



Upaya Peningkatan Penjualan Unit Saat Pandemi Covid 19 Pada PT Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung

Ni Luh Putu Sandrya Dewi¹, Luh Gede Kusuma Dewi², Cokorda Istri Wulan
Cintya Dewi³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasarawati Denpasar

²Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasarawati Denpasar

E-mail: sandryadewipt89@unmas.ac.id

Abstract

The Covid-19 pandemic has impacted people's purchasing power, thus affecting sales of Piaggio and Vespa scooters. This also happened at PT. Mega Tiara Sinar Abadi, Gunung Agung Branch, which in the last 1 year has sold Vespa at PT. Mega Tiara Sinar Abadi, Gunung Agung Branch, experienced a decline in sales. So it is expected that employees at PT. Mega Tiara Sinar Abadi Gunung Agung Branch can increase sales during this Covid-19 pandemic by implementing strategies. The results achieved in this program are: 1). Socialization to the sales department about sales promotion strategies through social media and approaches with consumers in person or by telephone. 2). Carry out activities related to the implementation of sales promotion strategies that have been agreed upon in the socialization. 3). Controlling and assisting the implementation of these activities.

Keywords : Covid-19, Increase, Sales, Unit

Abstrak

Pandemi Covid-19 berdampak pada daya beli masyarakat sehingga mempengaruhi penjualan skuter Piaggio dan Vespa. Hal ini juga terjadi di pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung yang dalam kurun waktu 1 tahun terakhir penjualan vespa di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung mengalami penurunan penjualan. Sehingga diharapkan karyawan pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung dapat meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19 ini dengan menerapkan strategi-strategi. Hasil yang dicapai dalam program ini adalah : 1). Sosialisasi terhadap bagian penjualan tentang strategi promosi penjualan melalui sosial media dan pendekatan dengan konsumen secara langsung atau melalui telepon. 2). Melakukan pelaksanaan kegiatan terkait implementasi dari strategi-strategi promosi penjualan yang sudah disepakati pada sosialisasi. 3). Melakukan pengontrolan dan pendampingan terhadap pelaksanaan kegiatan tersebut.

Kata kunci : Covid-19, Peningkatan, Penjualan, Unit

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Mega Tiara Sinar Abadi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri otomotif sepeda motor jenis skuter yang berada dibawah naungan PT. Piaggio Indonesia yang berpusat di Jakarta. PT. Mega Tiara Sinar Abadi berdiri pada tahun 2011 dan memiliki 5 kantor cabang di Bali yaitu di Cabang Gatot Subroto Tengah, Gianyar, Gunung Agung, Imam Bonjol & Nusa Dua. Kegiatan yang dilakukan di perusahaan ini yaitu menjual sepeda motor Piaggio Vespa. Vespa mempunyai penggemar fanatik, dan klub-klub penggemar vespa menjamur di berbagai kota di Indonesia, vespa menjadi salah satu alat transportasi yang modern sampai saat ini.

Pandemi Covid-19 mengakibatkan angka penjualan sepeda motor di Indonesia yang menurun selama beberapa tahun terakhir. Pandemi Covid-19 telah membuat industri otomotif terpuruk dalam beberapa waktu lalu. Pandemi virus corona (Covid-19) yang mewabah mulai awal tahun 2020 sempat berdampak pada penjualan skuter jenis Piaggio dan Vespa. Di kondisi pasca pandemi ini sangat mempengaruhi kinerja perusahaan, karena dalam kasus ini semua lapisan masyarakat baik itu lapisan atas, menengah, dan bawah terkena dampak dari virus corona yang mengakibatkan turunnya pendapatan dan daya beli masyarakat. Untuk dapat bertahan di tengah pandemi saat ini, PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung harus memiliki strategi yang dapat meningkatkan penjualan pada masa pandemi ini. Dikarenakan adanya pandemi Covid-19 sektor usaha yang dimiliki oleh masyarakat mengalami banyak penurunan khususnya di daerah Denpasar. Salah satunya pada sektor penjualan sepeda motor pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung yang mengalami penurunan saat adanya pandemi Covid-19. Dampak pandemi Covid-19 yang dirasakan masyarakat membuat minat dan kebutuhan masyarakat terhadap pembelian kendaraan baru berkurang. Oleh karena itu, perlu dilakukan usaha untuk dapat meningkatkan penjualan sepeda motor vespa di masa pandemi Covid-19.

