

Upaya Dalam Memperluas Target Pasar Dengan Penerapan Strategi Mix Promotion Pada Toko Lion Lines

¹⁾Ria Hartoko*, ²⁾Johny Budiman

^{1,2)}Program Studi Manajemen, Ekonomi, Universitas Internasional Batam, Indonesia
Email: ¹1941321.ria@uib.edu*, ²Johny.budiman@uib.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Promotion Mix Digital Marketing Brosur Digital	<i>Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan strategi mix promotion dalam hal untuk memperluas target pasar. Strategi yang digunakan merupakan pemasaran digital marketing yang menggunakan media sosial Instagram sebagai platform untuk beriklan. Selain menerapkan pengiklanan di Instagram, terdapat juga brosur digital yang dihasilkan dengan tujuan untuk memudahkan para calon pelanggan dengan mudah mengetahui berbagai ragam produk yang ada seperti produk kain yang memiliki banyak warna. Memperluas target pasar dapat menggunakan pengiklanan penjualan produk di Instagram dikarenakan di zaman era yang modern ini mayoritas masyarakat memiliki Instagram, serta salah satu fitur yang ada pada pengiklanan Instagram adalah dapat memilih target zona area mana yang ingin pasarkan. Hasil rancangan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa adanya kenaikan followers serta tingkat penjualan melalui iklan di Instagram, brosur digital yang dihasilkan juga dapat membantu para calon pelanggan untuk memilih varian suatu produk.</i>
	ABSTRACT
Keywords: Promotion Mix Digital Marketing Digital Brochure	<i>This study aims to implement a mix promotion strategy in terms of expanding the target market. The strategy used is marketing digital marketing that uses social media Instagram as a platform for advertising. Apart from implementing advertising on Instagram, there are also digital brochures produced with the aim of making It easier for potential customers to easily find out the various types of products available, such as cloth products that have many colors. Expanding the target market can use product sales advertising on Instagram because in this modern era the majority of people have Instagram, and one of the features in Instagram advertising is being able to choose which area target zone you want to market. The results of there search design show that with an increase in followers and sales levels through advertisements on Instagram, digital brochures produced can also help potential customers to choose a product variant.</i> This is an open access article under the CC-BY-SA license. 

I. PENDAHULUAN

Toko Lion Lines merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang usaha yang menjual berbagai macam kebutuhan konveksi seperti kancing, resleting, kain, benang. Toko ini terletak di Komp. Nagoya Point, Blok N no.3 Pasar Angkasa, Kota Batam. Toko ini sudah beroperasi hingga 20 tahun dengan pemilik tokonya yaitu Ibu Be Bie. Toko Lion Lines mulai beroperasi dari pagi jam 09:00 WIB hingga 18:00 WIB dan saat ini memiliki 3 orang pekerja yang mencakup kegiatan operasional dari melayani pelanggan yang datang langsung ke toko, mempersiapkan barang pembelian pelanggan dan penyusunan barang-barang di toko, saat ini bagian keuangan Toko Lion Lines masih di kerjakan oleh Ibu Be Bie sendiri. Selama berdirinya Toko Lion Lines hingga saat ini, mayoritas pelanggannya

merupakan perusahaan pabrik konveksi yang berada di Kota Batam dimana pesanan yang selalu di terima oleh Toko Lion Lines merupakan pesanan berskala besar. Tentunya, Toko Lion Lines juga menerima pembelian secara eceran, namun hingga saat ini pelanggan yang menghampiri untuk membeli produk eceran sangatlah minim.

Maka dari itu, Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan pengiklanan di Instagram untuk memperluas target pasar dikarenakan di zaman era yang modern ini mayoritas masyarakat memiliki Instagram sehingga dapat menarik calon konsumen secara online lewat media sosial yang akan diterapkan yaitu lewat Instagram.

II. MASALAH

Kondisi di Toko Lion Lines saat ini adalah kekurangan wawasan dalam penerapan strategi *promotion mix* modern di era saat ini, sebelumnya toko hanya menggunakan strategi pemasaran secara tradisional, seperti promosi oleh penjual secara berlangsung terhadap pelanggan dan *word of mouth marketing*. Saat ini yang dibutuhkan oleh Toko Lion Lines ini adalah strategi pemasaran yang baru untuk mempromosikan toko, memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan *engagement* pelanggan. Selama 20 tahun Toko Lion Lines berjalan, kegiatan operasional sehari-hari telah berjalan sesuai dengan prosedur awal toko dengan baik. Namun, pelanggan Toko Lion Lines hanyalah mayoritas pabrik konveksi yang berada di Kota Batam dan minoritas pelanggan yang menghampiri untuk membeli dengan jumlah eceran.



