



Strategi Peningkatan Penjualan Pada Poin Undangan Semarang

Surjawati Surjawati, Amerti Irvin Widowati, Nirsetyo Wahdi

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

amerti@usm.ac.id

Abstract

Poin Undangan is a business name owned by Mr. Ahmad Furqonul Ulama, located on Jalan Palebon Raya No 85 Semarang. This business is engaged in invitation card making and packaging services. This business was started in 2010. This business is a job order business, which means that the production process is carried out based on orders from customers. The character of this business is that there are many orders before the moment of celebration and quiet orders when there is no celebration. In the course of its business, Poin Undangan experienced ups and downs in receiving orders. The pandemic conditions that occurred starting from the end of 2019, severe conditions in 2020 to 2021 and until now in conditions that have not 100 percent recovered, also have an impact on the Invitation Points business. When the pandemic was severe, the government even issued a regulation prohibiting open celebrations by inviting guests. Other obstacles that are also faced by Poin Undangan are the emergence of online invitations, an increase in the price of paper raw materials which ultimately has an impact on price competition. But despite all the obstacles and challenges faced, Poin Invangan still exists today. The PKM FE USM team intends to share experiences about strategies to increase sales.

Keywords: Increase Sales; Invitation Card; Strategy

Abstrak

Poin Undangan adalah sebuah nama usaha yang dimiliki oleh bapak Ahmad Furqonul Ulama, yang berlokasi di jalan Palebon Raya No 85 Semarang. Usaha ini bergerak di bidang jasa pembuatan kartu undangan dan packaging. Usaha ini dimulai pada tahun 2010 silam. Usaha ini bersifat job order, yang berarti proses produksi dilakukan berdasarkan adanya pesanan dari pelanggan. Karakter bisnis ini adalah banyaknya pesanan menjelang momen hajatan dan sepi pesanan pada saat sepi hajatan. Dalam perjalanan bisnisnya, Poin Undangan mengalami naik turun dalam penerimaan pesanan. Kondisi pandemi yang terjadi mulai dari akhir tahun 2019, kondisi parah di tahun 2020 sampai 2021 dan sampai sekarang dalam kondisi yang belum 100 persen pulih, berdampak juga pada bisnis Poin Undangan. Saat pandemic parah, pemerintah bahkan sempat mengeluarkan peraturan dilarang melakukan hajatan secara terbuka dengan mengundang tamu. Hal ini tentu berdampak pada bisnis yang berkaitan dengannya termasuk bisnis pembuatan kartu undangan. Hambatan lain yang juga dihadapi oleh Poin Undangan ini adalah munculnya undangan *online*, peningkatan harga bahan baku kertas yang akhirnya berdampak pada persaingan harga. Namun di balik semua hambatan dan tantangan yang dihadapi, Poin Undangan masih eksis sampai saat ini. Tim PKM FE USM berniat untuk sharing pengalaman tentang strategi untuk meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Kartu Undangan; Peningkatan Penjualan; Strategi



1. PENDAHULUAN

Poin Undangan adalah sebuah nama usaha yang dimiliki oleh bapak Ahmad Furqonul Ulama, yang berlokasi di jalan Palebon Raya No 85 Semarang, yang bergerak di bidang jasa pembuatan kartu undangan dan packaging. Undangan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat krusial dalam sebuah acara. Sehingga, dalam sebuah acara untuk mengajak atau mengundang tamu menggunakan undangan (Andesty & Mulyanti, 2023). Usaha ini dimulai pada tahun 2010 silam, dan bersifat job order, yang berarti proses produksi dilakukan berdasarkan adanya pesanan dari pelanggan. Konsumen memesan kartu undangan biasanya sekitar 3 bulan sebelum hari H. Karakter bisnis ini adalah banyaknya pesanan menjelang momen hajatan dan sepi pesanan pada saat sepi hajatan, karena proses produksi dilakukan untuk memenuhi pesanan dan bukan untuk memenuhi persediaan di gudang. Pemesanan undangan yang dilakukan beberapa bulan menjelang hari H, memiliki resiko seperti naiknya harga bahan menjelang proses produksi, padahal harga sudah disepakati di awal pemesanan dan pemesan sudah membayar uang muka. Terkadang pesanan yang sudah disepakati dibatalkan karena sesuatu hal.