Turunnya pendapatan dan daya beli masyarakat memiliki dampak yang besar ke dalam sektor perdagangan, salah satunya adalah sektor penjualan produk

sepeda motor vespa pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung, dalam kurun waktu 1 tahun terakhir penjualan sepeda motor vespa di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung mengalami penurunan n penjualan yang dihitung dari tahun 2020 sampai 2021. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan dengan Manajer PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung dan karyawan bagian penjualan, dapat dikemukakan permasalahan yaitu apakah strategi dan kegiatan apa saja yang dilakukan oleh PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung dalam meningkatkan penjualan di masa pandemi Covid-19?

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana strategi peningkatan penjualan unit saat pandemi covid-19 di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung?
- 2) Bagaimana cara meningkatkan target penjualan di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung?
- 3) Bagaimana cara meningkatkan kinerja perusahaan dalam meningkatkan daya beli masyarakat pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung?

II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Penjualan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencanarencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba (Marwan dalam Rachmawati (2011)). Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Menurut Winardi (1982) dalam Rachmawati (2011), penjualan adalah suatu transfer hak atas benda-benda. Dari penjelasan tersebut dalam memindahkan atau mentransfer barang dan jasa diperlukan orang-orang yang bekerja dibidang penjualan seperti pelaksana dagang, agen, wakil pelayanan dan wakil pemasaran.

2.3 Promosi

Rachmawati (2011) mengungkapkan langkah kecil berupa promosi dalam berbagai cara untuk meraih target pemasaran yang belum di raih. Promosi adalah aktivitas yang dilakukan restoran untuk mencari konsumen, bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga konsumen yang akan melakukan pembelian berulang (pelanggan). Tujuan dari promosi adalah meningkatkan awareness meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai persentase yang lebih tinggi untuk konsumen yang berulang, menciptakan loyalitas merek, meningkatkan average check, meningkatkan penjualan pada makanan tertentu atau waktu-waktu khusus, dan mengenalkan menu baru. Cara promosi yang dapat dilakukan antara lain dengan promosi *mounth by mounth*, mengikuti even-even tertentu, mengadakan diskon kusus pada saat tertentu, memberi member card pada pelanggan. Dapat juga dilakukan melalui promosi seperti reklame, sisipan pada koran dan media massa atau menggunakan spanduk. Selain itu membuat konsep resto yang unik dan disukai oleh pelanggan.

Berdasarkan permasalahan pada pendahuluan dan teori-teori ekonomi yang mendukung, solusi yang diberikan dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung di masa pandemi covid-19 saat ini, adalah sebagai berikut:

- 1) Sosialisasi terhadap bagian penjualan tentang strategi promosi penjualan melalui sosial media dan pendekatan dengan konsumen secara langsung atau melalui telepon.
- 2) Melakukan pelaksanaan kegiatan terkait implementasi dari strategi-strategi promosi penjualan yang sudah disepakati pada sosialisasi.
- 3) Melakukan pengontrolan dan pendampingan terhadap pelaksanaan kegiatan promosi tersebut.

III. METODE PENELITIAN

Program pengabdian ini merupakan implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi sebagai bentuk kolaborasi dosen maupun mahasiswa untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan secara

khusus ataupun aplikasi ipteks di masyarakat secara umum. Adapun metode yang digunakan untuk upaya mengoptimalkan penjualan di tengah pandemi pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung adalah sosialisasi, pendampingan, pelaksanaan dan pengontrolan.

