

OPTIMALISASI DIGITALISASI DAN UPGRATING STORE ATMOSFER SEBAGAI BENTUK UPAYA PENINGKATAN CONSUMER DECISION MAKING DI DINDA FASHION BALI CABANG DENPASAR

Putu Yusi Pramandari^{1,*}, Putu Siska Darayani²

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

*Email: yusipramandari@unmas.ac.id

ABSTRAK

Adanya program pengabdian Masyarakat bertujuan untuk membantu Perusahaan Dinda Fashion Bali dalam meningkatkan Keputusan Pembelian. melalui program kerja pengoptimalisasian digitalisasi dan upgrating store atmosfer sebagai bentuk upaya peningkatan consumer decision making di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar, Jalan Tukad Barito, Panjer, Denpasar Selatan, sudah terlaksana dengan baik. Dimulai dengan observasi, metode pembekalan, pelatihan, hingga terjun langsung ke lapangan dengan menerapkan ilmu digital marketing kemudian dilanjutkan dengan mengimplementasikannya melalui program kerja. Metode evaluasi pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ditinjau dari keberlangsungan program kerja dan keefektifan, keberlangsungan program pada sasaran dari setiap program kerja.

Kata Kunci: Digitalisasi, Store Atmosfer, *Consumer Decision Making*, Analisis Situasi

ANALISIS SITUASI

Suatu bentuk kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Universitas Mahasaraswati Denpasar yang bertujuan agar mahasiswa mendapatkan pengalaman dan ilmu pengetahuan untuk memecahkan permasalahan yang terdapat dilingkungan sekitar serta dapat berkontribusi bagi masyarakat.

Pengabdian msyarakat ini dilakukan pada Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar yang terletak di Jalan Tukad Barito, Panjer, Denpasar Selatan, yang merupakan sebuah fashion store dengan mengusung konsep “*one stop shopping head to toe*”. Dinda Fashion Bali merupakan fashion store yang sudah berdiri selama 8 tahun tepatnya sejak tahun 2016. Untuk ukuran fashion store ini terbilang sudah legend, sehingga memang Dinda Fashion Bali sangat merasakan sekali dengan adanya revolusi di dalam dunia marketing, menyadari hal tersebut mereka pun perlu banyak beradaptasi dengan perubahan ini. perlu untuk selalu melakukan inovasi – inovasi serta peningkatan pemahaman mengenai digitalisasi marketing, yang dimana hal tersebut tidak lepas dari adanya perkembangan IPTEK yang pesat sebagai cikal bakal adanya revolusi dalam dunia marketing saat ini. Berbicara mengenai perkembangan IPTEK tentunya hal tersebut harus diselaraskan dengan pemahaman intelektual SDM. Karena pada dasarnya IPTEK yang dikembangkan berfungsi untuk mempermudah segala aspek kehidupan manusia, baik dari segi pekerjaan, komunikasi, dll, jika kita mampu mengimplementasikannya dengan baik. Maka dari itu pentingnya knowledge mengenai IPTEK agar kita dapat merasakan manfaat dari kemudahan – kemudahan

tersebut. Oleh karenanya, Dinda Fashion Bali juga telah memanfaatkan perkembangan IPTEK yang ada, mulai dari social media, hingga penggunaan alat digital lainnya.

Namun pada prakteknya tidak dapat dipungkiri bahwa tidak semua insan manusia dapat dengan mudah beradaptasi, bagi sebagian orang memerlukan waktu dan proses yang cukup lama dalam menghadapi perubahan, contoh saja pada Dinda Fashion Bali, permasalahan yang saya jumpai adalah kurangnya penyuluhan kepada karyawan dalam pengoptimalisasian IPTEK. Dinda Fashion Bali memang sudah mulai melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial sebagai wadahnya, hanya saja hal tersebut belum dioptimalisasikan, masih banyak hal yang dapat dilakukan dalam pengoptimalisasian kegiatan pemasaran produk di Dinda Fashion Bali, terlebih lagi adanya dukungan dari owner dengan tersedianya fasilitas yang memadai. Namun, jika hanya dengan fasilitas yang memadai tetapi tidak ada ilmu yang membekali itu tidak akan menghasilkan sesuatu. Maka dari itu perlunya balance antara knowledge dan IPTEK, khususnya pada karyawan di Dinda Fashion Bali. Selain pemanfaatan IPTEK, *store atmosphere* juga harus diperhatikan dalam kenyamanan pelanggan. Menciptakan atmosfer yang baik akan meningkatkan kesan bagi pembeli atau calon pembeli. Selain itu perlu adanya penempelan rules sebagai media komunikasi dengan konsumen dan atau calon konsumen agar menghidupkan suasana toko yang baik.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, terdapat beberapa permasalahan yang berada di Dinda Fashion Bali, seperti :

1. Kurangnya pemahaman mengenai digital marketing sehingga tidak optimalnya pemanfaatan social media, dan fasilitas alat digital lainnya dalam memudahkan kegiatan marketing di Dinda Fashion Bali.
2. Kurangnya kesan atmosfer store yang baik, yang perlu ditingkatkan guna menarik minat beli pelanggan dan atau calon pelanggan.

