

PERAN MEDIA SOSIAL UPAYA PENINGKATAN STRATEGI PENJUALAN PRODUK (STUDI KASUS SWALAYAN 777 PEKANBARU)

Rahma Yulita, Firmansyah, Adry, Hadion Wijoyo, Hamdi Indra

STIE Mahaputra Riau, STMIK Dharmapala Riau, Universitas Prima Indonesia
rahmayulita1982@gmail.com, firmansyahtanjung1986@gmail.com, flyandry@gmail.com,
hadion.wijoyo@lecturer.stmikdharmapalariau.ac.id, hamdiindra85@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi yang telah membawa suatu perubahan budaya dalam kehidupan sehari-hari pada saat kondisi sekarang ini. Zaman sekarang ini, yang sering dikenal sebagai "Era Informasi", media elektronik telah menjadi sebagai salah satu media utama dalam hal komunikasi dan bisnis, hal ini juga didorong dengan pertumbuhan ekonomi orang yang berbisnis online. Mengembangkan alat promosi sebagai strategi peningkatan penjualan salah satunya dengan menggunakan smartphone yang untuk terhubung media internet memudahkan calon pembeli untuk menemukan barang yang mereka cari melalui perangkat komunikasi mereka. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan wawasan mendalam kepada pemilik usaha mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai platform digital dalam mendukung pertumbuhan bisnis, pada kegiatan pengabdian masyarakat ini salah satu media sosial yang tim pengabdian pergunakan dalam kegiatan ini yaitu TikTok, sebagai salah satu media sosial dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, menawarkan peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau pasar lebih luas, dan membangun hubungan interaktif dengan pelanggan melalui fitur live streaming

Kata Kunci: Media Sosial dan Strategi Penjualan

Abstract

The development of technology has brought a cultural change in daily life at the time of today's conditions. In this day and age, often known as the "Information Age", electronic media has become one of the main media in terms of communication and business, it is also driven by the economic growth of people who do business online. Developing promotional tools as a strategy to increase sales, one of which is by using smartphones to connect to internet media, making it easier for potential buyers to find the goods they are looking for through their communication devices. The results of this community service activity provide in-depth insight to business owners about the importance of utilizing social media as a digital platform in supporting business growth, in this community service activity, one of the social media that the community service team uses in this activity is TikTok, as one of the social media with a high number of users.

Keywords: Social Media and Sales Strategy

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi yang telah membawa suatu perubahan budaya dalam kehidupan sehari-hari pada saat kondisi sekarang ini. Zaman sekarang ini, yang sering dikenal sebagai "Era Informasi", media elektronik telah menjadi sebagai salah satu media utama dalam hal komunikasi dan bisnis, hal ini juga didorong dengan pertumbuhan ekonomi orang yang berbisnis online.

Mengembangkan alat promosi sebagai strategi peningkatan penjualan salah satunya dengan menggunakan smartphone yang untuk terhubung media internet memudahkan calon pembeli untuk menemukan barang yang mereka cari melalui perangkat komunikasi mereka.

Kota Pekanbaru salah satu ibukota dari Provinsi Riau memiliki pelaku UMKM yang berpotensi yang memiliki pelaku usaha yang menjalankan kegiatan usaha berupa produk maupun jasa. Dalam melakukan kegiatan usaha khususnya aspek pemasaran masih dilakukan secara tradisional yaitu mengikuti pameran, dititipkan pada toko maupun penerimaan order dari pihak tertentu. Dengan demikian, lingkup pemasaran masih sangat terbatas sehingga usaha yang dijalankan belum dapat berkembang dengan baik. Selain itu, pelaku usaha juga belum mengetahui etika bertransaksi secara online, sehingga belum dapat membedakan mana yang boleh dan tidak boleh dilakukan dalam bertransaksi secara online. Beberapa kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan oleh Prasetya dkk (2021), Christianti (2024) pada kegiatan

pengabdian masyarakatnya media sosial sebagai peningkatan strategi penjualan

Berdasarkan analisa situasi tersebut diatas, permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu pertama, minimnya pemahaman mitra mengenai pemasaran on line melalui media sosial dalam kegiatan usaha.

