

## ***Marketing Strategy Assistance at the Puri Kawan Collection Singaraja Store***

### **Pendampingan Strategi Pemasaran Di Toko Puri Kawan Collection Singaraja**

**Ni Made Sri Ayuni<sup>a\*</sup>, Ni Luh Putu Sri Yulita Dewi<sup>b</sup>,  
Gede Widiadnyana Pasek<sup>c</sup>**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma<sup>a,b,c</sup>

[\\*nimadesriayuni90@gmail.com](mailto:nimadesriayuni90@gmail.com)

#### ***Abstract***

*The problems experienced by partners from their marketing strategy, namely Toko Puri Kawan Collection Singaraja, do not yet have a maximum marketing strategy, of course, nowadays social media in business is very important to be made and included to build wider. The existence of the Puri Kawan Collection Singaraja Store on the internet and also to help increase the number of people's interest in buying. In addition, the aspect of product arrangement at the Puri Kawan Collection Singaraja Store is still not well organized. The product layout does not pay attention to the elements of type grouping, and the use of goods. For these problems, partners are given guidance and advice on marketing strategies to the owner and each head of the Singaraja branch of Toko Puri Kawan, that marketing strategy is important in running and developing a business in the future. Then provide guidance on how to arrange products, especially by paying attention to products made in accordance with the order and type of goods. The results of this field work practice 1) Knowledge of the importance of Marketing Strategy and the use of media maximally social. Already able to create content about the products being sold, already understand how to cooperate regarding endorsements, 2) Knowledge of how to arrange products that are good, correct and attract buyers' interest.*

**Keywords :** Marketing Strategy, Mentoring, Puri Kawan Shop

#### **Abstrak**

Permasalahan yang dialami mitra dari strategi pemasarannya yaitu Toko Puri Kawan Collection Singaraja belum memiliki strategi pemasaran yang maksimal, tentunya dijamin sekarang ini social media dalam usaha sangat penting dibuat dan dicantumkan untuk membangun lebih luas. Keberadaan Toko Puri Kawan Collection Singaraja di internet dan juga untuk membantu menaikkan jumlah minat masyarakat untuk membeli. Selain itu Aspek penataan produk Toko Puri Kawan Collection Singaraja masih kurang tertata rapi. Tata letak produk belum memperhatikan unsur pengelompokan jenis, dan kegunaan barang. Atas permasalahan tersebut, mitra diberikan pembinaan dan saran terhadap strategi pemasaran kepada owner dan masing-masing kepala cabang Toko Puri Kawan cabang Singaraja, bahwa strategi pemasaran itu penting dalam menjalankan dan mengembangkan suatu bisnis untuk kedepannya. Kemudian Memberikan Pembinaan terhadap cara penataan produk, terutama dengan memperhatikan produk barang yang di buat sesuai dengan tatanan dan jenis barang. Hasil dari kegiatan praktek kerja lapangan ini 1) Pengetahuan tentang pentingnya mengenai Strategi Pemasaran dan pemanfaat media social dengan maksimal. Sudah bisa dalam membuat konten mengenai produk yang dijual, sudah mengerti cara bekerjasama terkait endorsmen, 2) Pengetahuan tentang terdapat cara Penataan Produk yang baik, benar dan menarik minat pembeli.

**Kata Kunci :** Strategi Pemasaran, Pendampingan, Toko Puri Kawan

## 1. Pendahuluan

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat, memiliki dampak yang luas disegala bidang. Salah satu bidang yang paling terkenadampaknya adalah sektor perekonomian. Bidang perekonomian memegang peranan penting dalam menunjang bidang-bidang yang lainnya, baik itu dalam aspek sosial, politik, pemerintahan, pertahanan dan keamanan serta kesejahteraan masyarakat. Pelaksanaan magang ini dilaksanakan di Toko Puri Kawan Collection Singaraja. Semua kegiatan operasional dilakukan bekerja sama dengan semua pihak. Dalam hal tanggung jawab dan kegiatan, mahasiswa peserta magang ditugaskan membantu bagian dimana peserta magang ditempatkan. Disini penulis ditempatkan pada Bagian Marketing. Perusahaan sebagai pelaku dunia usaha dituntut harus mampu mengembangkan suatu rencana strategis pengembangan usaha terutama dalam menyikapi persaingan yang terjadi, untuk untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dalam skala jangka pendek, jangka menengah maupun jangka panjang.

