



Received : February 08, 2021

Accepted : February 12, 2021

Published : March 03, 2021

Conference on Community Engagement Project  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/concept>

## Penerapan Strategi *Promotion Mix* Pada Toko Christie Collection

Johny Budiman<sup>1</sup>, Patricia<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Internasional Batam

Email: [johny.budiman@uib.ac.id](mailto:johny.budiman@uib.ac.id), [Patriciakhoe@gmail.com](mailto:Patriciakhoe@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh penulis adalah untuk meningkatkan promosi jualan yang belum efektif pada toko Christie Collection yang berlokasi di BCS Mall, Lantai Dasar Blok D8 No.01, Batam. Pengabdian kepada masyarakat ini dimulai pada bulan September 2020 sampai dengan Desember 2020. Penulis melaksanakan survei, observasi dan wawancara terhadap pemilik toko Christie Collection sebagai sistem pengumpulan data pada pengabdian kepada masyarakat ini.

Strategi promosi yang digunakan terhadap toko Christie Collection adalah *Promotion Mix* berupa *Digital Marketing* dengan mendaftarkan toko tersebut di *e-commerce* seperti shopee dan sosial media seperti *instagram* yang bertujuan agar toko Christie Collection lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu, promosi yang digunakan adalah *promotion ads* dimana penulis mempromosikan produk toko Christie Collection dengan menggunakan iklan berbayar di *Instagram*.

Hasil yang didapatkan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah omset dari toko tersebut bertambah 10% dari sebelumnya serta bertambahnya pelanggan baru melalui pendaftaran akun *instagram* toko Christie Collection.

**Kata Kunci :** *Promotion Mix, Digital Marketing, Promotion Ads.*

### Abstract

*The purpose of this community service done by the author is to increase sales and promotion that haven't been very effective on Christie Collection shop located on Ground Floor of the BCS Mall, Blok D8 No. 01 to be exact. This service started from September 2020 until December 2020. The data was collected by surveys, observations, and interviews with the shop owners.*

*The promotional strategy that was used on the shop are promotion mix such as Digital Marketing by registering the shop on some e-commerce sites such as shopee and social media such as Instagram which aim to make the shop better known by*

public. In addition to that, promotion that was used was paid ads to promote the shop's products to the Instagram users.

The results obtained from this community service are that the sales has increased by approximately 10% from the previous period and the addition of new online customers through e-commerce sites.

**Keywords:** promotion mix, digital marketing, promotion ads

## Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang sangat luas untuk keperluan ekonomi. Beberapa daerah di Indonesia ditetapkan sebagai *Free Trade Zone* (FTZ), Seperti Batam, Bintan dan Karimun. *Free Trade Zone* atau Kawasan perdagangan bebas ini diberlakukan pembebasan dari pajak. Pajak yang dibebaskan antara lain bea masuk, bea cukai, dan pajak pendapatan nasional (Zeinudin, 2016). Kota Batam yang termasuk dalam Kawasan perdagangan bebas juga merupakan Kota terbesar di provinsi Kepulauan Riau yang berada dijalur perdagangan internasional sehingga dapat dikatakan bahwa Batam merupakan kota yang strategis. Hal tersebut tentu saja sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain itu, Batam memiliki jarak yang sangat dekat dan berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia, sehingga Kota Batam menjadi salah satu destinasi tujuan wisata bagi warga negara Singapura dan Malaysia yang ingin berwisata dekat dan terjangkau (Teza & Ningsih, 2017).

Bagian yang berperan besar dan mendapatkan keuntungan langsung dari kekhususan kota ini berupa kawasan perdagangan bebas dan destinasi wisata ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM). Maka pemaksimalan fungsi, cara kerja, keuntungan, dan dampak UMKM ini selalu digencarkan oleh pemerintahan Presiden Jokowi dan Kabinet Indonesia Maju-nya

Namun tahun 2020 merupakan tahun yang tidak terkira oleh semua pihak, baik pemerintah maupun masyarakat. Munculnya virus corona yang mengubah aspek semua masyarakat dan beraktivitas menjadi sangat berbeda dari kehidupan normal yang dikenal semua orang. Semua kegiatan masyarakat berubah demi pencegahan penyebaran virus corona yang disebut-sebut berasal dari Kota Wuhan di RRC. Virus ini memukul berat bidang ekonomi khususnya dibidang *tourism* (Amri, 2020). Batam yang tulang punggungnya merupakan perdagangan internasional dengan negara-negara lain dan kawasan wisata tentu ikut memikul berat dampak yang dihasilkan virus ini, lebih khususnya para UMKM yang merupakan inti dari kegiatan ekonomi negara kita. Kegiatan pelaksanaan ekonomi para UMKM pun harus berubah demi menekan penyebaran virus ini, baik dari cara bertransaksi, cara pelaksanaan, maupun higienitas daripada produk-produk yang dihasilkan. Kemudian perubahan

tersebut juga mengakibatkan berbagai dampak terhadap bisnis UMKM, ada yang terdampak secara positif, namun sebagian besar terdampak secara negatif, tidak sedikit juga yang terdampak sampai ke tahap kepailitan.

Salah satu cara untuk meningkatkan omset UMKM diperlukannya sistem pemasaran yang baik. Pemasaran yang sangat efektif yaitu dapat dilakukan dengan metode *sales promotion* dan *advertising*. *Sales promotion* dapat berupa *free ongkir* maupun memberikan diskon dengan minimum pembelian maupun cara lainnya. Tentu saja fungsi dan tujuan utama dari cara tersebut adalah untuk memicu ketertarikan *spend* dari konsumen sehingga menghidupkan kembali kegiatan ekonomi yang juga merupakan tujuan utama dari semua program yang diberlakukan pemerintah. Sedangkan untuk *advertising*, cara yang juga efektif dapat dilakukan dengan bantuan *influencer* maupun *promotion ads* yang terdapat pada *Instagram* maupun berbagai cara lainnya

Salah satu UMKM yang akan di teliti adalah Toko Christie Collection. Toko *Christie Collection* merupakan usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang *collection* sejak tahun 2017 oleh Bapak Ajarman. Toko tersebut menjual berbagai produk seperti tas, dompet, koper, tali pinggang, dan lain-lain. Namun dikarenakan minimnya pengetahuan dalam pemasaran oleh orang awam dan persaingan yang semakin sengit, toko tersebut kurang dikenal oleh

masyarakat yang selanjutnya berdampak pada *profit* penjualannya yang rendah. Oleh sebab itu, maka penulis akan mengimplementasikan strategi *sales promotion and advertising* dengan judul **“Penerapan Strategi *Promotion Mix* pada counter *Christie Collection*”**. Kerja Praktek ini dilaksanakan untuk meningkatkan penjualan atau omset pada toko tersebut dan agar toko tersebut lebih dikenal oleh masyarakat.

### Metode

Metode yang dilakukan dalam kerja praktek adalah dengan mengumpulkan data berupa wawancara (*face to face interview*) dan observasi di Toko Christie Collection (Hasanah, 2017). Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dan merumuskan masalah di Toko Christie Collection. Observasi dilakukan dengan berkunjung ke lokasi Toko Christie Collection untuk melakukan pengamatan mengenai permasalahan yang dialami oleh Toko tersebut.

### Pembahasan

#### Perancangan Luaran Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, maka penulis akan menerapkan perancangan sistem pada Toko Christie Collection dengan beberapa metode *promotion mix*. Berikut merupakan metode yang akan dilakukan pada Toko Christie Collection:

1. Mendaftarkan *facebook* dan *Instagram* baru untuk Toko Christie Collection. Pembuatan

*facebook* dan *Instagram* berfungsi untuk mempromosikan usaha Toko Christie Collection. Melalui akun ini, pemilik usaha dapat melakukan promosi seperti *Instagram ads* kapan saja yang dapat diakses oleh siapa saja.

- Membuatkan alamat email yang dilakukan sebagai alat komunikasi antara pemilik dengan konsumen dan untuk mendaftarkan Toko Christie Collection dalam *platform e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*.
- Menggunakan metode *sales promotion* dimana konsumen yang membeli di *platform e-commerce* *Shopee* maupun *Tokopedia* akan mendapatkan voucher free ongkir dan jika orderan lebih 3 akan mendapatkan potongan 10%.

### Proses Implementasi Luaran

Setelah penulis merancang sistem yang dibuat untuk kerja praktek mengenai strategi pemasaran melalui metode *promotion mix*, maka penulis akan mengimplementasikan langsung dalam Toko Christie Collection. Promosi yang sudah dilakukan penulis selama kerja praktek berlangsung adalah membuat akun sosial media seperti *Instagram* dan mendaftarkan Toko Christie Collection dalam *platform e-commerce* seperti *Shopee* dan *Tokopedia*. Selain itu, penulis juga menggunakan iklan berbayar di *Instagram* agar Toko Christie Collection lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Berikut tahap penerapan *Promotion Mix* pada Toko Christie Collection, yaitu:

#### 1. Implementasi Tahap Pertama

Pada tahap awal implementasi, yang dilakukan penulis adalah mendaftarkan akun *Instagram* sebagai alat promosi untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen dan mendapat konsumen baru.

#### Gambar 1

Membuat akun *Instagram* Toko Christie Collection



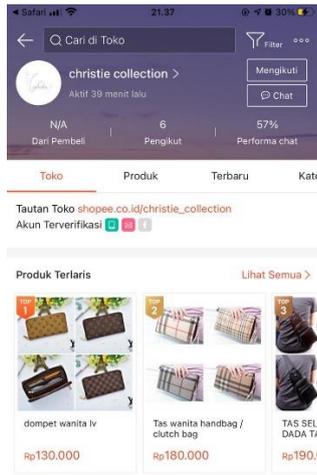
Sumber : Penulis (2020).

#### 2. Implementasi Tahap Kedua

Selanjutnya penulis mendaftarkan Toko Christie Collection pada *platform* *Shopee* dimana penulis memposting foto produk dari Toko Christie Collection seperti Tas, Dompot, dan lain-lain.

