

OPTIMALISASI PELAYANAN DAN PEMASARAN DIGITAL DALAM MENCIPTAKAN SDM KREATIF DAN ADAPTIF PADA LAXMII STORE

I Komang Suryadnya Diputra^{1,*}, Ni Putu Siskayanti²

^{1,2} Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

Email: suryadnyadiputra@unmas.ac.id

ABSTRAK

Peningkatan persaingan pasar dan perkembangan teknologi mendorong pengusaha untuk beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang semakin selektif. Laxmii Store, sebuah usaha fashion di Kota Denpasar, menghadapi beberapa masalah, seperti kurangnya keterampilan komunikasi dalam pelayanan pelanggan, kesulitan dalam pengelolaan stok, dan kurangnya pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan serangkaian kegiatan pengabdian masyarakat yang meliputi pelatihan keterampilan pelayanan pelanggan, pengembangan sistem manajemen stok berbasis digital, dan pengoptimalan pemasaran melalui media sosial. Hasilnya, pelatihan berhasil meningkatkan keterampilan komunikasi karyawan, yang berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Pengembangan sistem stok berbasis digital meningkatkan efisiensi pengelolaan persediaan, sementara penggunaan media sosial yang lebih optimal meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Dengan demikian, pengabdian ini berhasil memberikan kontribusi dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Laxmii Store di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Pelayanan, Pemasaran Digital, Media Sosial

ANALISIS SITUASI

Peningkatan jumlah pengusaha baru dan persaingan pasar yang semakin ketat, mendorong para pengusaha yang sudah ada untuk beradaptasi dan mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal. Pengusaha perlu mengembangkan strategi bisnis yang inovatif, memanfaatkan teknologi terbaru, dan meningkatkan kualitas produk serta layanan untuk tetap relevan di mata konsumen (Purnamasari et al., 2025). Selain itu, pengusaha juga harus berfokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, agar tetap memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen yang semakin cerdas dan selektif. Melalui pendekatan yang tepat dan responsif terhadap perubahan pasar ini, pengusaha dapat menjaga kelangsungan bisnisnya dan tetap relevan di mata konsumen yang semakin menuntut.

Strategi pemasaran berfokus pada upaya untuk menanamkan perusahaan dan produknya dalam benak konsumen, sehingga tercipta hubungan yang kuat dan berkelanjutan. Strategi pemasaran adalah pemasaran yang berusaha menanamkan perusahaan dan produknya di benak pelanggan, sedangkan promosi adalah fungsi pemasaran yang memfokuskan pengomunikasian komponen-komponen program pemasaran secara persuasif kepada khalayak sasaran untuk menunjang pertukaran antara pemasar dan konsumen dan untuk membantu mencapai tujuan dari kedua belah

pihak (Saitri & Putri, 2022). Pemasaran digital menjadi solusi pemasaran yang lebih modern yang memenuhi tujuan bisnis. Persaingan bisnis yang semakin ketat berarti harus mampu menjalankan strategi yang efektif agar tidak kalah dengan kompetitor. Pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran yang menggunakan berbagai media yang tersedia bagi perusahaan. Misalnya saja melalui media berupa blog, website, email, Adwords dan masih banyak lagi jaringan media sosial lainnya (Erislan 2024:23).

