

DIGITALISASI TRANSAKSI, STANDARISASI PRODUK, DAN PENGUATAN PROMOSI PADA UMKM PRANA COLLECTION.

Putu Agus Eka Rismawan^{1,*}, Natasja Morisca Nuijten², I Kadek Andika Budi Utama³

^{1,2,3}Universitas Mahasaraswati Denpasar, Bali, 80233, Indonesia

*Email: askarismawan@unmas.ac.id

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh pentingnya adaptasi teknologi digital bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk mempertahankan daya saing di era ekonomi digital. Toko Prana Collection, sebagai mitra pengabdian, menghadapi beberapa kendala operasional seperti sistem transaksi yang masih sepenuhnya berbasis tunai, ketiadaan label informasi produk yang menyebabkan inefisiensi pelayanan, serta jangkauan promosi yang terbatas pada pelanggan lokal. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kompetensi digital karyawan dan profesionalisme manajemen operasional melalui tiga program kerja utama: digitalisasi pembayaran menggunakan QRIS, standarisasi produk melalui pelabelan, dan akselerasi promosi melalui platform media sosial serta *marketplace*. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pemilik usaha, serta pendampingan teknis secara langsung (*On-the-Job Training*) kepada staf toko. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan literasi digital karyawan dalam pengelolaan transaksi non-tunai yang lebih transparan dan efisien. Selain itu, implementasi label pada produk dan kemasan *paperbag* berhasil menciptakan sistem pelayanan mandiri (*self-service*) yang meningkatkan kenyamanan konsumen. Penguatan eksistensi di media sosial dan *marketplace* juga berhasil memperluas visibilitas produk hingga ke luar wilayah Denpasar. Simpulan dari pengabdian ini adalah bahwa integrasi teknologi digital dan standarisasi identitas produk secara signifikan mampu meningkatkan efisiensi operasional, citra profesional, dan kinerja bisnis Toko Prana Collection secara berkelanjutan.

Kata Kunci : digitalisasi UMKM, manajemen SDM, pelayanan konsumen, QRIS, branding.

ANALISIS SITUASI

Toko Prana Collection berdiri sebagai representasi unit usaha retail yang memiliki resiliensi tinggi dan kedekatan emosional yang kuat dengan masyarakat sekitarnya. Secara sosial mitra telah berhasil membangun kepercayaan publik melalui kurasi produk fashion yang relevan dan selera pasar, menjadikannya salah satu titik tumpu ekonomi lokal yang potensial. Keberadaan Toko Prana Collection bukan sekedar entitas dagang melainkan aset ekonomi yang jika dikelola dengan strategi sumber daya manusia yang tepat, dapat bertransformasi menjadi kekuatan retail yang lebih kompetitif dan tersistem.

Seiring dengan perkembangan skala usaha, tantangan yang dihadapi mitra saat ini terletak pada kebutuhan akan formalisasi tata kelola internal. Dalam

perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia, potensi besar yang dimiliki oleh para personel di Toko Prana Collection memerlukan wadah berupa pembagian peran yang lebih spesifik dan terukur. Belum adanya panduan kerja yang tertulis secara baku mengakibatkan distribusi energi kerja terkadang kurang fokus pada aspek-aspek strategis, seperti peningkatan retensi pelanggan atau optimalisasi pengelolaan inventaris. Permasalahan ini bersifat fundamental dalam dunia bisnis, karena performa sebuah usaha sangat bergantung pada bagaimana individu-individu di dalamnya bergerak dalam satu ritme yang harmonis dan terstandarisasi.

Relevansi bidang Manajemen SDM dalam konteks ini adalah sebagai jembatan untuk mengubah kebiasaan kerja yang bersifat intuitif menjadi profesionalisme yang berbasis pada sistem. Dengan menghadirkan standar pelayanan yang konsisten dan pengelolaan administrasi personel yang lebih tertata, Toko Prana Collection akan memiliki fondasi yang kuat untuk menghadapi dinamika pasar yang lebih luas. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa keramahan pelayanan yang selama ini menjadi ciri khas toko dapat terus dipertahankan bahkan ditingkatkan kualitasnya. Analisis ini menjadi titik tolak untuk merancang program kerja yang bersifat kolaboratif, bertujuan memperkuat kapasitas internal tanpa menghilangkan nilai-nilai kekeluargaan yang telah menjadi identitas utama Toko Prana Collection, sehingga tercipta ekosistem bisnis yang sehat, efisien, dan berkelanjutan.