Dalam perjalanan bisnisnya, Poin Undangan mengalami naik turun dalam penerimaan pesanan. Banyak hambatan dan tantangan yang dihadapi dalam bisnis ini, seperti kenaikan harga bahan seperti yang sudah dituliskan sebelumnya, dan yang paling parah adalah kondisi pandemic yang dialami oleh masyarakat seluruh dunia. Kondisi pandemic yang terjadi mulai dari akhir tahun 2019, dan keadaan parah di tahun 2020 sampai dengan 2021 dan sampai sekarang dalam kondisi yang belum 100 persen pulih, berdampak juga pada bisnis Poin Undangan. Kondisi perekonomian masyarakat akibat pandemi Covid 19 membawa dampak yang sangat signifikan diberbagai aspek kehidupan masyarakat. Khususnya UMKM sebagai tonggak perekonomian harus bisa bertahan ditengah kondisi perekonomian yang semakin tidak menentu. Berbagai kendala dihadapi oleh para pelaku UMKM, diantaranya Penjualan produk UMKM yang mengalami penurunan signifikan (Iswara, Setyabudi, Palupi, Wahidahwati, & Suwito, 2022). Terlebih pemerintah sempat mengeluarkan peraturan dilarang melakukan hajatan secara terbuka dengan mengundang tamu. Hal ini tentu berdampak pada bisnis yang berkaitan dengan nya termasuk bisnis pembuatan kartu undangan.

Hambatan lain yang juga dihadapi oleh Poin Undangan ini adalah munculnya undangan *online*, dimana undangan *online* ini tentu harganya relatif lebih murah daripada undangan cetak/fisik karena tidak membutuhkan bahan baku kertas dan bahan penolong seperti tinta, misalnya. Selain itu Ketersediaan pembuatan jasa undangan secara *online* tersebut memberikan kemudahan akses bagi masyarakat untuk memesan undangan sesuai yang diinginkan (Erlistia, 2018). Namun di balik semua hambatan dan tantangan yang dihadapi, Poin Undangan masih



eksis sampai saat ini. Tim Pkm FE USM berniat untuk *sharing* pengalaman tentang strategi untuk meningkatkan penjualan.

2. METODE

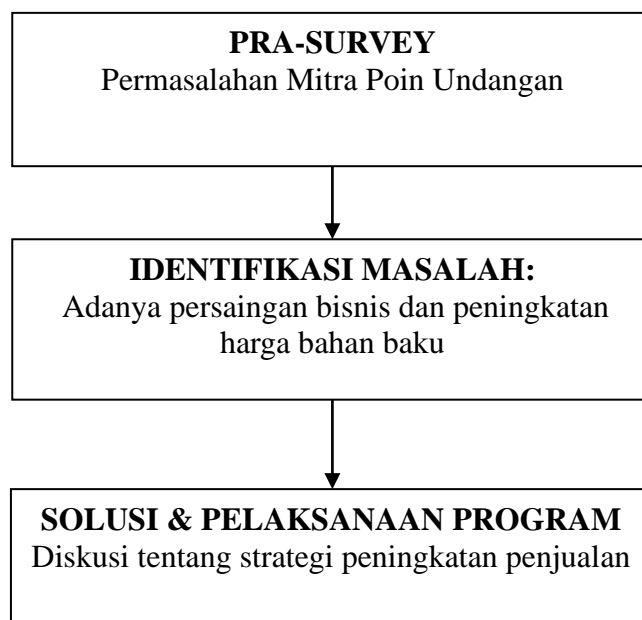
Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Pemilik bisnis Poin Undangan menceritakan permasalahan yang dihadapi.
2. Tim PKM FE USM memberikan gagasan tentang upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan, dalam bentuk diskusi dan bertukar pikiran dengan pemilik bisnis..

Untuk dapat melaksanakan kedua metode tersebut, maka metode tersebut dijabarkan dalam prosedur kerja sebagai berikut:

1. Persiapan, terdiri atas :
 - a. Identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra
 - b. Pembuatan tim: Pembentukan tim untuk memberi solusi bagi permasalahan dan kendala yang dihadapi oleh mitra
 - c. Pembuatan proposal: Menawarkan solusi bagi permasalahan dan kebutuhan mitra
 - d. Koordinasi antara tim PKM dengan mitra: Untuk merencanakan pelaksanaan secara konseptual, operasional, serta *job description* masing-masing anggota tim.
 - e. Persiapan alat dan bahan pelatihan
2. Pelaksanaan, Pelaksanaan seluruh kegiatan dilakukan di tempat usaha Poin Undangan yang beralamat di jalan Palebon Raya No 85 Semarang, dengan urutan kegiatan sebagai berikut:
 - a. Brainstorming.
 - b. Diskusi.
 - c. Melihat proses finishing produk kartu undangan.
3. Evaluasi, dilakukan dengan memonitor apakah Poin Undangan sudah melakukan upaya-upaya yang telah disepakati antara pemilik bisnis dan Tim PKM FE USM.
4. Pelaporan, Pelaporan mengacu pada pelaksanaan kegiatan di Poin Undangan.

