perorangan Ortega Sejahtera Abadi, yaitu:

1. Tahap Observasi

Pada tahap observasi, kegiatan yang dilakukan adalah mengumpulkan informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan perorangan Ortega Sejahtera Abadi terkait penurunan kinerja perusahaan. Dari pengumpulan informasi tersebut diberikan solusi yang diperkirakan mampu untuk mengurangi permasalahan yang dihadapi perusahaan.

2. Tahap Perencanaan

Setelah dapat hasil observasi dan wawancara, kemudian dibuat perencanaan program. Dari mendukung pemberdayaan kinerja karyawan dan perusahaan agar lebih maksimal.

3. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, solusi yang telah diberikan sebelumnya akan diimplementasikan ke dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada perusahaan perorangan Ortega Sejahtera Abadi.

Solusi yang diberikan tersebut berupa melakukan sosialisasi terhadap pemilik usaha terkait promosi di media sosial, agar pemilik usaha lebih mengerti cara promosi yang baik dan benar, membantu pemilik usaha dalam pembuatan beberapa media sosial, yang sekiranya bisa membantu dalam proses promosi usaha.

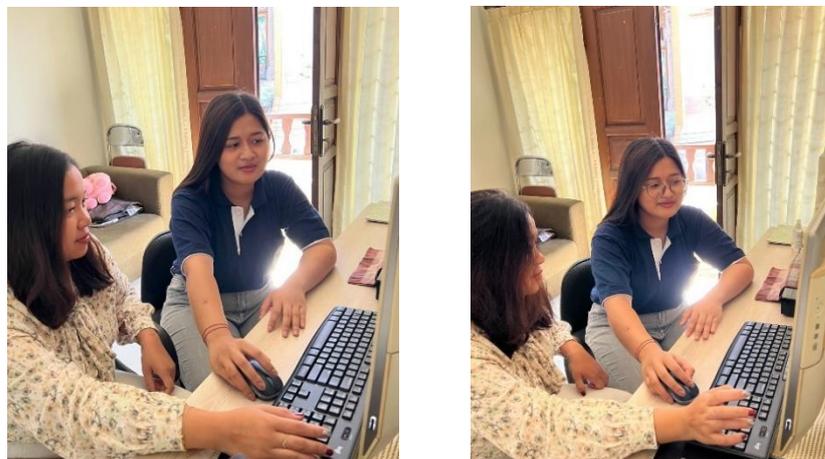
4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah kegiatan yang dilaksanakan sudah sesuai harapan atau belum. Jika kegiatan belum sesuai harapan, maka akan dilakukan beberapa perbaikan jika diperlukan. Adapun tahapan evaluasi yang dilakukan adalah dengan memberikan baik sebelum (*pre test*) maupun setelah kegiatan (*post test*). Jika dari hasil tersebut menunjukkan bahwa ada peningkatan pemahaman untuk peran dan fungsi media sosial bagi perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

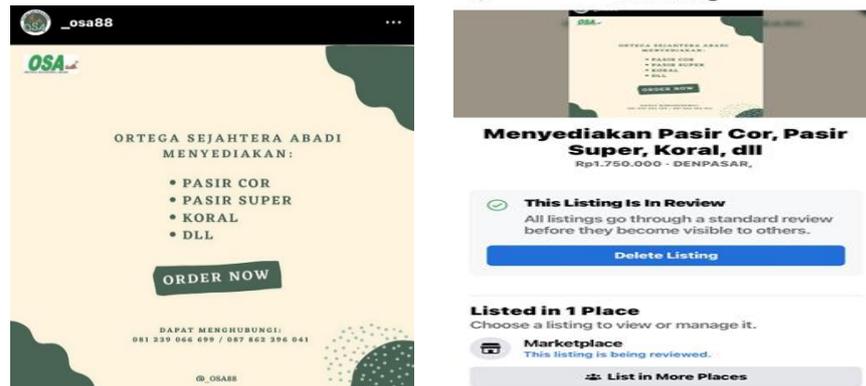
Ketercapaian dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu, Tim pengabdian masyarakat telah berhasil melakukan sosialisasi terhadap pemilik usaha terkait promosi di media sosial, agar pemilik usaha lebih mengerti cara promosi yang baik dan benar. Serta membantu pemilik usaha dalam pembuatan media sosial yang sekiranya bisa membantu dalam proses promosi usaha.