SOLUSI YANG DIBERIKAN

Adapun solusi yang dapat diberikan berdasarkan analisis situasi dan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut:

1. Perlunya penyuluhan mengenai seberapa pentingnya keterlibatan IPTEK dalam memudahkan pekerjaan baik dalam kegiatan promosi dan kegiatan pendukung produksi lainnya.
2. Memberikan gambaran mengenai kemudahan dan manfaat apa saja yang dapat dirasakan jika kita mulai mengaplikasikan media sosial sebagai wadah promosi.
3. Mulai mengenalkan cara pengaplikasian penggunaan IPTEK baik dari segi pembuatan konten kreatif yang dapat menarik minat konsumen dan pengaplikasian alat digital yang memudahkan pekerjaan karyawan.
4. Mulai mengikuti dan aktif dalam menciptakan konten - konten trend terbaru.

5. Membangun hubungan yang baik serta mulai melibatkan jasa influencer sebagai penyokong kegiatan promosi di media sosial.
6. Mulai mengenalkan system pencatatan barang sehingga tidak perlu dikerjakan secara manual dan agar lebih rapi.
7. Menata atmosfer store guna menarik minat beli pelanggan.
8. Membuat dan mencetak rules sebagai media informasi kepada customer.
9. Mengasah kemampuan karyawan dalam penggunaan digital marketing.
10. Melakukan pengawasan dan pendampingan dalam praktek digitalisasi marketing.
11. Memberikan evaluasi berupa saran dan masukan yang mendukung dan membangun sebagai bentuk dukungan.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini mendapatkan dukungan penuh dari owner (pemilik) serta karyawan Dinda Fashion Bali. Pelaksanaan pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan cara observasi terlebih dahulu mengenai permasalahan yang terjadi pada store Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar, Jalan Tukad Barito, Panjer, Denpasar Selatan, dengan terjun langsung ke lapangan yang bertujuan untuk mendapatkan informasi tersebut secara spesifik dan jelas dengan sasaran. Melakukan pengoptimalisasian digitalisasi dan *upgrading store atmosphere*, misalnya dengan pembuatan *template* konten kreatif, *live promotion*, penggunaan jasa *influencer*, digitalisasi resi paket konsumen, pencatatan stok barang dengan menggunakan system secara sederhana agar tertata rapi, dan pencetakan baner dan rules sebagai bentuk *upgrading store atmosphere*. Dimana dalam program ini hal utama yang ditekankan adalah kemudahan yang didapat jika kita mampu mengimplementasikan dan mengoptimalisasikan penggunaan IPTEK dengan baik, dan pembaharuan suasana store sebagai bentuk dukungan bagi peningkatan keputusan pembelian di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar.

HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

1. Faktor Keberhasilan

- a. Menjelaskan dan mempraktekkan konsep template konten promosi kreatif dengan media sosial sebagai wadahnya

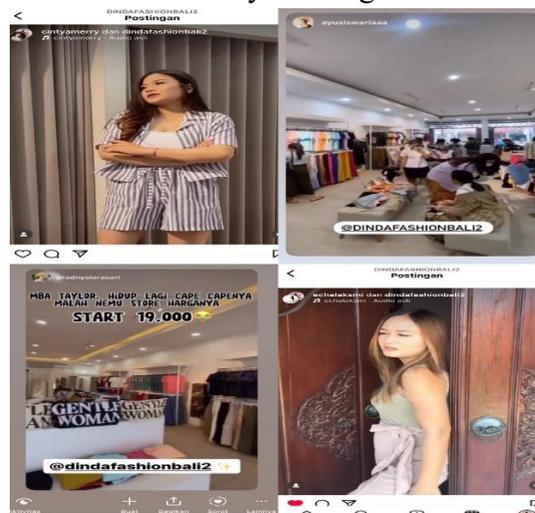
Hal pertama yang dilakukan saat hari pertama penerjunan ke lokasi pengabdian dimulai dengan sosialisasi dan penyuluhan pengenalan segala bentuk trend social media marketing dan penjelasan mengenai dampak positif yang didapat jika mulai menggunakan social media marketing. Kemudian mengasah dan memastikan pemahaman mengenai digital marketing dengan memberikan contoh mengenai digital marketing dan mulai mengmpulkan ide untuk pembuatan konten promosi yang menarik. Setelah memastikan pemahaman mengenai template konten kreatif, kemudian dilanjutkan dengan praktek pengimplementasian pembuatan konten dan kemudian di upload di media sosial.



