

Pendampingan Promosi Online Sebagai Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Era Digitalisasi Pada CV. Nugraha Cipta Raharja

Khasanatul Abidah¹, Nur Ajizah²
Universitas Yudharta Pasuruan
Khasanatulabidah2701@gmail.com

ABSTRACT

As students, they become role models in society, based on their knowledge, level of education, norms that apply around them, and their thinking patterns. The implementation of this role can be realized if students understand and live the values contained in the Tri Dharma of Higher Education, namely: Education, research and service. Education is needed so that students have intellectual and broad insight so that it helps in the thinking process to find solutions to various problems. Research is needed to produce work that is useful for society with a research basis so that the work is right on target. Community service is needed so that the knowledge gained by students is not kept for themselves but strives so that the community also feels the benefits of the knowledge possessed by students. In this service, we are directly involved in providing assistance and development at CV. Nugraha Cipta Raharja who operates in the scaffolding rental services industry. This company is a formwork sub-construction company which was founded on November 20 2015 in the form of a limited liability company located in Bandrek Hamlet, Mojotengah Village, Sukerejo District, Pasuruan Regency. The reason for this business assistance is because the marketing strategy used is still word of mouth and the company realizes the importance of utilizing advances in technology and social media as a means of marketing strategy and digitalization. The result of our dedication and real assistance is a digitalization marketing strategy through social media platforms such as Instagram, Facebook, and WhatsApp business.

Keywords: Community dedication, Rental, Online Promotion

ABSTRAK

Sebagai mahasiswa menjadi panutan dalam masyarakat, berlandaskan dengan pengetahuannya, dengan tingkat pendidikannya, norma-norma yang berlaku disekitarnya, dan pola berfikirnya. Implementasi dari peran tersebut dapat terwujud apabila mahasiswa memahami dan menjalani nilai-nilai yang terkandung di dalam Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu : Pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Pendidikan diperlukan agar mahasiswa memiliki intelektual dan wawasan yang luas sehingga membantu di dalam proses berpikir untuk mencari solusi terhadap berbagai persoalan. Penelitian diperlukan untuk menghasilkan sebuah karya yang berguna bagi masyarakat dengan landasan research agar karya tersebut tepat sasaran. Pengabdian masyarakat diperlukan agar ilmu yang didapat oleh mahasiswa tidak disimpan untuk dirinya sendiri tetapi berusaha agar masyarakat juga merasakan manfaat dari ilmu yang dimiliki oleh mahasiswa. Dalam pengabdian ini kami terjun langsung melakukan pendampingan dan pengembangan di CV. Nugraha Cipta Raharja yang bergerak di industry jasa penyewaan scaffolding. Perusahaan ini adalah salah satu perusahaan sub konstruksi bekisting yang berdiri pada 20 November 2015 berupa perseroan komanditer yang terletak di Dusun Bandrek, Desa Mojotengah, Kecamatan Sukerejo, Kabupaten Pasuruan. Alasan pendampingan usaha ini karena strategi pemasaran yang digunakan masih word of mouth dan perusahaan menyadari pentingnya memanfaatkan kemajuan teknologi dan sosial media sebagai sarana dari strategi pemasaran dan digitalisasi. Hasil pengabdian dan pendampingan nyata kami adalah strategi digitalisasi marketing melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsaap business.

Kata Kunci : Pengabdian Masyarakat; Persewaan; Promosi Online

Submitted: 2023-01-12

Revised: 2023-01-17

Accepted: 2024-01-25

Pendahuluan

Pendidikan merupakan investasi yang sangat penting untuk mempersiapkan sumber daya manusia (SDM). Melalui pendidikan bangsa Indonesia mampu merencanakan dan mempersiapkan tenaga yang terdidik untuk mempunyai kemampuan bersaing dengan negara lain, serta berperan dalam mengembangkan sumber daya manusia yang bermutu untuk memenuhi kebutuhan pembangunan. Perguruan tinggi seperti Universitas dan Institusi adalah sebuah wadah untuk mengembangkan, menerapkan, dan menciptakan ilmu pengetahuan, mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian serta mengupayakan untuk meningkatkan taraf kehidupan

masyarakat. Sebagai anggota masyarakat mahasiswa harus mampu memperankan diri secara professional dan proposional di masyarakat ataupun di dunia pendidikan. Mahasiswa menjadi panutan dalam masyarakat yang berlandaskan dengan pengetahuannya, tingkat pendidikannya, norma yang berlaku disekitarnya, dan pola pikirnya. Salah satu hal yang dapat dilakukan oleh mahasiswa yaitu pendekatan dengan masyarakat melalui program pengabdian masyarakat. (Habib Cahyono, 2019)