**Gambar 2**

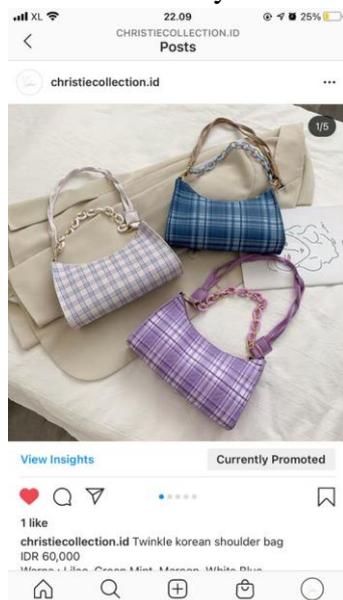
Mendaftarkan Toko Christie Collection pada *e-commerce Shopee*.

**3. Implementasi Tahap Ketiga**

Pada tahap ketiga ini yaitu memasang iklan produk di *Instagram* atau yang dapat disebut dengan *Promotion ads*. Iklan di *Instagram* merupakan promosi berbayar dimana kita dapat mempromosikan produk kita agar dapat mendapat pelanggan dan lebih dikenal oleh masyarakat.

**Gambar 3**

Melakukan *promotion ads* di *Instagram* secara berbayar.

**Kondisi Setelah Implementasi,**

Setelah melakukan implementasi di Toko Christie Collection, maka berikut adalah hasil yang di peroleh :

1. Toko Christie Collection dapat berkomunikasi dengan konsumen melalui *Instagram*, selain itu konsumen Toko Christie Collection juga dapat memposting produk baru nya langsung di *Instagram*.
2. Konsumen dapat langsung berbelanja di Toko Christie Collection dengan menggunakan *shopee* dimana *shopee* merupakan sebuah *platform ecommerce* yang terverifikasi sehingga Toko Christie Collection memposting produk dan harga yang pasti di *platform* tersebut.
3. Dengan memasang iklan di *Instagram*, maka *engagement* pada Toko Christie Collection juga bertambah, sehingga bertambahnya konsumen yang ingin berbelanja di Toko Christie Collection.
4. Menurut pemilik toko, setelah penulis mengimplementasikan strategi sistem promosi, omset yang didapatkan pada Toko Christie Collection sebesar 8-10%.

**Kesimpulan**

Melalui hasil kegiatan wawancara dan pengamatan yang dilakukan, kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah:

1. Toko Christie Collection merupakan toko yang berdiri sejak 2017 di BCS Mall. Tetapi pendapatan yang diterima oleh

Toko Christie Collection sangat sedikit dikarenakan Toko Christie Collection sebelumnya tidak pernah menerapkan sistem promosi sehingga konsumen yang datang hanya konsumen yang sering membeli tas dan tidak ada konsumen baru yang datang untuk membeli tas.

2. Dengan adanya akun sosial media seperti *Instagram*, memudahkan Toko Christie Collection dalam mempromosikan tokonya kapan saja dan dimana saja.
3. Melaksanakan bauran promosi yaitu periklanan dimana Toko Christie Collection membuat *promotion ads* di *Instagram* yang berbayar dengan tujuan agar toko tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas.
4. Penggunaan pada *platform e-commerce* seperti *Shopee* juga sangat berpengaruh pada Toko Christie Collection, dimana pelanggan dapat langsung membeli produk secara cepat.
5. Meningkatnya pendapatan pada Toko Christie Collection setelah melakukan promosi dan mendaftarkan toko tersebut di sosial media dan *e-commerce*.

### Saran

Setelah melakukan riset yang dilakukan Bersama pemilik Toko Christie Collection selama kerja praktek, Adapun masukan yang dapat memacu usaha Toko Christie Collection lebih maju, yaitu :

1. Mengembangkan promosi yang telah dibuat oleh penulis selama melakukan kerja praktek di Toko

Christie Collection agar dapat bersaing dengan usaha bisnis lain yang menggunakan sosial media seperti media sosial.

2. Pemilik diharapkan selalu *update* produk baru di sosial media dan *e-commerce* agar konsumen dapat mengetahui produk baru pada Toko Christie Collection.
3. Berdasarkan segi produk sebaiknya dapat selalu menambah produk baru sehingga dapat menarik perhatian konsumen.

### Daftar Pustaka

- Amri, A. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Brand*, 2(1), 147–153. [https://www.academia.edu/42672824/Dampak\\_Covid-19\\_Terhadap\\_UMKM\\_di\\_Indonesia](https://www.academia.edu/42672824/Dampak_Covid-19_Terhadap_UMKM_di_Indonesia)
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Teza, S. D., & Ningsih, D. (2017). Analisis Implementasi Transfer Pricing Antar Perusahaan Yang Memiliki Hubungan Istimewa Di Batam dan Singapura. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 27–38.
- Zeinudin. (2016). Praktek Otonomi Daerah di Batam : Dinamika dan Permasalahan Penerapan Kebijakan Free Trade Zone (FTZ). 6, Juni 2016, 1. <http://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/semnas/artic>

[e/view/2173](#)