Gambar 1. Bagian dalam Toko Lion Lines dan tampak luar Toko Lion Lines

Toko Lion Lines memiliki produk kain baru Bernama GML Fabric yang akan *launching*, maka pada kesempatan kali ini dapat menerapkan strategi pemasaran *promotion mix* dalam upaya mendapatkan pelanggan baru yang lebih banyak. Kain baru GML Fabric merupakan bahan yang cocok digunakan untuk *layering* pada bagian dalam pakaian. Varian kain GML Fabric memiliki lebih dari 30 warna. Dengan adanya penerapan strategi pemasaran *promotion mix* tidaklah hanya fokus pada produk baru, melainkan dapat membantu juga dalam peningkatan penjualan pada produk lain yang ada di Toko Lion Lines.

Menurut Kusuma dan Sugandi, (2018) dan Net al., (2020) *digital marketing* merupakan suatu perkembangan yang menyebabkan revolusi pada suatu informasi di era digital ini dan tentunya juga membuat perubahan pada pola hidup masyarakat untuk beradaptasi dengan segala sesuatu hal baru yang berhubungan dengan pemasaran yang secara online. Salah satu media sosial yang populer mendunia yaitu aplikasi Instagram dimana fitur yang terdapat adalah dari pengunduhan *story*, foto dan video, pengiriman pesan hingga saat ini Instagram memiliki fitur penjualan atau yang disebut *Shop* serta Instagram *advertising* yang dapat digunakan untuk membantu memperluas target pasar.

Menurut Widiastuti et al., (2022) hingga saat ini, aplikasi Instagram merupakan aplikasi yang pemanfaatannya sangat unggul dalam hal seperti *digital marketing* dibandingkan promosi usaha online melalui pembuatan *website*. Adanya berbagai fitur Instagram tersebut dapat membantu dalam berbagai manfaat pada pemasaran seperti dapat menghemat dalam aspek biaya, jangkauan pasar lebih besar hingga kenaikan penjualan. Selain penerapan strategi pemasaran *promotion mix*, terdapat juga brosur digital

yang dihasilkan dengan tujuan untuk bagi calon pelanggan untuk melihat berbagai produk yang ada dengan mudah dan cepat pada saat ingin membeli suatu produk. Menurut Iswanti, (2021), brosur yang bersifat *hardcopy* atau brosur cetak tidak lagi menarik, efektif serta memerlukan sejumlah biaya untuk mencetak brosur tersebut. Maka, zaman sekarang terdapat brosur digital yang mudah dihasilkan serta dapat memperluas jangkauan pasar apabila digunakan juga pada pemasaran digital. Terdapat juga kelebihan dalam penggunaan brosur digital pada pemasaran digital yaitu mudah bagi calon pelanggan untuk mengetahui detail sebuah produk tanpa harus melihat secara langsung produk tersebut terutama bagi pelanggan yang diluar dari kota yang sama. Madani et al., (2018) mengatakan salah satu media yang dapat digunakan sebagai media promosi pada perusahaan maupun instansi yaitu brosur.

III. METODE

Teknik pengumpulan data yang diterapkan pada kerja praktek ini yaitu dengan cara wawancara atau observasi untuk mendapatkan data primer seperti awal mula berdirinya usaha tersebut, kegiatan operasional sehari-hari serta kendala yang dialami hingga saat ini yaitu keinginan dalam peningkatan penjualan pada varian kain baru dan juga produk lainnya.

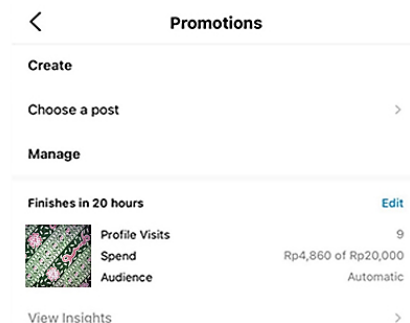
Setelah melakukan observasi pada Toko Lion Lines, terdapat kekurangan pada jangkauan pasar yang lebih luas serta belum memiliki strategi pemasaran berbasis digital di era yang modern ini. Dalam ruang lingkup penerapan kerja praktek di Toko Lion Lines adalah menciptakan target pasar yang baru serta lebih di kenal oleh masyarakat, membuat strategi pemasaran baru serta target peningkatan penjualan minimal sebesar 20%. Strategi ini dilakukan melalui pendekatan digital dengan menganalisa tingkat penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan oleh target pelanggan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Luaran dari kerja praktek ini adalah rancangan pemasaran strategi *promotion mix* dimulai dari pembuatan akun dan pendaftaran Toko Lion Lines di aplikasi Instagram dan pembuatan brosur digital yang digunakan untuk *digital marketing* pengiklanan di Instagram.

A. Digital Marketing

Digital marketing memberikan informasi dan promosi produk kain Toko Lion Lines dengan menggunakan Instagram *advertising* sebagai *tools* untuk meningkatkan ketertarikan pelanggan



Gambar 2. Instagram Advertising. Sumber: Data diolah (2022).

Akun Instagram yang terdaftar sebagai akun bisnis dapat melakukan pengiklanan di Instagram, fitur yang ada pada pengiklanan ini terdapat biaya iklan yang dapat disesuaikan dari perhitungan *budget* serta kebutuhan masing-masing, hingga pengaturan wilayah dimana target pasar yang diinginkan.