Perguruan tinggi merupakan salah satu subsistem pendidikan nasional yang keberadaannya dalam kehidupan bangsa dan negara berperan penting melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menyebut bahwa perguruan tinggi berkewajiban menyelenggarakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Pendidikan diperlukan agar mahasiswa memiliki intelektual dan wawasan yang luas sehingga membantu di dalam proses berpikir mencari solusi terhadap berbagai persoalan. Penelitian diperlukan untuk menghasilkan sebuah karya yang berguna bagi masyarakat dengan landasan penelitian agar karya tersebut tepat sasaran. Pengabdian masyarakat diperlukan agar ilmu yang didapat oleh mahasiswa diterapkan agar masyarakat juga merasakan manfaat dari ilmu yang dimiliki oleh mahasiswa. (Nikmah, 2015)

Dalam penulisan ini kami memfokuskan kepada poin ke tiga yaitu pengabdian kepada masyarakat karena poin terakhir bagi mahasiswa untuk dapat terjun langsung kepada masyarakat yang memiliki usaha untuk memberikan manfaat secara langsung baik dari akademisi dan objek usaha yang dilakukan pendampingan. Seperti yang kita ketahui ada banyak permasalahan-permasalahan di lapangan yang terkadang tidak sesuai dengan apa yang telah kita pelajari di dalam bangku perkuliahan. Begitupun bagi objek usaha yang memerlukan sentuhan akademisi untuk memberikan pandangan lain terkait perkembangan dan kemajuan bisnisnya.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Karena UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 menyatakan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Indonesia sebagai negara yang berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembangnya masyarakat khususnya dalam sektor perekonomian.

UMKM berperan penting untuk membangun perekonomian negara terutama ekonomi masyarakat sekitar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari terlebih masa yang akan datang. Dalam hal ini UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Keberadaan UMKM secara langsung mampu memberikan dampak terhadap peningkatan kehidupan masyarakat bawah. Ada tiga alasan utama suatu negara harus mendorong usaha kecil yang ada untuk terus berkembang. Alasan pertama adalah pada umumnya usaha kecil cenderung mampu menyerap dan menghasilkan tenaga kerja yang memiliki tingkat produktifitas kinerja. Kedua, dengan adanya investasi dan penerapan penggunaan teknologi seringkali mampu mencapai peningkatan produktifitasnya. Ketiga, usaha kecil ternyata memiliki tingkat fleksibilitas yang unggul dibandingkan dengan perusahaan besar. (Kadeni, Ninik Srijani, 2020)

Pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi yang semakin pesat menjadikan perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat. Munculnya berbagai jenis perusahaan dalam bidang produk dan jasa menjadi salah satu tanda dari perkembangan tersebut. Sektor jasa memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dengan adanya peningkatan kebutuhan dan semakin meningkatnya tren industri konstruksi di Indonesia yang dikarenakan makin meningkatnya kebutuhan akan bangunan konstruksi baik gedung, perumahan, bandara, pelabuhan maupun jalan maka penyediaan jasa penyewaan scaffolding sangat diperlukan.

Usaha scaffolding yang menyediakan peralatan dan layanan untuk konstruksi bangunan memiliki beberapa peran penting diantaranya kebutuhan scaffolding banyak dibutuhkan oleh proyek konstruksi sehingga membuat permintaan yang relatif stabil, hubungan jangka panjang dengan kontraktor atau pengembangan properti dapat memberikan kesempatan kontrak jangka panjang atau berulang, serta dengan meningkatnya permintaan dapat dengan mudah memperluas bisnis dan menjangkau pasar yang lebih luas. Seperti halnya di Pasuruan adalah CV. Nugraha Cipta Raharja sebagai perusahaan yang bergerak di bidang Kontraktor, Sub Kontraktor Bekisting, dan Rental Scaffolding. Perusahaan berharap mendapat kepercayaan untuk berpartisipasi memasok kebutuhan konstruksi seperti pengadaan Bekisting dan menyewakan alat-alat Perancah Bekisting untuk proyek-proyek yang sedang dan akan berjalan. Dalam upaya memenuhi harapan pelanggan secara optimal, perusahaan didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan kompeten di bidangnya, kepastian waktu penyelesaian proyek, produk yang sesuai mutu, dan perusahaan juga bertekad untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten dan berkesinambungan serta memiliki prinsip fokus pada kepuasan pelanggan.

