

## UPAYA PEMASARAN SECARA DIGITAL DI PT. ALFAJORES BALI ENAK

Ni Wayan Suastini, Ida Bagus Gde Nova Winarta, I Putu Wira Santana

Fakultas Bahasa Asing Universitas Mahasaraswati Denpasar  
*suastini28@unmas.ac.id*

### Abstract

Marketing is an essential element in the process of selling a product. This activity aims to solve problems and obstacles faced by company partners of PT Alfajores Bali Enak. The problems and obstacles found in the company are a lack of promotion of new menus and products and a lack of maximizing their marketing on social media. Therefore, the service implementation team designed a work program to develop marketing in related partners through social media facilities. The implementation of this service goes through several stages, which begin with the observation, followed by the stages of direct implementation of activities during the activity period. The implementation results are aimed at increasing sales by combining menu promotions, discount cards, and customer cards and uploading promotions that have been prepared as photos or videos to social media. Company partners get positive benefits such as increased customer attention to new products and increased personal branding of company partners on related social media.

*Keywords: marketing, digital, promotion.*

### Abstrak

Pemasaran merupakan elemen penting dalam kegiatan penjualan suatu produk. Kegiatan ini bertujuan untuk memecahkan masalah maupun kendala yang dihadapi mitra perusahaan PT. Alfajores Bali Enak. Masalah dan kendala yang ditemukan pada perusahaan adalah kurang memberikan promosi terhadap menu dan produk baru serta kurang memaksimalkan pemasarannya pada sosial media. Maka dari itu, tim pelaksana pengabdian merancang program kerja yang bertujuan untuk mengembangkan pemasaran pada mitra yang terkait melalui sarana sosial media. Pelaksanaan pengabdian ini melalui beberapa tahapan, yang diawali dengan observasi yang selanjutnya diikuti dengan tahapan pelaksanaan kegiatan secara langsung selama masa kegiatan. Adapun hasil pelaksanaan adalah bertujuan untuk meningkatkan penjualan melalui pembuatan promosi menu kombinasi, kartu diskon, kartu pelanggan, serta mengunggah promosi yang telah dipersiapkan dalam bentuk foto atau video ke sosial media. Mitra perusahaan mendapatkan manfaat positif seperti meningkatnya atensi pelanggan terhadap produk baru dan meningkatnya personal branding mitra perusahaan di sosial media terkait.

*Kata kunci: pemasaran, digital, promosi.*

### PENDAHULUAN

Menurut Valentika (2020) pemasaran merupakan elemen penting dalam menjalankan suatu usaha. Banyak pelaku usaha yang meluangkan waktunya untuk memikirkan metode atau strategi pemasaran yang tepat untuk menjual barang atau jasa agar laku di pasaran dan meningkatkan

omset yang diperoleh. Hal ini memiliki keterkaitan dengan suksesnya suatu bisnis karena metode pemasaran yang digunakan dapat mempengaruhi omset yang diperoleh.

Menurut Sembiring, dkk. (2019), perkembangan teknologi informasi memberi peluang pada pelaku usaha untuk menggunakan

media sosial sebagai media promosi. Mempromosikan produk melalui media sosial merupakan langkah yang tepat karena media sosial menjadi pilihan utama masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi. Media sosial juga dapat membantu pelaku usaha dalam memajukan bisnis yang mereka kembangkan. Media sosial dapat digunakan untuk menyampaikan informasi produk, membantu pemasaran, berkomunikasi dengan pembeli, mengurangi biaya promosi dan melakukan penjualan secara daring. Sejalan dengan hal ini di masa sekarang ini, penggunaan teknologi menjadi solusi yang tepat untuk membantu roda perekonomian perusahaan agar tetap berjalan dengan baik karena terjadi perubahan perilaku konsumen dimana hampir sebagian besar kegiatannya memanfaatkan teknologi yang membuat era digitalisasi terakselerasi dengan cepat dan mendukung semua sektor untuk bertransformasi secara digital. permasalahan terkait promosi produk juga ditemukan pada mitra, yaitu PT. Alfajores Bali Enak.