PERUMUSAN MASALAH

Identifikasi masalah pada mitra menunjukkan beberapa titik lemah yang perlu segera ditangani:

1. Keterbatasan Sistem Transaksi dan Literasi Digital: Karyawan belum terbiasa dengan sistem pembayaran non-tunai yang mengakibatkan antrean dan risiko kesalahan pencatatan manual.
2. Inefisiensi Pelayanan Akibat Ketiadaan Identitas Produk: Tidak adanya label kemasan membuat produk terkesan kurang profesional, sehingga menurunkan tingkat kepercayaan konsumen.
3. Rendahnya Visibilitas Usaha di Ekosistem Digital: Kurangnya keahlian dalam memanfaatkan teknologi media sosial untuk menjangkau konsumen secara luas.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Berdasarkan uraian permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka solusi yang ditawarkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat pada Toko Prana Collection adalah sebagai berikut:

1. Solusi Digitalisasi Transaksi (Implementasi QRIS) Untuk mengatasi ketergantungan pada uang tunai yang berisiko terhadap kesalahan pencatatan manual, solusi yang diberikan adalah melalui integrasi sistem pembayaran elektronik QRIS.

2. Solusi Standarisasi Produk (Pembuatan Label Kemasan) Dalam aspek kewirausahaan, solusi yang ditawarkan untuk mengatasi minimnya informasi produk adalah implementasi sistem pelabelan produk yang informatif.
3. Solusi Penguatan Promosi Online Guna memecahkan masalah pemasaran yang pasif dan terbatas pada jangkauan fisik, solusi yang diterapkan adalah optimalisasi kehadiran digital (*digital presence*).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan edukasi-implementatif yang dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Tahap Persiapan (2–8 Maret 2026): Melakukan analisis mendalam terhadap alur kerja di Toko Prana Collection.
2. Digitalisasi Sistem Pembayaran (9 Maret – 15 Maret 2026): Sosialisasi mengenai manfaat teknologi finansial, yang kemudian dilanjutkan dengan proses pendaftaran serta aktivasi akun *merchant* QRIS.
3. Kewirausahaan & Label Kemasan (16 Maret – 22 Maret 2026): Kegiatan dimulai dari proses desain grafis label yang memuat elemen label, ukuran, dan bahan secara informatif.
4. Penguatan Promosi Online (23 Maret – 29 Maret 2026): Kegiatan ini mencakup revitalisasi akun media sosial dan pembukaan toko di platform *marketplace*.
5. Evaluasi (30 Maret – 6 April 2026): Melaksanakan evaluasi terhadap penerapan edukasi yang telah diberikan kepada staf toko.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

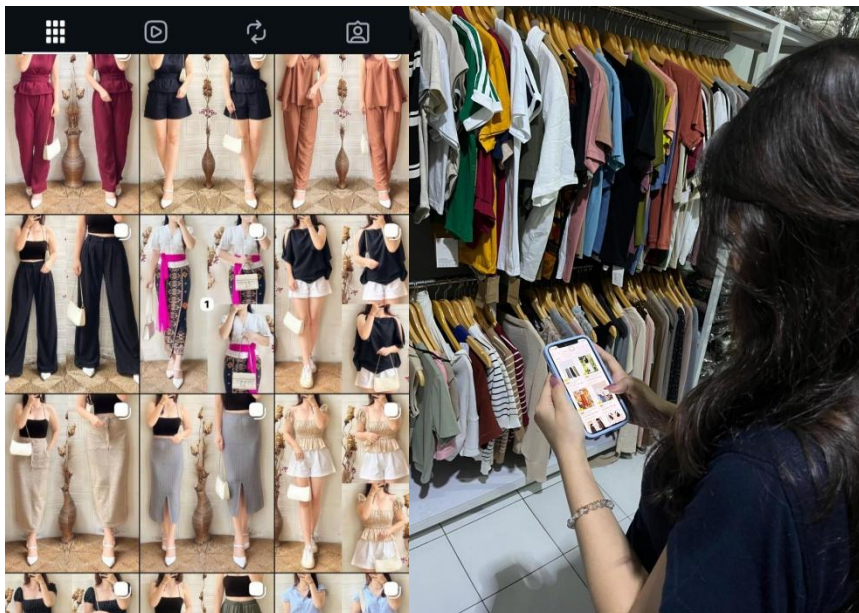
Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Toko Prana Collection memberikan hasil yang signifikan dalam mentransformasi tata kelola usaha dari sistem konvensional menuju manajemen yang lebih modern dan adaptif. Pada program kerja pertama, penerapan sistem pembayaran elektronik melalui QRIS berhasil meningkatkan efisiensi operasional dengan mempercepat proses transaksi dan meminimalisir risiko kesalahan pencatatan manual yang sebelumnya sering terjadi akibat dominasi sistem tunai. Melalui metode *On-the-Job Training* (OJT), karyawan tidak hanya mendapatkan literasi digital baru dalam memverifikasi pembayaran secara *real-time*, tetapi pemilik juga memperoleh kemudahan dalam memantau laporan mutasi harian secara lebih transparan dan akurat.