Banyak hal yang dapat dilakukan oleh pelaku bisnis untuk menarik konsumen dan memajukan bisnisnya misalnya meningkatkan penjualan serta mampu menghadapi persaingan yang tajam antara perusahaan maka setiap perusahaan perlu melaksanakan kegiatan periklanan. Manajemen pemasaran promosi merupakan salah satu aspek yang penting untuk mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian yang dilakukan. Keputusan pembelian merupakan suatu proses sehingga konsumen menetapkan produk atau jasa yang akan dibeli.

Efektivitas promosi sangat tergantung pada pemilihan bentuk promosi yang diperlukan oleh suatu produk. Tidak semua bentuk promosi cocok dan menjamin keberhasilan promosi tersebut. Bentuk promosi harus sesuai dengan kondisi suatu produk yang akan dipromosikan (Ekasar:2014).

Menurut Kotler (2009) Promosi online adalah penggambaran usaha perusahaan untuk memberitahu pembeli, mengomunikasikan, mempromosikan, dan menjual produk dan jasanya menggunakan internet. Kemajuan teknologi saat ini telah menciptakan abad digital yang menyebar luas dan teknologi baru lainnya mempunyai dampak yang sangat signifikan pada pembeli dan pemasar melalui mereka. Promosi online adalah kegiatan promosi yang menggunakan internet seperti halnya media sosial seperti : Instagram, whatsapp, facebook, dan tiktok.

Metode

Pada program pengabdian masyarakat dan pendampingan di CV. Nugraha Cipta Raharja yang sudah berjalan selama 1 bulan ini, peneliti menggunakan beberapa metode untuk melakukan klasifikasi masalah dan pendekatan dalam menyampaikan serta memecahkan masalah yang ada. Selesai kegiatan pendampingan ini dilakukan, sangat diharapkan CV. Nugraha Cipta Raharja pada khususnya, mampu mengimplementasi dan menerapkan pengetahuan serta pemahaman yang telah diperoleh untuk mengoptimalkan keberadaan bisnisnya. UMKM diharapkan memiliki kemampuan yang memadai untuk memanfaatkan keberadaan media sosial sebagai sarana promosi online dan mengikuti perkembangan yang ada. Adapun metode-metode penelitian adalah sebagai berikut :

- **Observasi**

Dalam tahapan ini peneliti melihat langsung dan mengamati kegiatan operasional pada CV. Nugraha Cipta Raharja selama 1-2 minggu untuk mengetahui tentang kelebihan, kekurangan, kelemahan serta kendala apa saja yang ada. Sehingga peneliti dapat menjadikan suatu tolak ukur dalam kelayakan untuk pendampingan pada usaha ini.

- **Pelaksanaan**

Setelah melakukan observasi peneliti melakukan sesi diskusi dengan HRD dan karyawan terkait rekomendasi-rekomendasi peneliti untuk mengevaluasi terkait kelebihan, kelemahan, kekurangan, atau perbaikan yang telah ditemukan peneliti selama observasi.

Dalam proses ini peneliti melakukan klasifikasi tentang gambaran temuan peneliti agar arah pendampingan ini menemukan titik terang dan jelas. Dalam proses ini setelah melakukan observasi dan diskusi peneliti memberikan saran serta langkah ataupun aktifitas yang telah kita rekomendasikan baik dari segi operasional dan promosi online sebagai penerapan strategi pemasaran untuk memberikan suatu rumusan baru serta memaksimalkan peluang yang ada.

- **Evaluasi**

Langkah paling akhir adalah evaluasi. Evaluasi ini bertujuan melihat pasca hasil observasi dan pelaksanaan aktifitas yang telah kita lakukan selama 1 bulan terakhir apakah sudah sesuai dengan target yang kita harapkan atau tidak serta memberikan saran dan pengambilan kebijakan selanjutnya dalam penerapan aktifitas tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum CV. Nugraha Cipta Raharja

Berdiri sebagai perusahaan Sub Konstruksi Bekisting 20 Nopember 2015 berupa Perseroan Komanditer bernama CV. NUGRAHA CIPTA RAHARJA berkedudukan dan berkantor di Dusun Bandrek RT. 01, RW 05, Desa Mojotengah, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan berdasarkan Akta pendirian dari Kantor Notaris Hardi Wigianto, No. Akte 24.