Pemasaran digital yang efektif, didukung oleh SDM yang terampil dalam teknologi dan kreativitas, menjadi kunci untuk menjaga relevansi perusahaan di mata konsumen yang semakin selektif. Sumber daya manusia (SDM) merupakan hal yang sangat penting dalam keberhasilan setiap organisasi, karena sebagian besar masalah dalam pengaturan organisasi adalah manusia dan sosial dari fisik, teknis atau ekonomi (Rahardjo 2022:3). Menciptakan SDM yang kreatif dan adaptif sangat penting dalam konteks pemasaran digital, karena perkembangan teknologi dan tren pasar yang cepat mengharuskan tenaga kerja untuk terus berinovasi dan siap beradaptasi dengan perubahan. Dengan memberikan pelatihan yang fokus pada keterampilan digital, seperti analisis data, pembuatan konten kreatif, dan pemanfaatan platform media sosial, perusahaan dapat menghasilkan SDM yang mampu merancang strategi pemasaran digital yang efektif dan responsif. Pemasaran digital dan keterampilan SDM menjadi penting untuk diterapkan di sebuah bisnis untuk meningkatkan daya saing bisnis tetapi juga mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Safa'atin, et al 2024). Dengan demikian, optimalisasi pelayanan dan pemasaran digital tidak hanya meningkatkan daya saing bisnis, tetapi juga mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha, memastikan kelangsungan bisnis di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Laxmii Store yang beralamat di Jl. Tukad Barito No.6, Kelurahan Panjer, Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Provinsi Bali. Laxmii Store merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang fashion dan telah dikenal oleh masyarakat lokal di Kota Denpasar. Adanya kegiatan pengabdian masyarakat di lokasi ini bertujuan untuk memberikan kontribusi langsung terhadap pengembangan kapasitas SDM di Laxmii Store, khususnya bagi para karyawan yang terlibat dalam operasional harian toko. Permasalahan yang muncul pada saat melakukan observasi pada Laxmii Store adalah yang pertama, kurangnya pemahaman dan keterampilan komunikasi yang baik. Masalah ini berkaitan dengan kurang mamounya SDM Laxmii Store dalam berinteraksi dengan pelanggan dengan cara yang efektif dan profesional. Kedua, kesulitan dalam mengontrol stok saat ramai. Saat ada promosi atau diskon besar, transaksi meningkat secara signifikan, dan pengelolaan stok yang tidak efektif bisa mengakibatkan kekurangan barang atau kelebihan barang yang tidak terjual. Ketiga kurangnya pemahaman tentang strategi penjualan melalui penggunaan media sosial. Media sosial adalah salah satu kanal pemasaran yang paling efektif di era digital, tetapi banyak bisnis yang tidak memanfaatkan media sosial secara optimal. Di Laxmii Store, kurangnya keterampilan dalam mengelola media sosial untuk penjualan bisa menyebabkan peluang yang hilang untuk menarik audiens yang lebih luas,

meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produk baru, sehingga perlu dilakukan pelatihan terkait optimalisasi penggunaan media sosial.

PERUMUSAN MASALAH

Masalah yang terjadi dalam kegiatan pengabdian ini adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan komunikasi yang baik, seperti cara menyapa pelanggan, menangani pertanyaan, atau menangani keluhan, kesulitan dalam mengontrol stok saat ramai, terutama saat ada promosi atau diskon yang melibatkan banyak transaksi dan kurangnya pemahaman tentang strategi penjualan melalui penggunaan sosial media.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, penulis memberikan solusi dengan cara meliputi pertama, memberikan pelatihan intensif kepada karyawan Laxmii Store mengenai teknik pelayanan pelanggan yang efektif, meliputi cara menyambut pelanggan, menawarkan bantuan, menangani keluhan, dan memberikan solusi yang memuaskan. Kedua, melakukan pengembangan sistem sederhana untuk manajemen stok barang menggunakan *platform* digital dengan *spreadsheet*. Ketiga, melakukan pengoptimalan penggunaan media sosial sebagai platform pemasaran produk Laxmii Store dan memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai cara membuat konten menarik, mengatur jadwal posting, berinteraksi dengan pengikut, dan menggunakan fitur-fitur promosi di media sosial.

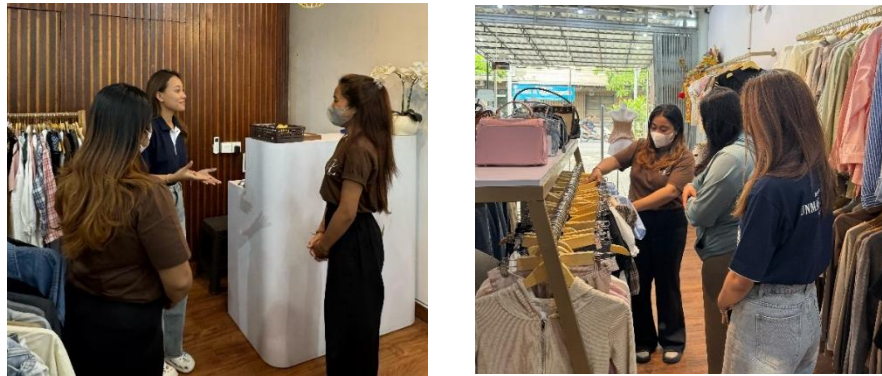
METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program kerja yaitu dengan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Metode tersebut dilakukan dengan tatap muka dengan owner dan juga karyawan. Metode ini dilakukan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan dalam pelayanan pelanggan, sehingga owner dan juga karyawan dapat menyadari peran penting dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, serta memberikan pemahaman pentingnya transisi dari sistem manual ke sistem digital, yang akan meningkatkan efisiensi dan akurasi dalam pengelolaan stok. Selain itu metode ini dapat memberikan pemahaman mengenai potensi media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jangkauan pasar dan penjualan produk.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Upaya untuk meningkatkan pelayanan dan pemasaran digital di Laxmii Store melibatkan pelatihan karyawan dalam keterampilan pelayanan pelanggan, pengembangan sistem manajemen stok berbasis digital, dan pemanfaatan media sosial untuk pemasaran telah berhasil dilaksanakan. Adapun terdapat hasil dari pelaksanaan program kerja dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan di Laxmii Store meliputi:

Kegiatan program kerja pertama adalah melakukan pelatihan keterampilan pelayanan pelanggan. Pelatihan dengan metode *role-playing* dan simulasi berhasil meningkatkan kepercayaan diri karyawan dalam berinteraksi dengan pelanggan, serta kemampuan mereka dalam menangani keluhan. Hasilnya, kepuasan pelanggan meningkat secara signifikan. Peningkatan keterampilan komunikasi dan kemampuan menangani keluhan pelanggan terbukti dari *feedback* positif yang diterima dari pelanggan dan peningkatan kepuasan pelanggan yang terukur melalui survei. Ini menunjukkan bahwa program ini efektif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi pelanggan.



Gambar 1. Sosialisasi dan Pelatihan Keterampilan Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*)

Kegiatan program kerja kedua adalah pengembangan sistem manajemen stok berbasis digital. Implementasi sistem manajemen stok digital menggunakan *spreadsheet* mempercepat dan mempermudah pelacakan persediaan barang, mengurangi kesalahan, serta membantu manajemen dalam pengambilan keputusan. Karyawan yang terlatih dapat menggunakan sistem ini dengan baik, yang mengurangi waktu yang dihabiskan untuk pengelolaan stok dan memberikan data yang lebih akurat untuk pengambilan keputusan manajerial.



Gambar 2. Pelatihan Pengembangan Sistem Manajemen Stok Berbasis Digital

Kegiatan program kerja ketiga adalah strategi pemasaran melalui media sosial. Pelatihan pemasaran di media sosial, khususnya di Instagram dan TikTok,

meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui konten menarik. Peningkatan jumlah pengikut dan interaksi pada postingan toko menunjukkan bahwa strategi pemasaran ini efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan menarik perhatian lebih banyak pelanggan. Ini berkontribusi langsung pada peningkatan penjualan *online*, memperkuat pentingnya pemasaran digital dalam dunia bisnis modern.



Gambar 3. Pelatihan Pemasaran Produk Melalui Media Sosial

SIMPULAN DAN SARAN

Program kerja yang dilaksanakan di Laxmii Store menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan pemasaran digital. Secara keseluruhan, program ini tidak hanya memenuhi tujuannya untuk meningkatkan pelayanan dan pemasaran, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan sumber daya manusia yang kreatif dan adaptif di Laxmii Store, sehingga dapat menjawab tantangan pasar yang semakin kompetitif dalam dunia bisnis modern. Melalui pelatihan keterampilan pelayanan pelanggan, karyawan berhasil meningkatkan kemampuan komunikasi dan keterampilan dalam menangani keluhan. Implementasi sistem manajemen stok berbasis digital berhasil mengurangi kesalahan pengelolaan inventaris. Penggunaan media sosial sebagai *platform* pemasaran terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan interaksi pelanggan. Saran bagi owner dan juga karyawan Laxmii Store untuk menyelenggarakan pelatihan secara berkelanjutan yang, sehingga akan membantu agar tetap *up-to-date* dengan tren industri dan memperkuat keterampilan yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Erislan. (2024). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Digital*. Makassar: Mitra Ilmu.
- Purnamasari, P., Rahmadani, A., Aulia, S. S., Gemilang, G., & Abdullah, A. (2025). Analisis Pengembangan UMKM Warung Sembako Toko Ayu. *JLP : Jurnal Lentera Pengabdian*, 03(01), 1–7.
- Rahardjo, D. A. S. (2022). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Safa'atin, H. N., Muhimudin, & Abidin, M. I. (2024). Pengembangan Digital Marketing Dan Sumber Daya Manusia Kreatif Terhadap Ekowisata Silowo

Tuban. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(4), 3673–3680.

Saitri, P. W., & Putri, A. Y. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Pembuatan Kartu Stok Barang Pada Toko Anugrah Dewata Di Sading Sempidi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1(November), 756–760.