



UPGRADING JASA USAHA SERVICE ELEKTRONIK PAK SANTOSO

Della Cintya Sari

Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

E-mail : dellacintya02@gmail.com

Abstrak

Bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat salah satunya adalah bisnis jasa service elektronik. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap usaha dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber dayanya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu meramu serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Jasa usaha service elektronik milik Pak Santoso hingga saat ini belum memiliki nama usaha ataupun logo usaha sebagai ciri khas. Dalam segi pemasaran pula belum secara maksimal hanya melalui mulut ke mulut sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Kata Kunci: *Bisnis Elektronik, Service Elektronik, Strategi Pemasaran, Ciri Khas Usaha*

PENDAHULUAN

Banyaknya permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik, menyebabkan bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat. Salah satunya adalah bisnis jasa service barang elektronik. Jasa service elektronik dibutuhkan karena permintaan akan barang elektronik juga meningkat seperti televisi, radio – tape, DVD/VCD player, computer, laptop, handphone, AC, hingga perabot rumah tangga seperti setrika, magic com, kipas angin, kulkas, blender, dan lain-lain. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap usaha dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber dayanya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu meramu serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis penjualan alat elektronik dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas harga, pelayanan, dan kualitas produk dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Selain keunggulan bersaing, strategi pemasaran yang efektif harus menjadi perhatian, yang meliputi upaya mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dimana mempertahankan pelanggan yang sudah ada menjadi prioritas, karena lebih murah mempertahankan pelanggan yang sudah ada dari pada mendatangkan pelanggan baru, serta melalui pelanggan lama pula strategi pemasaran word of mouth dapat dilakukan.

Jasa usaha service elektronik milik Pak Santoso hingga saat ini belum memiliki nama usaha ataupun logo usaha sebagai ciri khas. Dalam segi pemasaran pula belum secara maksimal hanya melalui mulut ke mulut sehingga kurang dikenal oleh masyarakat luas. Dengan permasalahan tersebut, saya tergerak untuk membantu jasa service elektronik Pak Santoso untuk membuat ciri khas bagi usahanya dan membantu dalam segi pemasaran. Seluruh kegiatan yang akan saya kerjakan dalam memenuhi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang berlangsung pada tanggal 10-21 Desember 2021, yaitu selama 12 hari di Jl. Ketapang IV B RT.06/RW .02, Kelurahan Suko Kecamatan Sukodono, Sidoarjo, Jawa Timur. Masalah yang ditemukan di lokasi kegiatan yaitu :



- a. Selama ini promosi usaha hanya melalui mulut ke mulut sehingga tidak banyak orang yang kenal dengan usaha service Pak Santoso
- b. Tidak adanya nama dan logo usaha sehingga tidak ada ciri khas usaha
- c. Kurangnya promosi secara luas (Melalui Media Sosial)

Adapun tujuan dari pelaksanaan program yang dibuat yaitu :

- a. Memberi pengetahuan tentang cara mempromosikan usaha melalui media sosial
- b. Membantu mempromosikan usaha melalui media sosial
- c. Memberi identitas baru bagi usaha

Target luaran dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dibagi menjadi dua, yaitu Luaran Wajib dan Luaran tambahan. Adapun sebagai berikut :

- a. Luaran Wajib : Video inspiratif, Publikasi media massa, Artikel prosiding, Poster pengabdian.
- b. Luaran Tambahan berupa karya desain : Banner usaha, Logo usaha, Sticker Usaha, Nota Penjualan, Stempel, Brosur dan Media sosial usaha.

METODE PELAKSANAAN

1. Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal sebelum pelaksanaan kegiatan. Dalam tahap ini ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu:

- a. Pra Survei : Meminta izin untuk melaksanakan pengabdian masyarakat ke RT setempat dan Identifikasi Permasalahan dan Kebutuhan Mitra
- b. Pembuatan Proposal : Pembuatan proposal yang menawarkan solusi untuk permasalahan dan kebutuhan mitra

2. Pelaksanaan

Bekerjasama dengan mitra pelaksanaan kegiatan dilakukan di Jl. Ketapang IV B RT.06/RW .02, Kelurahan Suko Kecamatan Sukodono, Sidoarjo, Jawa Timur yang berlangsung pada tanggal 10-21 Desember 2021, yaitu selama 12 hari.

3. Evaluasi

Evaluasi program dilaksanakan dengan membandingkan keadaan mitra sebelum dan sesudah program dilaksanakan. Keberhasilan program ditunjukkan dengan adanya perubahan yang positif dari keadaan mitra.

