



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>

Penyusunan Strategi Pemasaran Digital Dan Pelatihan Pada Toko Amanda Tupperware

Lita Christina¹, Denny Metta Junite²

Universitas Internasional Batam

Email korespondensi: Lita.christina@uib.ac.id, dennymetta769@gmail.com

Abstrak

Kerja Praktek penulis dilaksanakan di Toko Amanda Tupperware yang beralamat di Ruko Tri Karsa Blok F No 10, Batam. Dengan menggunakan strategi promotion mix. Promotion Mix adalah strategi penjualan yang telah dilakukan untuk mempromosi barang sehingga dapat meningkatkan penjualan. Kegiatan kerja praktek dilakukan mulai dari Oktober 2020 hingga Januari 2021.

Metode yang digunakan penulis untuk kerja praktek ini yaitu dengan cara mewawancarai dan observasi di Toko Amanda Tupperware serta membuat promosi untuk Toko Amanda Tupperware dengan membuat periklanan instagram dan facebook serta membuat website agar banyak dikenal oleh orang-orang.

Kata Kunci: Toko Amanda Tupperware, Promotion Mix, Periklanan, Website.

Abstract

The author's practical work was carried out at Amanda Tupperware's shop, which is located at Ruko Tri Karsa Blok F No. 10, Batam. By using the promotion mix strategy. Promotion Mix is a sales strategy that has been carried out to promote goods to increase the product sales. Practical work activities will be carried out from October 2020 to January 2021.

The method used by the author for this practical work is by interviewing and observing at the Toko Amanda Tupperware and making promotions for Toko Amanda Tupperware by creating Instagram and Facebook advertisement and creating a website so that people will mention it.

Keywords: *Toko Amanda Tupperware, Promotion Mix, Advertisement, Website*

Pendahuluan

Toko Amanda Tupperware adalah UMKM yang menjual wadah / botol tupperware yang didirikan pada tahun 2015. cara Toko Amanda Tupperware menganalisa pasar yang masih kurang / belum pernah dilakukan, akibatnya sering terjadi adanya penurunan penjualan / ketidakpuasan konsumen terhadap

toko Amanda. Disini promotion mix sangat berperan penting dalam suatu toko maupun usaha yang menengah kebawah, dengan adanya strategi penjualan dapat membantu agar usaha semakin baik dan terstruktur serta untuk omset perusahaan juga akan ikut naik. Adapun upaya-upaya sebelumnya yang pernah dilakukan oleh pemilik Toko Amanda

Tupperware yaitu merekrut salesman untuk ke toko-toko untuk menawarkan produk, namun hal tersebut sangat memakan waktu dan orang yang mendapatkan promosi dari *salesman* juga terbatas.

Tujuan proyek ini untuk menganalisa dan mengimplementasikan cara promosi yang berguna bagi toko Amanda agar toko Amanda Tupperware lebih dikenal oleh para orang sehingga dapat diimplementasikan dalam jangka panjang dan tujuan utama disini adalah membantu toko Amanda Tupperware mencapai omset hingga 20% dari penjualan sebelumnya.

Masalah

- (1) Masalah yang dihadapi oleh Toko Amanda Tupperware yaitu penjualan yang dilakukan hanya dipromosi oleh sales dengan cara *door to door*, sehingga penjualan di Toko Amanda Tupperware kurang laku dan kurang dikenali oleh orang-orang.
- (2) Toko Amanda Tupperware telah menerapkan promosi penjualan tupperware dari sales sebelumnya, tetapi kurang efisien karena sales hanya dapat mempromosi *door to door* sehingga penjualan kurang maksimal dan pelanggan juga terbatas serta sekarang dengan adanya corona, banyak toko yang tidak beroperasi.

Metode

- (1) Metode yang digunakan penulis yaitu membahas dengan pihak Toko Amanda Tupperware mengenai masalah yang terkait, setelah itu, merancang strategi untuk mengembangkan usaha Amanda Tupperware dengan cara mengimplementasikan *promotion mix* yang terdiri dari

advertising yang dilakukan dengan mempromosi produk dengan cara membuat akun di facebook dan instagram untuk mempromosikan produk Toko Amanda Tupperware, membuat website mengenai Amanda Tupperware dengan desain yang menarik. Selanjutnya membuat promo / diskon untuk pelanggan yang telah belanja produk Amanda Tupperware agar terjadinya *repurchase*.

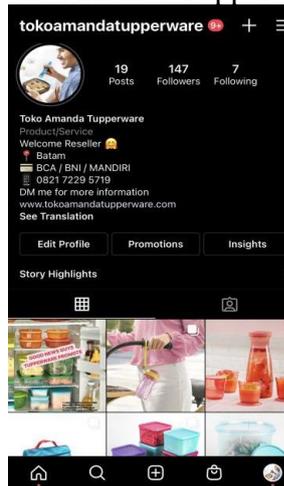
- (2) Toko Amanda Tupperware didirikan oleh Selly pada tahun 2015. Toko tersebut yang beralamat di Ruko Tri Karsa Blok F No. 10, Batam dengan jumlah karyawan sebanyak 5 orang. Kegiatan dilakukan dari bulan Oktober 2020 hingga Januari 2021

Pembahasan

Menjelaskan dan menguraikan tentang:

- (1) Implementasi penulis dilakukan di Toko Amanda Tupperware yang beralamat di Ruko Tri Karsa Blok F No 10 pada bulan Oktober 2020 - Januari 2021 dengan melakukan strategi *promotion mix* dengan mempromosikan botol ataupun wadah yang ada di Toko Amanda Tupperware melalui periklanan di facebook dan instagram, mengadakan diskon / promosi dalam pembelian tupperware serta membuat website agar lebih dikenal orang.
- (2) Luaran Kegiatan
 1. Periklanan, periklanan dapat dilakukan dengan cara membuat akun instagram dan facebook dengan cara membuat *advertisement* facebook dan instagram untuk

mempromosikan produk di toko Amanda Tupperware

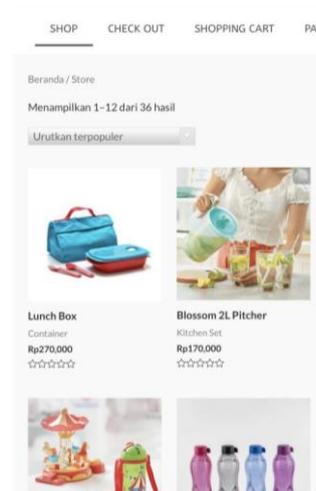
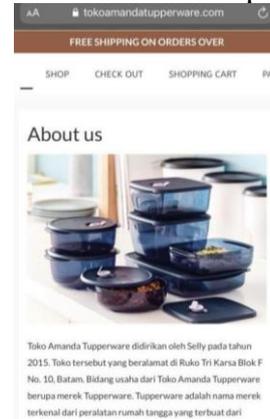


2. *sales promotion* dengan mengadakan promo / diskon untuk produk Toko Amanda Tupperware dengan minimal pembelian Rp. 200,000 akan mendapatkan botol eco tupperware yang setinggi 500ml, minimal pembelian Rp. 300,000 akan mendapatkan voucher belanja sebesar Rp. 100,000



3. *online Marketing* yang berupa website ataupun webpage yang terdapat beberapa halaman, untuk halaman pertama ada sejarah / produk toko Amanda, spesifik toko dari tahun berdirinya hingga jam operasional toko dan size tupperware, halaman kedua ada tertera harga tupperware dari yang terlaris, yang harga terendah hingga yang tertinggi, ada shopping cart dimana

dapat menginput barang yang mau dibeli namun belum melakukan pembayaran dan ada *payment method* yang tercantum dimana pembeli akan submit bukti pembayaran.



- (2) Keunggulan dari luaran yaitu agar lebih banyak orang yang mengetahui Toko Amanda Tupperware serta lebih gampang melakukan pembayaran. Adapun kelemahan dari luaran yaitu awal promosi akan mengeluarkan biaya promosi, adanya ketidakpastian barangnya akan terjual atau tidak. Fokus utama yaitu agar Toko Amanda Tupperware lebih di kenal orang sehingga dapat meningkatkan penjualan.

Simpulan

- (1) Berhasil membuat website untuk mempromosikan Toko Amanda Tupperware. Terlampir link: <https://www.tokoamandatupperware.com/about-us/>
- (2) Mendapatkan lebih banyak konsumen dari sebelumnya.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philips., Armstrong. Principle of Marketing
- Budianto, dkk. (2020). Promotion Mix Individual Internal Environment, And Purchase Decision Making In Minimarket
<http://journal.feb.unpad.ac.id/index.php/jbm/article/download/371/135>
- Amri, Andi. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand/article/download/605/441/>
- Milzan Dkk. (2020). Corona Virus Pandemic Impact on Sales Revenue of Micro Small and Medium Enterprose (MSME)'s in Pelakongan City, Indonesia
<https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jvsar/article/download/7600/4028>
- Maulani, Terra. (2020). The Effectiveness of Promotion Mix Toward Image of The Thematic Day in Bandung
<http://ijbel.com/wpcontent/uploads/2017/05/BUS-20.pdf>