1. Dalam upaya meningkatkan penjualan pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung dilakukan dengan kegiatan sosialisasi terhadap karyawan bagian penjualan tentang strategi-strategi untuk dapat untuk melaksanakan kegiatan yang disepakati antara tim pelaksana dan pihak PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung dalam mengoptimalkan penjualan di masa pandemi, yakni strategi promosi melalui sosial media, kanvasing, dan *follow up customer*. Setelah kegiatan sosialisasi dilakukan, selanjutnya akan dilakukan perencanaan jadwal terhadap strategi yang akan dijalankan. Jika jadwal sudah ditentukan, maka dilakukan pelaksanaan kegiatan dan pendampingan terhadap kegiatan tersebut.
2. Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh pihak PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung yang pertama yakni promosi penjualan melalui sosial media yang harus dimaksimalkan oleh bagian penjualan, seiring berubahnya gaya hidup masyarakat saat ini yang sudah sebagian besar menggunakan sosial media, dan hampir segala sesuatunya telah dilakukan secara online maka perlu dilakukan promosi penjualan melalui sosial media, strateginya adalah dengan rutin dan konsisten melakukan posting produk serta menonjolkan keunggulan yang dimiliki, posting promo penjualan yang sedang berjalan dan posting kegiatan penjualan bersama konsumen, sehingga diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian motor vespa.
3. Selain promosi melalui sosial media, strategi promosi yang dapat dilakukan adalah promosi melalui kegiatan kanvasing. Kegiatan kanvasing adalah kegiatan yang dilakukan oleh bagian penjualan dengan melakukan komunikasi secara langsung atau tatap muka untuk memasarkan atau menawarkan produk dengan dengan para pelanggan. Dimana dalam kegiatan ini bagian penjualan rutin melakukan kanvasing disetiap hari kerjanya

dengan membagi wilayah kanvasing menjadi beberapa wilayah. Dalam kegiatan ini diharapkan, bagian penjualan dapat menjangkau *customer* lebih luas sehingga dapat menghasilkan prospek *customer* yang lebih banyak diluar prospek *customer* dari sosial media dan *customer* yang datang langsung ke PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.

4. Strategi promosi selanjutnya yang dilakukan bagian penjualan adalah promosi dengan melakukan follow up customer, disini kami mengambil data customer yang sebelumnya sudah pernah melakukan pembelian sepeda motor vespa 3 tahun kebelakang. Pada kegiatan ini, bagian penjualan dibagikan data tersebut untuk di follow up, dalam proses follow up tersebut bagian penjualan juga menanyakan kondisi motor yang sudah dibeli sebelumnya dan menawarkan promo spesial yang sedang berlaku saat ini, dalam proses ini diharapkan dapat menambah prospek customer untuk melakukan pembelian vespa lagi (*repeat order*).
5. Setelah dilakukan semua strategi yang ditentukan dengan program kerja terlihat adanya peningkatan penjualan di tengah pandemi pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.

IV. PEMBAHASAN

Adapun kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan saat Pandemi Covid-19 pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung, yaitu:

- 1) Kegiatan observasi tentang penurunan penjualan unit saat pandemi Covid- 19 pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.
- 2) Kegiatan pendiskusian dengan bagian penjualan upaya meningkatkan penjualan unit saat Covid-19 di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.

Gambar 1



Gambar 1. Sosialisasi terkait strategi yang akan dijalankan dalam upaya peningkatan penjualan terhadap karyawan PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung bagian penjualan.

- 3) Kegiatan sosialisasi terkait dengan strategi peningkatan penjualan dengan bagian penjualan dan bagian pemasaran di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.

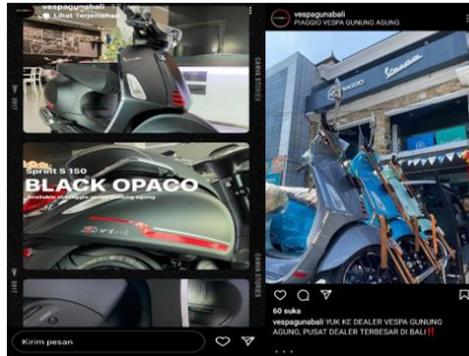
Gambar 2



Gambar 2. Pelaksanaan strategi promosi penjualan melalui sosial media seperti Whatsapp

- 4) Kegiatan promosi melalui sosial media untuk memasarkan unit dan membantu penginputan data konsumen di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.