Melalui magang mahasiswa diharapkan memperoleh pengalaman tidak hanya yang didapatkan melalui aktivitas kerja yang dialami, melainkan juga melalui pengamatan. Pengamatan terhadap lingkungan kerja dan aktivitas – aktivitas lainnya, akan merangsang tumbuhnya pemahaman mahasiswa atas kondisi instansi/perusahaan sehingga mempercepat daya adaptasi dan meminimalkan kejutan budaya kerja selama melakukan magang. Selain itu, magang ditujukan untuk melatih kemampuan mahasiswa dalam berkomunikasi serta bekerja sama dengan orang lain. Kegiatan yang dilakukan pada Toko Puri Kawan Collection Singaraja ini, memiliki berbagai aktifitas proses bisnis yang terjadi dan mengalami beberapa kendala dan hambatan yang menjadikan adanya kesulitan dalam menjalankan beberapa proses bisnis yang ada. Toko Puri Kawan Collection Singaraja ini bergerak dibidang pakaian pria dan wanita mulai dari usia balita hingga dewasa, aksesoris, busana adat, kosmetik, sepatu dan lainnya. Puri Kawan ini sudah memiliki banyak cabang di Pulau Bali dan tersebar di setiap Kabupaten yang ada di Bali mulai dari Ubud, Singaraja, Denpasar, Gianyar dan masih banyak lagi.

## 2. Metode

Pelaksanaan pembinaan di Toko Puri Kawan memiliki beberapa tahapan dan berbagai metode pelaksanaan. Berikut beberapa tahapan pelaksanaan dan metode yang dilakukan :

### Tahap Persiapan

Pada tahap ini saya telah berkoordinasi dan memberikan surat permohonan izin untuk melaksanakan pembinaan dengan mitra atau pemilik Puri Kawan Collection Singaraja. Pada tahap ini diawali dengan menjelaskan tujuan dari adanya pembinaan ini, setelah diberikan izin untuk melaksanakan pembinaan di Puri Kawan Singaraja Collection Singaraja, selanjutnya penulis melakukan observasi lapangan secara langsung untuk mengetahui bagaimana bisnis berlangsung, dari mulai Produk apa saja yang dijual, jumlah karyawan, kegiatan karyawan, strategi pemasaran, serta masalah yang ada di Puri Kawan Collection Singaraja. Selanjutnya yaitu tahapan wawancara dimana pada tahap ini penulis melakukan wawancara dimulai dari sejarah berdirinya usaha ini dan juga kendala yang dihadapi selama

Puri Kawan Collection Singaraja ini berlangsung. Ada dua kendala yang penulis temukan yaitu dari Strategi Pemasaran dan juga Penataan Produk. Dalam strategi pemasaran yaitu pemilik usaha belum mempergunakan media sosial secara maksimal dengan cara membuat konten yang menjelaskan tentang produk apa saja yang dijual, promo, dan lainnya, selain itu penting juga untuk melakukan review

Toko atau memberikan endorse kepada selebgram atau *influencer* untuk mempromosikan Puri Kawan *Collection* Singaraja. Dalam menarik pembeli, tentunya penataan produk menjadi salah satu pengunjung agar tertarik dalam membeli produk yang dijual dan dipajang sesuai tata *layout* yang sudah disepakati dan pastinya yang menarik.



Gambar 1. Wawancara dan Koordinasi

Selanjutnya penulis berkoordinasi kepada pemilik Puri Kawan Collection Singaraja terkait pelaksanaan kegiatan pembinaan dan diputuskan pelaksanaannya pada hari Senin tanggal 18 Juli 2022 pembinaan Strategi pemasaran dan Selasa tanggal 19 Juli 2022 pembinaan tentang Penataan Produk yang akan dimulai pada pukul 09.00 Wita-Selesai. Setelah selesai melakukan observasi dan wawancara, penulis mempersiapkan saran dan prasarana yang dibutuhkan untuk melaksanakan pembinaan Toko Puri Kawan Collection Singaraja. Dari membuat akun Facebook Bisnis, dan merapikan atau menata barang-barang sesuai dengan jenisnya.

### **Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap ini penulis mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam pembinaan Puri Kawan Collection ini. Pada tahap strategi pemasaran penulis sudah memberikan beberapa saran terhadap Strategi Pemasaran yang antara lain yaitu ; Membuat suatu konten promosi yang berisikan informasi terkait produk apa saja yang dijual oleh Puri Kawan Collection Singaraja, barang terbaru, diskon terkini dan masih banyak lainnya. Selain itu bisa melakukan kerjasama dengan media atau influencer terkait mempromosikan produk yang dijual di Puri Kawan *Collection* Singaraja. Pembinaan ini dilaksanakan pada Hari senin, 18 Juli 2022.