1. Kegiatan sosialisasi terhadap pemilik usaha terkait promosi di media sosial



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi Media Sosial Terhadap Pemilik Usaha

2. Pembuatan media sosial Perusahaan Perorangan Ortega Sejahtera Abadi



Gambar 2. Media Sosial Perusahaan Perorangan Ortega Sejahtera Abadi

3. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman terkait peranan dan penerapan media sosial bagi kemajuan usaha Ortega Sejahtera Abadi.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang sudah dipaparkan diatas dapat saya simpulkan bahwa kegiatan Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Penerapan Media sosial Pada Perusahaan Ortega Sejahtera Abadi telah berhasil dilaksanakan dan berjalan dengan lancar. Program kerja yang sudah dirancang untuk pemilik usaha mampu membantu meningkatkan promosi perusahaan. Adapun program kerja yang dilaksanakan yaitu melakukan sosialisasi terhadap pemilik usaha terkait promosi di media sosial serta pembuatan media sosial Perusahaan Perorangan Ortega Sejahtera Abadi. Partisipasi masyarakat sasaran terkait dengan adanya program kerja ini yaitu mereka merasa sangat senang dan bersyukur karena diadakannya program kerja ini masyarakat sasaran merasa sangat terbantu dalam memasarkan produknya melalui media sosial.

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang mengangkat program kerja Peningkatan Kinerja Perusahaan Melalui Penerapan Media sosial Pada Perusahaan Perorangan Ortega Sejahtera Abadi, diharapkan pemilik usaha dapat menerapkan program-program yang telah diberikan untuk kemajuan dan pengembangan usahanya tersebut dan dapat menggunakan media sosial yang sudah dibuatkan sebagai upaya peningkatan pelayanan serta informasi produknya agar lebih mudah diakses dan makin berkembang kedepannya supaya semakin dikenal oleh masyarakat luas secara cepat dan mudah.

DAFTAR RUJUKAN

- Andriani, A., & Kusumawati, D. (2021). Penerapan Media sosial dalam Industri Pariwisata untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pariwisata*, 25(2), 123-138.
- Wahjono. (2020). *Manajemen Kinerja: Konsep dan Aplikasi*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Arief, B. (2020). Pengaruh Penggunaan Media sosial yang Tidak Terkelola dengan Baik terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(2), 123-138.



- Anwar, A., et al. (2021). The Impact of Employee Social Media Usage on Concentration, Productivity, and Organizational Performance. *Journal of Applied Psychology*, 25(2), 123-138.
- Barusman, A. (2019). Pemanfaatan Media sosial dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 123-138.
- Barusman, A. (2020). Penerapan Media sosial dalam Bisnis untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(2), 123-138.
- Darmaputra, A. (2020). Pemanfaatan Media sosial dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 123-138.
- Dhofir. (2019). Pemanfaatan Media sosial dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 45-58.
- Hurriyati, R. (2021). Pemanfaatan Media sosial dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 123-138.
- Indarti, I. (2021). Pengaruh Penggunaan Media sosial yang Berlebihan terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Organisasi*, 19(2), 123-138.
- Sari, R., et al. (2020). The Effects of Employee Social Media Usage on Physical and Mental Fatigue and Organizational Performance. *Journal of Occupational Health Psychology*, 17(3), 123-138.
- Wahyudi, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media sosial yang Tidak Terkelola dengan Baik terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 123-138.
- Widyani, A. A. D., & Wijaya, I. K. A. A. (2023). Peningkatan Strategi Pemasaran Dalam Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Ud. Semangat Jaya Baru. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (Senema)*, 1(2), 925-941.