Rencana kegiatan yang akan dilakukan dalam pelaksanaan PKM dapat dilihat dari bagian dibawah ini:



Gambar 1. Rencana Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan proses implementasi keilmuan yang dipelajari di perguruan tinggi guna memberikan manfaat seluas-luasnya bagi masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat harus selalu diarahkan pada kegiatan yang manfaat dan dampaknya dapat dirasakan oleh masyarakat secara langsung. (Tirtana & Rahman, 2022) Kegiatan pengabdian oleh Tim PKM Fakultas Ekonomi USM dilaksanakan dengan rangkaian acara dan materi Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

Rangkaian Acara Pengabdian Kepada Masyarakat Strategi Peningkatan Penjualan Pada Poin Undangan Semarang

Jam	Materi	Pelaksana
10.00- 10.15	Pembukaan oleh ketua tim PKM	Surjawati
10.15- 10.30	Sambutan penerimaan oleh pemilik bisnis	Bpk Ahmad Furqonul Ulama
10.30- 11.00	Penjelasan riwayat usaha dan , kemudian proses produksi	Bpk Ahmad Furqonul Ulama
11.00- 11.45	Diskusi dan sharing	Semua tim
11.45- 12.00	Meninjau proses finishing produk kartu undangan	Tim dan seluruh peserta undangan



Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di jalan Palebon Raya No 85 Semarang. Acara dimulai pada pukul 10.00 dibuka dengan pembukaan oleh ketua PKM, dilanjutkan dengan sambutan penerimaan oleh pemilik bisnis, penjelasan riwayat usaha dan proses produksi, kemudian diskusi dan sharing dan diakhiri dengan melihat proses *finishing* produk kartu undangan. Strategi penjualan merupakan salah satu upaya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Dalam usaha menengah ini tidak lepas dari segmentasi pasar. (Sampita, 2023) Program sosialisasi strategi penjualan secara *online* ini ditekankan pada pemberian materi yang dapat digunakan masyarakat dalam memulaidan atau mengembangkan usaha secara *online*. (Hayatie et al., 2021)

Kegiatan PKM ini pada dasarnya adalah untuk mencari jawaban dari permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, yaitu: 1) Menurunnya pesanan yang disebabkan oleh munculnya bisnis undangan *online*; 2) Kondisi ekonomi global yang kurang baik menyebabkan kenaikan harga bahan baku kertas.

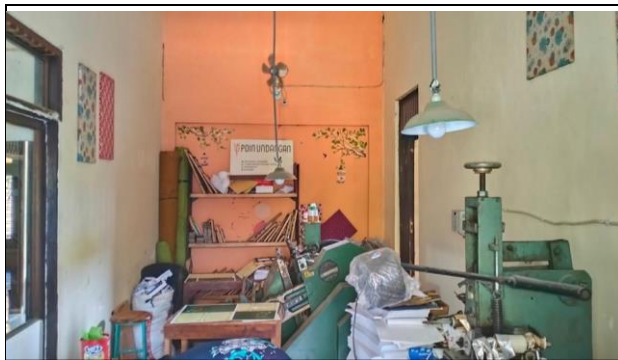
1. Strategi untuk bertahan akibat dari adanya persaingan dari undangan *online*

Beberapa waktu lalu, bisnis undangan *online* sempat marak dan mempengaruhi bisnis undangan cetak. Namun dengan adanya peristiwa beberapa penipuan yang dilakukan oleh oknum tertentu yang menggunakan modus undangan *online*. surat digital undangan pernikahan yang disebarakan melalui pesan singkat menyematkan dokumen aplikasi APK—format file aplikasi untuk ponsel Android—dengan nama surat undangan digital pernikahan. Undangan palsu tersebut tersebut nantinya digunakan untuk membobol data pribadi korban dan mengakses data perbankan (Sasongko & Noviyanti, 2023), maka orang mulai beralih kembali ke undangan cetak. Di satu sisi, dengan beralihnya secara perlahan dari pandemi menjadi endemi, maka kegiatan hajatan pun perlahan pulih kembali, dimana pemerintah tidak melarang lagi masyarakat yang untuk menyelenggarakan hajatan dengan mengundang banyak tamu. Harapan kembali bangkit untuk pelaku usaha bisnis undangan cetak. Perlahan tapi pasti, bisnis ini kembali memberi harapan. Poin Undangan harus bangkit lagi untuk tetap eksis di bisnis ini. Strategi yang telah dilakukan oleh Poin Undangan untuk menjaga kontinuitas bisnis adalah dengan menjadi anggota *Semarang Wedding Community* (SWC), atau Komunitas Pengusaha Penyelenggara Pernikahan. Komunitas ini mengadakan pameran-pameran yang dilakukan 2x dalam satu tahun. Dengan menerapkan strategi pemasaran melalui pemanfaatan pameran event dapat menjadi personal selling yang sangat menguntungkan bagi peningkatan dan pelayanan jasa (Helmi, Pritasari, Wilujeng, & Kusstianti, 2021).