4. Pelaporan

Pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kegiatan Memberi Identitas Sebagai Ciri Khas Usaha

Pada kegiatan ini saya membantu mitra dengan membuat identitas usaha dan hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah mitra jasa usaha service elektronik Pak Santoso yang sebelumnya belum mempunyai identitas usaha kini mempunyai nama “SUN Service Elektronik” beserta dengan banner, logo, nota dan stempel usaha. Identitas usaha penting bagi suatu usaha karena identitas usaha menjadikan suatu usaha mudah dikenal oleh calon konsumen dan juga mempengaruhi citra suatu usaha.

SUN Service Elektronik

Gambar 1.1 Logo Usaha



Gambar 1.2 Banner Usaha

b. Kegiatan Memberi Pengetahuan Tentang Cara Mempromosikan Usaha Melalui Media Sosial

Pada kegiatan ini saya mengedukasi mitra bagaimana cara promosi yang baik melalui media sosial Facebook dan hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah mitra memahami bagaimana cara mempromosikan usaha melalui media sosial dengan baik terutama melalui media sosial Facebook. Promosi melalui media sosial dengan baik penting dilakukan oleh mitra agar mudah berinteraksi dengan konsumen, menggaet konsumen baru, dapat meningkatkan daya saing pasar dan meningkatkan penjualan.

c. Kegiatan Membantu Mempromosikan Usaha Melalui Media Sosial

Pada kegiatan ini saya membantu mitra mempromosikan usahanya melalui media sosial Facebook Hasil yang didapatkan dari kegiatan ini adalah mitra dapat terbantu dalam segi promosi melalui media sosial Facebook sebagai awalan sekaligus sebagai contoh bagi mitra untuk mempromosikan jasa “SUN Service Elektronik”. Diharapkan mitra dapat menerapkan dan mengembangkan strategi pemasaran terutama melalui media sosial Facebook seperti yang telah diedukasi oleh mahasiswa secara terus menerus serta berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berjalan dengan lancar dan usaha jasa service elektronik Pak Santoso mendapatkan identitas baru, yang sebelumnya usaha tidak memiliki nama kini memiliki nama usaha “SUN Service Elektronik” beserta dengan banner, logo, nota dan stempel usaha. Selain itu juga diharapkan mitra dapat menerapkan dan mengembangkan strategi pemasaran terutama melalui media sosial Facebook seperti yang telah diedukasi oleh mahasiswa secara terus menerus serta berkelanjutan guna meningkatkan daya saing dipasar.



UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada Bapak Bambang Ismono selaku ketua RT. 06 yang telah memberikan izin untuk melaksanakan pengabdian masyarakat di wilayah Jl. Ketapang IV B Sidoarjo. Serta ucapan terima kasih saya sampaikan untuk mitra saya Bapak Santoso yang sudah memberikan izin untuk saya membantu dalam usahanya dengan melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Yusuf, Rampi, Agus Lahinta. 2020. "Peningkatan Kapasitas UMKM Kabupaten Gorontalo Utara dalam Meningkatkan Penjualan Melalui Strategi Pemasaran Digital". Dalam Laporan Akhir KKN Tematik Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Gorontalo Tahun 2020.

Kusumawati. 2021. "Mahasiswa KKN UNISRI Latih Desain Logo Usaha Pada UMKM". Diakses pada 31 Desember 2021.

<https://soloaja.co/read/mahasiswa-KKN-unisri-latih-desain-logo-usaha-pada-umkm>

Sekarsari, Putri. 2021. "KKN Univet Bantara: Membantu Upgrade UMKM dengan Pembuatan Nama dan Logo". Diakses pada 31 Desember 2021

<https://www.kompasiana.com/putrisekarsari/6129756906310e243c7ad353/kegiatan-KKN-mahasiswa-universitas-veteran-bangun-nusantara-membantu-upgrade-umkm-dengan-pembuatan-nama-dan-logo-untuk-usaha-es-krim-rumahan>

Maduwinarti, A., Andayani, S., Erni, D., & Putri, P. (n.d.). JHP 17 (Jurnal Hasil Penelitian) STRATEGI PEMASARAN PRODUK UMK DAN PENDAMPINGAN PROSES PRODUKSI DI DESA MINGGIRSARI KECAMATAN KANIGORO KABUPATEN BLITAR. *Januari, 2022*(1), 2579–7980. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jhp17>