Tim pengabdian melakukan observasi pada PT. Alfajores Bali Enak. Perusahaan ini memiliki tiga cabang usaha yaitu Alfajores Bali Factory yang berlokasi di Jl. Gunung Soputan No.43 Pemecutan Klod, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar; Alfajores Bali Cafe dan El Almazen yang berlokasi di Jl. Bumbak Dauh No.63, Kerobokan, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Alfajores Bali Factory merupakan cabang usaha yang menangani produksi serta pemasaran sedangkan Alfajores Bali Café adalah anak usaha berbentuk kedai kopi yang memasarkan langsung produk-produk Alfajores Bali Factory kepada pelanggan yang datang langsung ke

tempat. Cabang usaha terakhir adalah El Almazen. El Almazen adalah Cabang usaha berbentuk toko yang menyediakan produk Alfajores Bali Factory dan produk konsinyasi perusahaan lain secara grosir.

Perusahaan Alfajores Bali Enak merupakan perusahaan yang memproduksi makanan khas argentina yang dikenal dengan nama *alfajores*. *Alfajores* adalah makanan kudapan berupa biskuit dengan isian susu karamel sehingga memiliki rasa yang manis dan lezat. Produk ini merupakan produk utama yang dimiliki perusahaan dan telah dipasarkan secara luas di Indonesia maupun di luar negeri. Selain produk alfajores, perusahaan ini juga memasarkan produk-produk yang berasal dari Argentina seperti *empanadas*, *yerba mate* dan lain-lain.

Perusahaan Alfajores Bali Enak merupakan perusahaan pelopor produk khas Argentina yang mana telah mengepakkan sayap bisnisnya sejak tahun 2017. Tidak diragukan lagi bahwa perusahaan ini sudah sangat baik dalam melakukan pemasaran sehingga menjadi perusahaan yang sukses berkembang hingga saat ini. Ditambah lagi pengelola perusahaan sudah melakukan berbagai langkah atau melakukan metode pemasaran seperti pembuatan produk serta menu baru, pemberian potongan harga, promosi produk harga murah dan lain-lain tanpa mengurangi kualitas dari produk-produk yang dipasarkan. Namun setelah melakukan observasi berupa koordinasi serta diskusi bersama pengelola perusahaan, dapat ditemukan permasalahan mitra yaitu kurang memberikan promosi terhadap menu dan produk baru; serta kurang memaksimalkan pemasarannya pada sosial media. Maka dari itu tim pelaksana pengabdian merancang program kerja yang bertujuan untuk

mengembangkan pemasaran pada mitra yang terkait melalui sarana sosial media dengan baik dan benar.

## **METODE**

Pengabdian ini dilaksanakan dari tanggal 3 Agustus 2022- 5 September 2022, dengan melalui beberapa tahapan, yaitu persiapan (observasi dan penyusunan program), pelaksanaan program, serta evaluasi (laporan dan penilaian). Pada tahap awal pelaksanaan, dilakukan observasi secara langsung kepada mitra perusahaan untuk menentukan target permasalahan maupun kendala yang dihadapi mitra. Proses wawancara serta diskusi juga dilakukan untuk mengetahui masalah mitra. kemudian saat proses pelaksanaan program kerja, tim pengabdian dan mitra perusahaan bekerja sama untuk melaksanakan program kerja yang telah dibuat. Kegiatan dilakukan secara luring di cabang PT. Alfajores Bali Enak, yaitu Alfajores Bali Café, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Selanjutnya pada tahap akhir kegiatan dilakukan evaluasi dan penilaian program kerja. Pelaksana dan mitra perusahaan melakukan penilaian akhir dan diskusi atas hasil program kerja yang telah dilaksanakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Selama observasi, ditemukan kendala yaitu kurangnya promosi terhadap menu dan produk, kurangnya promosi ke pelanggan tetap, serta kurang memaksimalkan pemasaran pada sosial media. Setelah diterapkan program kerja, yakni promosi produk dan menu baru, kartu diskon dan kartu member bagi pelanggan tetap serta promosi di sosial media, maka terjadi peningkatan penjualan pada menu baru, peningkatan kunjungan oleh pelanggan tetap, dan meningkatnya kunjungan dari

profil instagram PT. Alfajores Bali Enak. Berikut ini adalah program kerja yang diterapkan di perusahaan ini.

### **1. Membuat menu kombinasi**

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk sehingga target pasar atau konsumen menjadi kenal, tahu, ingat serta menyenangkan produk tersebut (Niati, 2015). Karena promosi berperan penting yaitu agar konsumen mengetahui produk yang dijual, maka dari itu peneliti membuat menu kombinasi. Menu kombinasi adalah pengelompokkan beberapa produk menjadi satu unit dan menjualnya dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dijual secara terpisah (Anggakara, 2022). Adapun langkah-langkah untuk membuat menu kombinasi adalah dengan melakukan diskusi dengan pengelola sehingga didapatkan produk yang cocok untuk dijadikan kombinasi. Menu kombinasi tersebut adalah menu kombinasi antara lain kopi dan biskuit alfajor, kopi dan *cookies*, serta kopi dan kue.

### **2. Membuat kartu pelanggan**

Kartu pelanggan atau member card adalah bentuk loyalitas yang fungsinya sebagai bentuk hak istimewa bagi konsumen (pelanggan). Pemberian hadiah khusus untuk tingkat pembelian tertentu kepada pelanggan adalah salah satu contoh dari member card (Worosiwi & Gani, 2016). Kartu pelanggan digunakan untuk mengikat konsumen agar tetap memilih produk dari perusahaan. Kartu pelanggan diberikan kepada pelanggan yang sudah berulang kali datang ke kedai kopi. Pelanggan mendapatkan 2 buah kue Gunung Berapi apabila telah melakukan transaksi sebanyak 5 kali.

### 3. Membuat kartu diskon

Kartu diskon adalah kartu potongan harga yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada pelanggan atas barang-barang atau pelayanan yang diberikan (Evendi, 2015). Kartu diskon bertujuan untuk mencapai target penjualan, meraih pangsa serta keuntungannya, dilakukan pelaku usaha mengupayakan barang dan jasa (produk) ditampilkan menarik dengan harga terjangkau. Adapun kartu diskon yang dibuat memiliki potongan harga sebesar 55%.

### 4. Promosi ke sosial media Instagram

Promosi adalah cara yang digunakan untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut Rangkuti (2009), promosi dilakukan oleh suatu perusahaan bertujuan untuk memberitahukan keberadaan produk serta memberi keyakinan tentang manfaat produk kepada pembeli. Berdasarkan pernyataan tersebut, Instagram adalah salah satu media sosial yang digunakan dalam promosi bagi pelaku usaha. Media sosial ini memiliki banyak keuntungan dalam kegiatan promosi, seperti memberi informasi mengenai produk perusahaan tanpa membutuhkan tenaga dan biaya yang banyak, bahkan waktu yang digunakan sangat singkat (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Tim Pengabdian melakukan promosi ke Instagram dengan langkah langkah sebagai berikut; (1) Menentukan jenis promosi yaitu produk, event atau kegiatan, dan diskon (2) Menyiapkan foto atau video promosi dan (3) mengunggah di story atau reel instagram.



Gambar 1 Teh Yerba Mate yang diunggah ke Instagram

### HASIL

Berdasarkan strategi pemasaran yang telah dilakukan, perusahaan mendapatkan dampak positif dari penjualan menu promosi yang dibuat. Kartu pelanggan diberikan kepada pelanggan tetap serta kartu diskon diberikan kepada pelanggan baru sehingga penjualan meningkat. Kunjungan di Instagram perusahaan meningkat hasil dari postingan foto dan video pendek. Berikut merupakan detail hasil strategi pemasaran yang telah dilaksanakan.

#### 1. Penjualan menu kombinasi

Melalui aplikasi yang digunakan perusahaan, dapat dilihat hasil penjualan menu. Gambar 2 Menunjukkan hasil cukup baik dari menu yang dibuat serta mendapat perhatian dari konsumen. Menu kombinasi "PROMOS" berkontribusi sebesar 6% dari total penjualan selama bulan Agustus.

Category	Items Sold	Items Refu...	Gross Sales
PROMOS	78		Rp. 3.411.483
SANDWICH	47	1	Rp. 2.793.093
YERBA MA...	1		Rp. 90.909
<b>Total</b>	<b>1698</b>	<b>6</b>	<b>Rp. 55.377.090</b>

Gambar 2 Hasil Penjualan Menu Kombinasi

### 2. Hasil pemberian kartu pelanggan

Kartu pelanggan yang diberikan mendapat atensi yang baik dari repeater guest. Skema dari kartu pelanggan ini adalah pemberian item “GUNUNG BERAPI – ALFAJORES” kepada pelanggan yang telah melakukan transaksi sebanyak 5 kali di café. Berdasarkan hal tersebut, kartu pelanggan mendapat penjualan sebagaimana tertera di gambar 3.