Gambar 2. Pembinaan strategi pemasaran

Selanjutnya setelah melakukan pembinaan terkait Strategi pemasaran dan sudah melakukan tanya jawab. Pada hari Selasa 19 Juli 2022 pada pukul 09.00 Wita, dilanjutkan dengan pelatihan Penataan Produk yang memberikan masukan terkait pentingnya penataan produk dalam menarik minat konsumen. Dalam Penataan Produk yang dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan melalui indra penglihatan. Penataan produk digunakan sebagai cara dalam toko untuk dapat menarik minat konsumen dengan cara melihat secara langsung, hal ini merupakan cara terbaik dalam pemajangan atau tata letak barang dagangan untuk menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan melihat barang dagangan secara langsung konsumen akan mudah memilih jenis barang yang dibutuhkan, karena barang didisplay dibedakan sesuai dengan jenis barang. Pelaksanaan *display* yang efektif akan berpengaruh pada suasana toko agar terlihat nyaman dan menarik.



Gambar 3. Penataan produk

### 3. Hasil dan Pembahasan

Selama kegiatan berlangsung pemilik Puri Kawan Collection Singaraja sangat antusias dan kegiatan berjalan sangat lancar. Beberapa hasil dari adanya pembinaan tersebut dapat diperlihatkan dengan gambar berikut:



Gambar 4. Produk belum ditata



Gambar 5. Produk sudah ditata

Berikut luaran yang akandicapai dari kegiatan pembinaan ini, seperti yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1. Hasil yang Dicapai

NO	ASPEK KEGIATAN	KONDISI AWAL	CAPAIAN
1	Memberikan Pelatihan terhadap Strategi Pemasaran	Pemilik Puri Kawan <i>Collection</i> Singaraja belum mengetahui tentang pentingnya Strategi Pemasaran dalam mempromosikan Produk yang dijual dimedia social melalui konten video dan belum mengetahui cara Kerjasama dengan selebgram dalam mempromosikan produk yang dijual.	Pengetahuan tentang pentingnya mengenai Strategi Pemasaran dan pemanfaat media social dengan maksimal. Sudah bisa dalam membuat konten mengenai produk yang dijual, sudah mengerti cara bekerja sama terkait endorsmen
2	Memberikan pembinaan terkait Penataan Produk	Pemilik Puri Kawan <i>Collection</i> Singaraja belum mengerti tentang pentingnya Penataan Produk dalam menarik Minat pembeli.	Pengetahuan tentang terdapat cara Penataan Produk yang baik, benar dan menarik minat pembeli.

#### 4. Simpulan

Dari pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Puri Kawan *Collection* Singaraja ini dapat di tarik kesimpulan bahwa pembinaan ini mampumemberikan nilai tambah bagi usaha dan pemilik Puri Kawan *Collection* Singaraja, nilai tambah tersebut diantaranya memberikan pengetahuan terhadap pentingnya Strategi Pemasaran dan Penataan Produk dalam menarik minat pembeli.

Adanya program pembinaan ini melalui pembinaan tentang pentingnya dalam merancang Strategi Pemasaran dan Penataan Produk, diharapkan usaha Puri Kawan *Collection* Singaraja semakin berkembang dan semakin banyak membukacabang agar menyebarkan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan bermanfaat bagi orang banyak.

#### 5. Daftar Pustaka

- Dayat M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'alim*, 11(2).
- Irsan, Eddy Siregar. (2016). *Model Keunggulan Kompetitif Usaha Mikro Kecil Batik*. Jakarta
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: G
- Rahman, T., & Nurdian, Y. (2021). Pendampingan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran toko roti di Pabian Sumenep. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 645-650.
- Riyadi, N., & Mujanah, S. (2021). Strategi Pemasaran dan Pendampingan Manajemen Usaha Kelompok Usaha Kecil Kerupuk di Kenjeran Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Abdi Mas TPB Unram*, 3(1).
- William J. Shultz (dikutip dalam Alma, 2016 : 2) Manajemen Pemasaran, daftarpustaka penataan barang, Alfabeta Bandung, Bandung
- Wibowo Hendika Dimas. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM.