

# Pendampingan Pkm Dalam Promosi Usaha Jasa Dekorasi

**Imam Bintoro<sup>1</sup>, Rita Kusumawati<sup>2</sup>.**

*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, 55183  
Email: penulis pertama@address.com  
DOI: 10.18196/ppm.44.783*

## Abstrak

*Program pengabdian ini bertujuan untuk membantu mitra yaitu Princess Decoration untuk memperluas pasarnya melalui optimalisasi strategi pemasaran dan manajemen usaha. Usaha jasa dekorasi Princess Decoration termasuk usaha yang baru pada tahap pengenalan karena baru didirikan sejak bulan Juni 2020. Usaha yang cenderung baru didirikan ini menghadapi beberapa permasalahan yaitu: masih kurangnya peralatan dekorasi yang dimiliki, masih terbatasnya pasar dan media promosi yang belum dikelola secara optimal. Metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut adalah: FGD, pelatihan dan pendampingan, serta pengadaan alat. Hasil yang didapatkan dari program ini adalah: alat dekorasi yang dimiliki bertambah, media promosi yang dikelola dengan optimal, pendapatan mitra bertambah, serta bertambahnya keterampilan dan pengetahuan mitra dalam dekorasi maupun dalam pelayanan.*

*Kata Kunci: ekonomi kreatif, jasa dekorasi, strategi pemasaran.*

## Pendahuluan

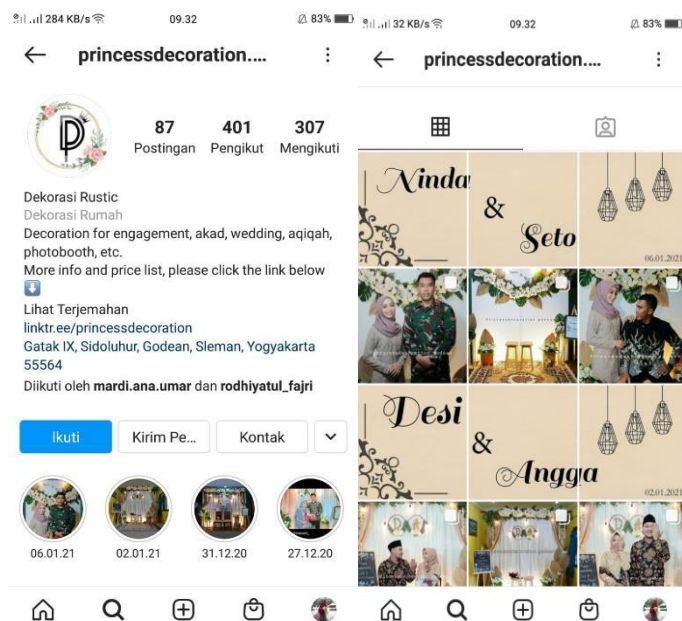
Mitra dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah *Princess Decoration* yang didirikan pada bulan Juni 2020 dengan modal awal Rp. 3.500.000,00. Alamat usaha mitra di Gatak RT 02 RW 21, Sidoluhur, Godean, Sleman, Yogyakarta. Usaha ini dirintis oleh 4 orang sahabat yang memiliki keinginan untuk berwirausaha dalam bidang jasa dekorasi. Produk/jasa yang ditawarkan mitra adalah dekorasi *engagement*, dekorasi *simple wedding*, akad, aqiqah, dan *photobooth*. Produk yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah dekorasi *engagement* (tunangan). Harga dekorasi mulai Rp. 500.000,00 keatas tergantung permintaan konsumen akan bentuk dekorasinya.

Dalam mempromosikan usaha jasa dekorasinya, mitra selama ini menggunakan metode dari mulut ke mulut (*words of mouth*) dan juga melalui media sosial, yaitu instagram. Promosi usaha dengan *words of mouth* (WOM) sangat efektif dan efisien untuk menimbulkan minat beli konsumen (Suhendra, 2017). Namun ketika tidak diikuti dengan penggunaan aplikasi *online* seperti jejaring sosial (FB dan IG) ataupun *Google Business*, eskalasi penjualan tidak dapat dihasilkan dengan cepat. Promosi melalui media sosial terutama instagram dipandang efektif pada kondisi saat ini dimana setiap orang lebih banyak mengakses media sosial dibandingkan dengan tv atau radio. Promosi melalui instagram juga cocok bagi usaha yang target pasarnya usia muda. Menurut Purbohastuti (2017) promosi melalui media sosial terutama instagram lebih efektif karena mudah dilakukan, bisa dari mana saja, selalu *update*, dan lebih luas *market share*nya.



Gambar 1. Contoh hasil jasa dekorasi *engagement*

Akun Instagram yang dimiliki mitra jumlah pengikut (*follower*) masih sedikit yaitu 401 pengikut. Perlu dilakukan strategi dan upaya untuk menambah pengikut di Instagram sehingga konten promosi yang disampaikan bisa dilihat banyak orang. Selain itu, perlu ditentukan admin akun Instagram yang tetap agar konten promosi yang disampaikan melalui Instagram bisa teratur. Selama ini, akun Instagram mitra dipegang oleh keempat pemilik dan dikelola secara sampingan.



Gambar 2. Instagram Princess Decoration

Sebagaimana umumnya usaha yang baru dijalankan, *Princess Decoration* masih dalam tahap pengenalan dimana usahanya belum banyak dikenal masyarakat atau pasar masih terbatas. Secara rinci permasalahan yang dihadapi mitra adalah:

a. Permasalahan Produksi/Operasional

Dalam permasalahan produksi/operasional, mitra masih memiliki peralatan dekor yang terbatas sehingga seringkali tidak bisa memenuhi permintaan calon konsumen. Akibatnya, calon pengguna jasa dekorasi tersebut pindah ke usaha yang menawarkan jasa sejenis.

b. Permasalahan Pemasaran

Usaha ini masih cenderung baru sehingga pasarnya masih terbatas. Untuk mempromosikan jasa dekorasi mitra selama ini mengandalkan metode “getok tular” atau *word of mouth*. Mitra sudah memiliki media sosial yaitu instagram untuk mempromosikan jasa dekorasinya, namun belum dikelola secara optimal.

c. Permasalahan Manajemen.

Permasalahan di bidang manajemen dalam usaha ini adalah masih dijalankan oleh pemilik sebagai usaha sampingan karena masing-masing pemilik memiliki aktivitas utama yang lain. Karena usaha sampingan, pemilik belum fokus untuk mengembangkan usahanya agar lebih besar. Disamping itu, keterampilan untuk mendekor juga perlu ditingkatkan agar hasilnya lebih memuaskan konsumen.

### Metode Pelaksanaan

Program pengabdian dilaksanakan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. *Focus Group Discussion* terkait program pemasaran yang akan dijalankan mitra;
2. Pelatihan Pelayanan Prima;
3. Pembuatan konten promosi berupa *flyer*, foto, dan video;
4. Pengadaan alat dekorasi, serta
5. Pendampingan pemasaran, manajemen usaha, dan pelayanan prima.

### Hasil dan Pembahasan

Berikut ini adalah uraian hasil pelaksanaan dan pembahasan program pengabdian pada usaha jasa dekorasi “Princess Decoration”.

#### *Focus Group Discussion* (FGD)

FGD dilakukan pada tahapan awal yang ditujukan untuk menggali permasalahan yang dihadapi mitra serta solusi yang memungkinkan untuk dilakukan. FGD dilakukan secara *online* yang diikuti oleh tim pengabdian masyarakat dan 4 orang pemilik *Princess Decoration*. Usaha dekorasi yang dijalankan mitra memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Selama ini, mitra hanya melayani jasa dekorasi untuk acara pertunangan, bisa dikembangkan ke jasa dekorasi acara lainnya seperti pernikahan dan lain lain.

#### Pelatihan Pelayanan Prima

Pelayanan prima merupakan upaya instansi, organisasi, atau penyedia barang dan jasa menyampaikan informasi, pelayanan, dan produk itu sendiri kepada konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai. Bagi usaha yang bergerak dibidang jasa, memberikan pelayanan prima kepada konsumen sangat perlu dilakukan. Ada beberapa manfaat yang didapatkan dari pelayanan prima ini, diantaranya adalah memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada konsumen, sebagai upaya menjaga loyalitas dan tingkat retensi konsumen, membantu konsumen dalam mengambil keputusan saat bertransaksi, mempermudah konsumen untuk memahami produk yang dijual, dan menghindari adanya penyelewengan wewenang kepada konsumen.

Pelatihan Pelayanan Prima dilaksanakan secara *offline* dihadiri oleh tim dan mitra yang berjumlah 4 orang. Metodenya dengan penyuluhan dan diskusi tentang manfaat dan tujuan

pelayanan prima, fungsi pelayanan prima, tolak ukur, dan tips melakukan pelayanan prima.



Gambar 3. Pelatihan Pelayanan Prima

### Pelatihan Manajemen Usaha dan Promosi

Pelatihan manajemen usaha dilakukan dengan metode penyuluhan dan diskusi tentang aspek manajemen usaha yang terdiri dari aspek pemasaran, aspek produksi/operasional, aspek sumber daya manusia, dan aspek keuangan. **Pemahaman tentang manajemen usaha penting bagi UMKM dengan manajemen usaha yang baik. Perusahaan lebih cepat berkembang dan memudahkan pengelolaan bisnis. Selain itu, perusahaan lebih cepat dapat keuntungan bisnis semaksimal mungkin. Pengelolaan manajemen usaha dibutuhkan UMKM agar usaha memiliki arah dalam menjalankan usaha, terukur, dan terencana dengan baik.**

Selain materi tentang manajemen usaha, mitra juga diberikan materi terkait promosi usaha. Bagi usaha yang cenderung baru dijalankan, dimana belum banyak yang mengenal produk/jasanya, pasar masih sangat terbatas, kegiatan promosi mutlak untuk dilakukan. **Dalam pelatihan tersebut,** materi yang diberikan meliputi manfaat penting promosi bagi usaha, macam-macam media promosi, promosi digital, dan media sosial sebagai media promosi usaha. Metode pelatihan yang dilakukan adalah penyuluhan, diskusi, dan demonstrasi. Narasumber terlebih dahulu menjelaskan materi, kemudian diskusi dilanjutkan dengan demonstrasi cara melakukan promosi melalui media sosial (instagram)

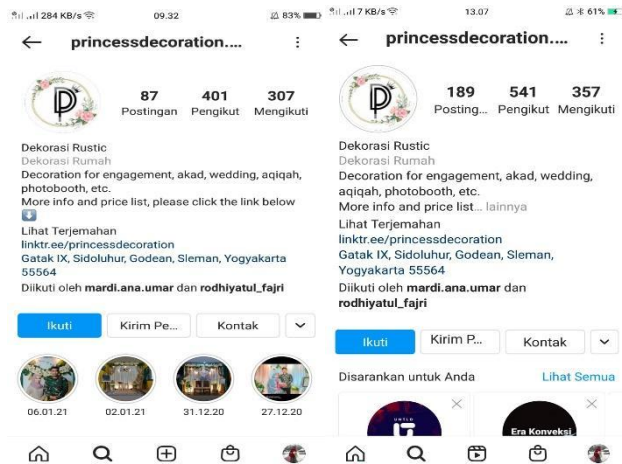


Gambar 4. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pendampingan Promosi

### Gambar 4. Pelatihan Manajemen Usaha dan Pendampingan Promosi Pembuatan Konten Promosi

Pembuatan konten promosi usaha jasa dekorasi berupa flyer, foto produk, video promosi, dan tiktok. Pembuatan konten ini dilakukan oleh mitra di bawah arahan tim pengabdian. Konten

tersebut kemudian diunggah dimedia sosial yang dimiliki mitra dengan *link* sebagai berikut: [https://instagram.com/princessdecoration.godean?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/princessdecoration.godean?utm_medium=copy_link)



Gambar 5. Tampilan IG sebelum dan sesudah pendampingan

Dari gambar 5 bisa dilihat adanya perubahan sebelum dan setelah pendampingan dilakukan. Setelah pendampingan, mitra semakin rajin *upload* konten di instagram yang dimiliki, dari awalnya hanya 87 postingan sekarang menjadi 189 postingan. Selain itu, jumlah *pengikutnya* bertambah dari 401 menjadi 541 (ada kenaikan sebesar 35%). Konten promosinya juga semakin variatif dan menarik.

### Pengadaan Alat Dekorasi

Dalam program pengabdian ini, tim juga memberikan bantuan hibah peralatan dekorasi untuk menunjang tambahan permintaan jasa dekorasinya dibutuhkan peralatan serta perlengkapan tambahan.



Gambar 6. Serah terima barang hibah

### Pendampingan Pemasaran, Manajemen Usaha dan Pelayanan Prima

Pada tahap ini dilakukan pendampingan apakah teori-teori yang sudah disampaikan pada tahap diskusi dan penyuluhan sudah benar-benar diterapkan oleh mitra. Pendampingan dilakukan secara *offline* dan juga *online*.

## **Simpulan**

Kesimpulan dari program pengabdian ini adalah:

1. Semua kegiatan berjalan lancar tanpa kendala yang berarti.
2. Program pengabdian ini menumbuhkan semangat mitra untuk mengembangkan usahanya.
3. Terbentuknya pemahaman mitra terkait pengelolaan usaha secara profesional.
4. Terbangunnya kesadaran mitra untuk mengoptimalkan media sosial untuk promosi usaha.

## **Ucapan Terima Kasih**

Pada kesempatan ini kami menyampaikan **terima kasih** kepada:

1. LP3M UMY yang mendanai program pengabdian ini.
2. *Princess Decoration* selaku mitra dalam program ini.
3. Semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan program pendampingan ini.

## **Daftar Pustaka**

Suhendra. (2017). Efektivitas Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Jigar Fruit Salad Di Plaza Semanggi. *Jurnal Visi Komunikasi Vol 14 No 1*, 117-131.