B. Brosur Digital

Pada zaman era modern ini mayoritas masyarakat menggunakan sosial media untuk berbagai hal, salah satunya adalah berbelanja online. Ketika suatu usaha memiliki target pasar yang luas serta penerapan strategi pemasaran berbasis digital, maka dibutuhkan brosur yang berisi tentang nama, foto produk serta informasi kontak yang bisa dihubungi. Brosur digital tidak hanya digunakan untuk

pengiklanan di Instagram, namun dapat digunakan juga untuk referensi katalog untuk dikirimkan ke calon pelanggan.



Gambar 3. Brosur Digital. Sumber: Penulis (2022)



Gambar 4. Brosur Digital. Sumber: Penulis (2022)

Setelah melakukan survei pada UMKM yang akan menjadi objek pengabdian kepada masyarakat, maka pada tanggal 13 Juni 2022 penulis melakukan kunjungan pertama ke Toko Lion Lines untuk mengetahui lebih detail mengenai informasi toko serta permohonan izin untuk pelaksanaan kerja praktek. Pada tanggal 20 Juni 2022, penulis melakukan kunjungan kedua ke Toko Lion Lines untuk pembahasan strategi yang telah dirancang, terdapat masukan dari pihak toko untuk melakukan revisi pada rancangan tersebut.

Pihak Toko Lion Lines setuju dengan rancangan yang telah direvisi dan menandatangani surat pernyataan kesediaan atas pelaksanaan kerja praktek pada Agustus 2022. Dilanjutkan dengan rancangan pendaftaran akun Instagram dan brosur digital yang dilakukan selama bulan Agustus – September. Pada bulan September hingga November telah diimplementasikan pengiklanan di Instagram dengan ketentuan budget yang telah didiskusikan juga oleh pihak Toko Lion Lines. Sebelum dilakukan implementasi terakhir, penulis telah melakukan penyampaian materi dan pelatihan penggunaan aplikasi pada pemilik toko. Kondisi setelah implementasinya yaitu dengan adanya strategi *digital marketing* ini maka perusahaan mampu mempromosikan tokonya dengan strategi *digital marketing* yang baru, perusahaan tidak perlu menggunakan strategi pemasaran secara tradisional, ini sangat membantu dalam menghemat waktu dan juga lebih efektif dalam melakukan promosi toko dan keterlibatan pelanggan.

A. Hasil Implementasi pengiklanan di Instagram

Dari hasil pengiklanan tersebut pada jangka waktu 20 Agustus 2022 hingga 17 November 2022 telah mengalami kenaikan *engagement* sebagai berikut:



Gambar 5. Hasil Insight pengiklanan di Instagram. Sumber: Data diolah (2022)

- B. Berdasarkan pengakuan dari pemilik adanya penjualan produk varian kain baru dimana pelanggan tersebut melirik produk tersebut dari Instagram, dan juga produk lain mengalami peningkatan penjualan. Brosur digital yang dihasilkan juga dapat dikirim kepada pelanggan tetap melalui whatsapp agar pelanggan dapat memilih beragam warna dengan mudah.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi, analisis dan wawancara dengan pihak pelanggan dari Toko Lion Lines, dapat disimpulkan bahwa pihak toko masih belum menerapkan strategi pemasaran secara digital di era modern ini. Strategi pemasaran yang diterapkan masih secara tradisional. Dengan adanya strategi marketing yang modern, mampu menunjang toko melakukan promosi serta meningkatkan *engagement* pelanggan. Adanya penerapan strategi *promotion mix* yakni *digital marketing* dengan melakukan pengiklanan di Instagram dapat menjangkau target pasar yang lebih besar, serta peningkatan penjualan tidak hanya pada produk varian kain baru tetapi juga pada produk lainnya yang ada di Toko Lion Lines. Adanya brosur digital juga memudahkan bagi pihak toko untuk mengirimkannya kepada para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Iswanti, A. A. G. D. L. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Penguatan Branding Sekolah Dasar Muhammadiyah Purwodiningratan. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat, 2020: 5. Kreatifitas Pendidikan Dan Pembelajaran Di Sekolah Dan Perguruan Tinggi, 2017*, 917–924. <https://doi.org/10.18196/ppm.35.73>
- Kusuma, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12963>
- Madani, M., Setyanto, A., & Sofyan, A. F. (2018). Penerapan Augmented Reality Pada Media Promosi (Brosur) STMIK Bumigora Mataram Berbasis Android. *Respati*, 13(3), 108–115. <https://doi.org/10.35842/jtir.v13i3.263>
- N, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 39. <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Widiastuti, N. A., Zainudin, A., Dhabitha, ;, Filza, L., Ahmad, ;, Prayoga, P., & Muzakki, ; Ahmad. (2022). Pelatihan Digital Marketing Berbasis Instagram di CV. Karunia Barokah Jepara. *Abdimas Universal*, 4(1), 28–33. <http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversalDOI:https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v4i1.155>