Gambar 3



Gambar 3. Pelaksanaan strategi promosi penjualan melalui sosial media seperti Instagram.

- 5) Kegiatan pendampingan pelaksanaan kegiatan dalam peningkatan penjualan terhadap bagian pemasaran kepada konsumen di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung.

Gambar 4



Gambar 4. Pelaksanaan strategi promosi penjualan melalui kegiatan kanvasing oleh bagian pemasaran.

Kegiatan upaya peningkatan penjualan saat pandemi covid-19 di PT. MegaTiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung telah berhasil ditingkatkan melalui sosialisasi, pendampingan, pelaksanaan dan pengontrolan.

Gambar 5



Gambar 5. Membantu penginputan data penjualan konsumen.

Tabel 1
Ketercapaian Kegiatan

No.	Jenis Proker	Spesifikasi Kegiatan	Realisasi
1.	Upaya Peningkatan Penjualan Unit Saat Pandemi Covid 19 Pada PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung	1. Strategi promosi penjualan pada sosial media karyawan bagian penjualan.	100%
		2. Strategi promosi penjualan melalui kegiatan kanvasing yang dilakukan karyawan bagian penjualan.	100%
		3. Strategi promosi penjualan melalui kegiatan follow up customer yang sudah pernah melakukan pembelian, untuk ditawarkan promo spesial yang sedang berjalan, yang dilakukan oleh	100%

		karyawan bagian penjualan.	
--	--	----------------------------	--

Sumber: Data diolah

Adapun faktor pendukung keberhasilan kegiatan pengabdian adalah:

1. Manajer penjualan dan karyawan bagian penjualan PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung sangat mendukung kegiatan ini.
2. Adanya pemahaman yang baik dari karyawan bagian penjualan dalam melaksanakan pelatihan yang diberikan.

Sedangkan faktor penghambat kegiatan pengabdian adalah:

1. Banyaknya beban kerja yang dimiliki setiap karyawan sehingga tidak fokus dalam melaksanakan kegiatan.
2. Kurangnya ketrampilan karyawan dalam promosi di sosial media

V. PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan pengabdian yang dilakukan di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung, kemampuan karyawan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, kanvasing dan follow up customer dalam upaya meningkatkan penjualan sepeda motor di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung berhasil dilakukan melalui sosialisasi, pendampingan, pelaksanaan dan pengontrolan. Tujuan dan maksud diadakan Upaya Peningkatan Penjualan di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung yaitu diharapkan dapat meningkatkan penjualan sepeda motor untuk kedepannya walaupun masih dalam kondisi Covid-19 serta selalu memiliki semangat untuk bagian penjualan agar dapat lebih meningkatkan penjualan di tahun berikutnya.

Saran

Berdasarkan pengamatan dan informasi yang diterima dari berbagai pihak, penulis mencoba memberikan saran dan pendapat yang sekiranya dapat dijadikan

bahan pertimbangan untuk pihak perusahaan. Kegiatan upaya peningkatan di PT. Mega Tiara Sinar Abadi Cabang Gunung Agung perlu terus ditingkatkan dengan menjaga semangat karyawan agar bisa selalu mencapai target penjualan yang ditentukan dengan selalu memberikan motivasi kepada seluruh karyawan PT. Mega Tiara Sinar Abadi walaupun saat kondisi Covid-19 seperti ini.

DAFTAR PUSTAKA

- LPPM, 2022. Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Peduli Bencana Covid 19. Pusat Kajian Pemberdayaan Masyarakat dan Kuliah Kerja Nyata. Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Muhammad Ramdan, 2021. Cara Piaggio Indonesia Tetap Eksis di Tengah Pandemi. <https://id.motor1.com/news/499359/piaggio-indonesia-stabil-pandemi/>.
- Profil PT. Tiara Indah Abadi Cabang Gunung Agung, 2016. Profil PT. Tiara Indah Abadi Cabang Gunung Agung. Denpasar. Bali
- Rachmawati, R. (2011). Peranan bauran pemasaran (marketing mix) terhadap peningkatan penjualan (sebuah kajian terhadap bisnis restoran). *Jurnal Kompetensi Teknik*, 2(2).
- Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas. Vespa