Name	Gross Sales	Discounts
GUNUNG BERAPI - ALFAJORES	Rp. 184.848	Rp. 0
HAMPER 10 ALFAJORES - 5 VAR...	Rp. 380.952	Rp. 0
HOT CHOCOLATE	Rp. 34.632	Rp. 0
ISLAND BEER	Rp. 241.440	(Rp. 37.830)

Gambar 3 Promo Kartu Pelanggan

### 3. Penjualan kartu diskon

Memberikan kartu diskon kepada pengunjung yang memiliki minat terhadap produk dan pelayanan kedai memiliki dampak positif terhadap penjualan. Berdasarkan data yang

dirangkum dari penjualan toko El Almazen, kartu diskon yang diberikan berhasil mendapat penjualan sebesar Rp. 7.150.550 atau 36% dari penjualan selama bulan Agustus.

### 4. Hasil kunjungan instagram

Dengan aktifnya kembali instagram Alfajores Bali Café, didapati bahwa ada peningkatan pengunjung selama bulan Agustus. Akun instagram Alfajores Bali Café mendapat peningkatan followers menjadi 2.797 followers serta meningkatnya jumlah like postingan. Testimoni pelanggan mengatakan informasi di Instagram menarik perhatian konsumen itu sendiri agar berkunjung dan membeli produk Alfajores Bali Café.

### SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan dengan baik serta mendapat kesan baik dari mitra perusahaan. Strategi pemasaran yang dilaksanakan yaitu pembuatan menu kombinasi, pembuatan kartu diskon, pembuatan kartu pelanggan serta memposting konten di instagram memberikan dampak positif terhadap penjualan dan branding perusahaan. Hasil dari program kerja tersebut adalah adanya peningkatan penjualan menu kombinasi baru. Kemudian pemberian kartu diskon kepada pelanggan telah meningkatkan penjualan. Pembuatan kartu pelanggan juga membuat pelanggan lebih loyal. Terakhir adalah memposting konten produk di instagram, dimana akun instagram mitra perusahaan aktif kembali serta mendapat banyak perhatian dari pelanggan secara online. Jadi dapat disimpulkan bahwa upaya pemasaran secara digital di PT. Alfajores Bali Enak memberikan kontribusi positif bagi mitra perusahaan. Dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan agar mampu

membantu meningkatkan penjualan melalui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai sasaran. Besar harapan peneliti agar program ini terus berlanjut dan berkembang sehingga bisa memberikan manfaat bagi mitra perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anggakara, M. (2022, March 4). *Strategi Penjualan Menggunakan Paket Bundling*. LinovHR. <https://www.linovhr.com/strategi-paket-bundling>.
- Evendi, M. S. (2015). *Penggunaan Kartu Diskon dalam Transaksi Jual Beli menurut Perspektif Fikih*. Tugas Akhir. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kamalludin, R. N. (2021). *Pengertian, Manfaat dan Tujuan Bisnis yang Perlu Kamu Ketahui*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-bisnis>.
- Puspitarini, D., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*. 3(1), 71-80.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riati, N. (2015). *Strategi Bauran Pemasaran Ayam-Ayam Resto Solo*. Tugas Akhir. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sembiring, E.B., dkk (2019). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Rempang Cate Melalui Pelatihan Pemasaran Digital untuk Produk Unggulan Pasir Panjang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (AbdiMas)*, 1(2), 104-117
- Valentika, N. dkk (2020). Implementasi Sosial Media Marketing dalam Meningkatkan Jaringan Pasar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat-Aphelion* 1(1), 68-74
- Worosiwi, M. G. (2016). *Penerapan Strategi Member Card Dalam Menarik Minat Konsumen Melakukan Pembelian (Studi kasus di butik Busana Muslim Balqis Kampung Dalem Kediri)*. Tugas Akhir. Kediri: Institut Agama Islam Negeri Kediri.