2. METODE

Kegiatan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan metode :

a. Presentasi

Metode yang menjelaskan pentingnya penggunaan media sosial seperti tiktok, facebook, instagram maupun media sosial yang bertujuan untuk meningkatkan atau langkah dalam peningkatan strategi penjualan khususnya para pelaku usaha kecil yang ada di kota Pekanbaru, pada kegiatan pengabdian ini peneliti melaksanakan pada Swalayan 777 Pekanbaru.

b. Tanya Jawab

Para Peserta yang melakukan pelatihan ini diizinkan untuk melakukan tanya jawab kepada tim pengabdian mengenai penggunaan media sosial seperti tiktok sebagai salah satu cara untuk mempromosikan barang ataupun produk yang berada di Swalayan tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu dengan cara memberikan penjelasan mengenai pentingnya media sosial dalam bisnis, serta pengenalan media sosial salah satunya tiktok dan fitur live tiktok sebagai upaya dalam strategi peningkatan penjualan pada toko 777 Swalayan. Berikut ini penjelasan dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi mengenai 777 Swalayan yang ada di jalan datuk setia maharaja, nomor 78 abc, tengkerang labuai, kec. Bukit raya, kota pekanbaru, riau. Pada kegiatan kali ini seluruh mahasiswa dan dosen melakukan kegiatan PkM disalah satu toko yaitu di usaha 777 Swalayan dengan memberikan beberapa materi kepada pemilik usaha.
2. Memberikan materi mengenai pentingnya media sosial dalam bisnis, serta pengenalan tiktok dan fitur live tiktok dalam meningkatkan penjualan di toko 777 Swalayan. Implementasi dari kegiatan ini yaitu melakukan sesi wawancara langsung kepada pemilik usaha dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan Live TikTok. Sehingga mereka dapat melakukan live streaming secara langsung yang menarik dalam usahanya.

Berikut ini foto dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat :



Gambar 1
Kegiatan Pengabdian Masyarakat Pada Swlayan 777 Pekanbaru

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan maka dapat memberikan suatu kesimpulan yaitu memberikan wawasan mendalam kepada pemilik usaha mengenai pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai platform digital dalam mendukung pertumbuhan bisnis, pada kegiatan pengabdian masyarakat ini salah satu media sosial yang tim pengabdian gunakan dalam kegiatan ini yaitu TikTok, sebagai salah satu media sosial dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, menawarkan peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas produk, menjangkau pasar lebih luas, dan membangun hubungan interaktif dengan pelanggan melalui fitur live streaming.

Berdasarkan kesimpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat di atas maka terdapat beberapa saran yang tim pengabdian sampaikan adalah dalam menghasilkan para usahawan yang terampil media sosial salah satu cara dalam strategi peningkatan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Christianti Shenda Aprilia, Devi Anggraeni dan Hermin Sirait. Peran Media Sosial Terhadap Upaya Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM (Studi Kasus: Kacang Mede “Dapur UMI”, Cileungsi-Bogor). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Volume 4, Nomor 2.
- Sinulingga, G., Setiawati, S., Furkonudin, F., Thantawi, A. M., Nurliyah, E. S., Lubis, A. L. P., & Faizal, H. 2023. Pelatihan Digital Marketing Dengan Aplikasi Tik Tok Serta Optimalisasi Live Tik Tok Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Pada Pelaku Umkm Binaan Gemma Indonesia Raya. *Ikra-Ith Abdimas*, Volume 6, Nomor 2.
- Rakhmad, F. F., & Kusuma, Y. B. 2023. Pemanfaatan Live Streaming Dalam Optimalisasi Penjualan Di Pt Behaestex (Studi Kasus Pada Platform Tiktok). Karya, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Volume 3, Nomor 2.
- Kadarisman, N. A., & Ekawati, R. (2024). Optimalisasi media sosial tiktok live sebagai media komunikasi persuasif pada fashion untuk menghasilkan omzet sesuai target (studi kasus pada Oemah Gamis). *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1)..
- Prasetya Adhitya Tiga, Sugiharti, dan Zati Rizka Fadhila. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Desa Boja. *Jurnal Budimas*, Volume 3, Nomor 1.