Berlanjut pada program kerja kedua, standarisasi produk dilakukan melalui pembuatan label kemasan yang informatif yang mencakup detail harga, ukuran, hingga jenis bahan. Langkah ini secara langsung menciptakan sistem pelayanan mandiri (*self-service*) yang meningkatkan kenyamanan konsumen saat berbelanja sekaligus mengoptimalkan beban kerja staf. Dengan adanya label yang jelas, staf toko tidak lagi terbebani oleh pertanyaan teknis yang berulang dari pelanggan, sehingga energi kerja dapat dialihkan pada aspek strategis lainnya seperti pengelolaan inventaris dan pelayanan pelanggan yang lebih prima.

Terakhir, penguatan promosi online melalui revitalisasi akun Instagram, WhatsApp Business, dan pembukaan toko di marketplace Shopee telah berhasil memperluas visibilitas produk hingga ke luar wilayah Denpasar. Pendampingan teknis mengenai fotografi produk dan teknik *copywriting* memberikan keterampilan baru bagi staf untuk memproduksi konten yang menarik secara mandiri. Secara keseluruhan, integrasi dari ketiga solusi ini tidak hanya meningkatkan kinerja usaha dan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun kompetensi sumber daya manusia yang lebih profesional dan siap menghadapi dinamika ekonomi digital.



Gambar 1. Sosialisasi Pengenalan Sistem Pembayaran Elektronik Pada Umkm Prana Collection



Gambar 2. Promosi online dalam upaya peningkatan kinerja umkm prana collection.



Gambar 3. Melaksanakan kegiatan program kerja pembuatan label.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Toko Prana Collection melalui tiga program kerja utama dapat disimpulkan telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap transformasi manajemen usaha. Integrasi sistem pembayaran elektronik melalui QRIS berhasil meningkatkan efisiensi transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, sekaligus memberikan kenyamanan lebih bagi pelanggan. Selain itu, penerapan standarisasi produk melalui pelabelan yang informatif telah menciptakan sistem pelayanan mandiri yang lebih profesional, sehingga beban kerja staf menjadi lebih optimal. Penguatan promosi melalui media sosial dan marketplace juga terbukti efektif dalam memperluas visibilitas produk hingga ke luar wilayah Denpasar, yang pada akhirnya berkontribusi langsung pada peningkatan kinerja usaha dan kompetensi digital sumber daya manusia di dalamnya.

Demi menjaga keberlanjutan program yang telah dirintis, berikut adalah beberapa saran bagi mitra Toko Prana Collection:

1. **Konsistensi Pengelolaan Konten:** Mitra disarankan untuk terus konsisten dalam melakukan unggahan konten di media sosial minimal 3 kali seminggu untuk menjaga interaksi dengan pelanggan dan memperluas jangkauan pasar secara organik.
2. **Peningkatan Kualitas Visual Produk:** Mengingat industri busana sangat bergantung pada aspek visual, mitra diharapkan terus melatih keterampilan fotografi produk dengan memanfaatkan pencahayaan alami dan teknik penataan (*styling*) yang telah dipelajari agar tampilan toko di platform digital tetap menarik.
3. **Evaluasi Layanan Digital:** Disarankan untuk secara berkala mengecek fitur-fitur baru pada platform QRIS dan *marketplace* agar toko tetap relevan

dengan tren teknologi pembayaran dan belanja yang digunakan oleh konsumen saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dessler, Gary. 2020. *Human Resource Management*. 16th Edition. Pearson Education, New York.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education, New Jersey.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.