2. Strategi Untuk Mensiasati Kenaikan Harga Bahan Baku dan Bahan Penolong

Tahun 2023 merupakan tahun yang secara ekonomi adalah “tahun sulit” dimana harga barang-barang cenderung meningkat. Demikian pula dengan bahan dasar untuk membuat kartu undangan. Bahan baku utama adalah kertas, tinta dan bahan penolong seperti platisk pembungkus. Untuk mensiasati hal ini, strategi yang dilakukan oleh Poin Undangan adalah mensiasati biaya *overhead* pabrik. Karena Poin Undangan juga tidak mau kualitas turun akibat kenaikan harga bahan baku, maka komponen biaya yang masih bisa ditekan adalah biaya *overhead* pabrik. Misal untuk pemakaian plastik pembungkus, tinta dicarikan merk yang berbeda dengan biasanya namun dengan kualitas yang tidak berbeda jauh dan dengan harga yang lebih murah. Selain itu, Poin Undangan juga memanfaatkan sisa-sisa kertas untuk dibuat amplop-amplop cantik yang dijual dengan harga Rp 10.000 per bungkus. Sehingga sisa kertas ini juga dapat dijadikan sumber pendapatan.



Gambar.2 Tempat Produksi Poin Undangan



Gambar 3. Tim PKM dan Mitra



Gambar 4. Produk Poin Undangan



4. PENUTUP

Dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berjudul Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Poin Undangan Semarang, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Sebagai pelaku bisnis undangan cetak, Poin Undangan menghadapi persaingan bukan hanya dari bisnis sejenis, namun juga dari bisnis undangan *online*. Maraknya penipuan yang berkedok undangan *online* memberi angin segar bagi undangan cetak untuk kembali dipipih konsumen. Harapan muncul untuk bangkit setelah pandemi perlahan beralih menjadi endemic, bagi pelaku bisnis undangan cetak. Serta untuk tetap eksis dan penjualan dapat meningkat, Poin Undangan masuk dalam komunitas *Semarang Wedding Community* yang rutin mengadakan pameran 2 kali dalam setahun. Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Semarang yang telah memberikan dukungan dana terhadap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andesty, S. A., & Mulyanti, D. (2023). Literatur Review: Analisis Usaha Undangan Digital Serta Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(2), 106-113.
- Erlisia, E. (2018). Perancangan Desain Web Dan Instagram Undangan Pernikahan “Anytime Wedding Invitation”. *ARS: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 21(1), 44-62.
- Helmi, D. A., Pritasari, O., Wilujeng, B., & Kusstianti, N. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Pameran Exhibition "Traditional Wedding Royal PLaza Surabaya" Diera Pandemi Covid 19. *Jurnal Tata Rias*, 10(2), 13-21.
- Hayatie, M. N., Gautama, M. S., & Alam Sur, W. A. (2021). Sosialisasi Strategi Pemasaran Berbasis Online Pada Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 58–62. <https://doi.org/10.20527/btjpm.v3i1.2366>
- Iswara, U. S., Setyabudi, T. G., Palupi, D., Wahidahwati, & Suwito. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Pemasaran Digital bagi UMKM. *Society*, 156-164.
- Sampita, W. D. (2023). Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan. *Community Development Journal*, 4(5), 10260–10263.
- Sasongko, Y. A., & Noviyanti, S. (2023, 2 2). *Marak Penipuan Modus Undangan Pernikahan Digital, Begini Cara Bedakan yang Asli dan Palsu* Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Marak Penipuan Modus Undangan Pernikahan Digital, Begini Cara Bedakan yang Asli dan Palsu", *Klik untuk baca: ht*. Retrieved from Kompas.com: <https://www.kompas.com/tren/read/2023/02/02/194300465/marak-penipuan-modus-undangan-pernikahan-digital-begini-cara-bedakan-yang>
- Tirtana, R. C., & Rahman, C. (2022). Pengabdian Kepada Masyarakat Membersihkan Mushollah Al-Ikhsan Dan Pemberian Alat Kebersihan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UMJ*, 1, 2–5.