Perusahaan ini bergerak di bidang Kontraktor, Sub Kontraktor Bekisting, dan Rental Scaffolding. Perusahaan berharap mendapat kepercayaan untuk berpartisipasi memasok kebutuhan konstruksi seperti pengadaan Bekisting dan menyewakan alat-alat Perancah Bekisting untuk proyek-proyek yang sedang dan akan berjalan.

Dalam upaya memenuhi harapan pelanggan secara optimal, perusahaan didukung oleh sumber daya manusia yang berpengalaman dan kompeten di bidangnya, kepastian waktu penyelesaian proyek, produk yang sesuai mutu, dan kami juga bertekad untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten dan berkesinambungan serta memiliki prinsip fokus pada kepuasan pelanggan.

Tahap Observasi atau Persiapan

Pada tahapan ini peneliti melakukan pengamatan full dengan aktifitas yang berjalan normal sehari-hari dengan melihat hal-hal yang perlu dikembangkan serta membandingkan dengan unit usaha persewaan scaffolding yang menjadi market leader saat ini agar menjadi lebih efektif dan efisien juga dapat menyesuaikan di era digitalisasi ini. Berdasarkan hasil observasi tersebut, topik pembahasan yang menjadi acuan serta sorotan kami adalah perlu adanya kegiatan promosi online. Promosi online adalah kegiatan yang dilakukan oleh pihak perusahaan menggunakan media online (internet) dalam menawarkan produk atau jasa, sehingga tidak terjadi tatap muka secara langsung antara pembeli dan penjualan.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui jenis promosi online yang digunakan, memahami model promosi online yang digunakan dalam memengaruhi keputusan jasa penyewaan scaffolding dan mengetahui keefektifan promosi online. Melihat potensi CV. Nugraha Cipta Raharja yang memiliki nama dan citra yang baik pada pandangan konsumen, hal ini menjadi salah satu indikator kuat peneliti dapat menjalankan program ini berjalan dengan sebagaimana mestinya serta diperlukan konsistensi dan keikutsertaan semua pihak dalam pelaksanaan program ini.



Gambar 1
Kunjungan awal ke CV. Nugraha Cipta Raharja

Tahap Pelaksanaan

Di era industri saat ini konektivitas internet merupakan sesuatu yang tidak dapat terpisahkan dalam segala bidang. Para pelaku usaha harus memahami teknologi informasi, minimal dapat memanfaatkan gadgetnya untuk mengembangkan usahanya dengan melaksanakan promosi secara online. Pada era digital saat ini promosi online seolah menjadi sebuah primadona sehingga pelaku usaha berbondong-bondong untuk memanfaatkan media pemasaran secara online sebagai roda penggerak bisnisnya. Promosi online menjadi salah satu penghubung antara produsen serta konsumen dengan minim biaya. Hal ini tentu menjadi solusi singkat dan cepat serta efisien dalam mengembangkan usahanya.

Pada tahap ini setelah peneliti mendapatkan hasil dari observasi, tahap selanjutnya adalah melakukan diskusi dengan memberikan topik yang menjadi acuan serta sorotan kami kepada HRD dan karyawan, yakni tentang pendampingan promosi online sebagai penerapan strategi pemasaran dalam era digitalisasi. Melihat kondisi tersebut perlu adanya upaya untuk mengembangkan usaha yang bertujuan untuk meningkatkan popularitas perusahaan dikalangan luas dalam usaha penyewaan scaffolding agar lebih dikenal dengan mengadakan pelatihan pemasaran online.



Gambar 2
Diskusi terkait penerapan hasil observasi

Pelatihan ini bersifat secara langsung dengan memberikan pembekalan mengenai tahapan-tahapan membuat poster yang menarik dengan memasukkan konten gambar atau foto-foto dari

scaffolding dan membuat slogan dengan kata-kata yang menarik. Dalam pembuatan poster tersebut kami menggunakan salah satu aplikasi desain konten visual yaitu canva. Menurut Sulistiyanto dalam artikelnya yang berjudul "Desain dan Digital Marketing Online Menggunakan Canva" menyampaikan bahwa melalui canva dapat menarik masyarakat yang melihat produk yang ditawarkan, bentuk komunikasi visual lebih disukai masyarakat, karena sebuah brand selalu berusaha memunculkan identitas, keunggulan dan kekhasan mereka melalui sebuah desain.

Canva memiliki kemampuan desain profesional karena tersediannya berbagai fitur gratis yang mudah digunakan sehingga proses membuat desain akan lebih mudah dan cepat. Fitur yang ada pada canva yaitu menyediakan ribuan template dalam berbagai ukuran, warna, dan bentuk yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna. Cara pembuatan media promosi dengan canva cukup mudah dilakukan karena dapat diakses melalui smartphone, laptop atau komputer.



Gambar 3
Hasil desain canva

Melalui pelatihan pemasaran online diharapkan dapat memacu semangat untuk memasarkan produk scaffolding serta dapat meningkatkan pemasukan atau penghasilan perusahaan. Harapan kami dengan adanya diskusi ini kami dapat memastikan apakah ketersediaan HRD atau karyawan melaksanakan topik kami dengan menyampaikan pula tujuan kami adalah agar CV. Nugraha Cipta Raharja dapat berkembang dan terus bertahan di era digitalisasi ini.

Tahap Evaluasi

Hasil pendampingan memberikan dampak positif bagi CV. Nugraha Cipta Raharja dari pengembangan sisi marketing menjadikan pemahaman baru bagi karyawan agar dapat terus berkembang serta mengikuti perkembangan pada era digitalisasi. Sehingga dampak dari pendampingan ini adalah CV. Nugraha Cipta Raharja dapat menjadi perusahaan yang lebih besar di tahun kedepannya.

Berdasarkan hasil pendampingan yang telah selesai dilaksanakan selama 1 bulan ini, CV. Nugraha Cipta Raharja diharapkan mampu menjalankan rekomendasi dari kami secara konsisten serta dapat mengembangkan pola pikir lebih tajam dalam membaca peluang dan strategi yang ada. Hal ini sesuai dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Abdul Mu'iz Ihsan, Yatnanta Ramadhana, Agus Hermawan, dan Agung Winaryo, 2023) tentang penerapan strategi pemasaran dalam era digitalisasi pada CV. Airlangga Trans.

Kesimpulan

Pada pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan promosi online sebagai penerapan strategi pemasaran dalam era digitalisasi pada CV. Nugraha Cipta Raharja telah dilaksanakan dengan baik dan berjalan secara kooperatif. Kepuasan dan keberhasilan CV. Nugraha Cipta Raharja atas pendampingan tersebut diantaranya adalah terciptanya antusias yang tinggi baik dari pihak perusahaan dalam terlaksananya proses pendampingan ini, terlaksananya saran dan aplikasi yang kita rekomendasikan dalam dalam menunjang penerapan strategi pemasaran dalam era digitalisasi pada CV. Nugraha Cipta Raharja, serta setelah adanya pendampingan pihak perusahaan memiliki pandangan yang lebih terarah dan visioner agar tetap menjalankan rekomendasi dari peneliti dan memberikan pengembangan wawasan tentang teknik promosi online guna bertahan di era digitalisasi.

Daftar Pustaka

- Abdul Mu'iz Ihsan, Yatnanta Ramadhana, Agus Hermawan, dan Agung Winarno. (2023). Pendampingan Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Era Digitalisasi Pada CV. Airlangga Trans. *Jurnal Pemantik*, Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2023, hal. 104-113
- Bukman Lian. (2019). Tanggung Jawab Tridharma Perguruan Tinggi Menjawab Kebutuhan Masyarakat. *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang*. 03 Mei 2019
- Ellysa Rahma Santi, Akhmad Supriyanto. Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Sate Thaican Banjar D'licious). *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 4, No. 1, Maret 2020, hal 47-56
- Habib Cahyono. (2019). Peran Mahasiswa di Masyarakat. De Banten-Bode: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Setiabudhi*. Volume 1, No. 1, Oktober 2019, hal. 32-46
- Kadeni, Ninik Srijani (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Equilibrium*. Volume 8, No. 2, Juli 2020
- Kadek Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Padmi Harini, Putu Adi Ananta Yoga (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital. *Webinar Nasional (PROSPEK 2)*. 01 Februari 2023, hal. 298-302