Gambar 1. Proses menjelaskan dan mempraktekkan konsep template konten promosi kreatif dengan media sosial sebagai wadahnya

- b. Penerapan penggunaan jasa influencer sebagai media promosi dan komunikasi kepada customer.

Jika berbicara mengenai media sosial sebagai wadah promosi, tentunya hal tersebut merupakan ranah para influencer. Keterlibatan influencer dalam digital marketing diibaratkan sebagai tonggak yang menopang keberlangsungan kegiatan promosi melalui media sosial. Maka dari itu pentingnya melibatkan para infulencer, karena mereka dapat memberikan pengaruh yang besar, dimana para influencer dinilai dapat menginfluence para followers mereka, selain itu dengan menggunakan jasa influencer juga dapat membuka pasar yang lebih luas sehingga merek dagang kita bisa dikenali banyak orang.



Gambar 2. Penggunaan jasa influencer

- c. Melaksanakan kegiatan live promotion di platform media sosial untuk mencapai pangsa pasar yang luas.

Untuk menggait pangsa pasar yang lebih luas, mulailah bermunculan trend terbaru dalam melakukan kegiatan pemasaran, salah satunya adalah melakukan live promotion di platform e-commerce. Hal ini tidak lepas dari pengaruh perkembangan IPTEK yang semakin pesat. IPTEK membawa pengaruh besar bagi peradaban manusia. IPTEK menjadi juru kunci dalam kemudahan hidup yang didapat oleh manusia saat ini. Kemudahan – kemudahan tersebut dapat dengan sangat mudah dirasakan, terlebih lagi pada era revolusi 4.0 saat ini yang menjadi tonggak perubahan sudut pandang dari sebuah IPTEK. Mungkin pada 20 tahun yang lalu media sosial hanya digunakan sebagai alat komunikasi, namun melihat potensi yang luar biasa dari ruang lingkup yang dapat dijangkau oleh media sosial, yang akhirnya merambat ke salah satu aspek yang menjadi titik awal perkembangan pada era marketing yang mulai merajah kedalam penggunaan media sosial sebagai wadah promosi suatu produk maupun jasa. Live promotion dinilai sangat efektif dan efisien, karena tidak memerlukan tambahan biaya, dan dapat dilakukan dimanapun, Namun masih belum semua perusahaan yang mampu mengaplikasikan live promotion karena ada beberapa ketentuan hal – hal yang boleh dan tidak boleh dilakukan saat live. Salah satunya Dinda Fashion, yang masih kebingungan dalam melakukan live promotion, maka dari itu salah satu proker ini adalah menjelaskan ketentuan – ketentuan saat live promotion dan mengimplementasikan live promotion.



Gambar 3. Implementasi live promotion di platform e-commerce Tiktok

- d. Mendesain dan mencetak baner promosi yang menarik untuk menciptakan *atmosphere store* yang berkesan kepada konsumen atau calon konsumen

Untuk menopang minat beli konsumen dan atau calon konsumen, atmosfer store juga menjadi variabel pendukung. Dimana dengan menempel baner promosi

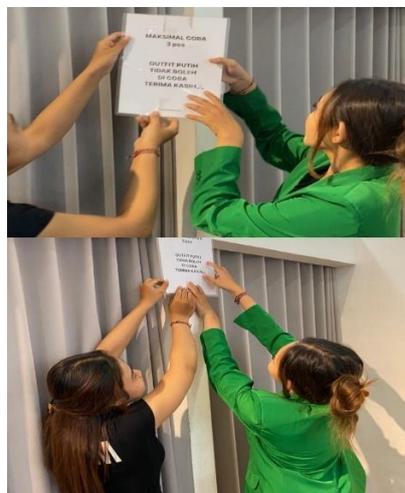
akan menarik perhatian konsumen. Selain tatanan store yang rapi, dengan adanya banner promosi juga akan membuat store terkesan meriah.



Gambar 4. Pemasangan Baner Promosi

e. Membuat dan mencetak rules sebagai media informasi kepada customer

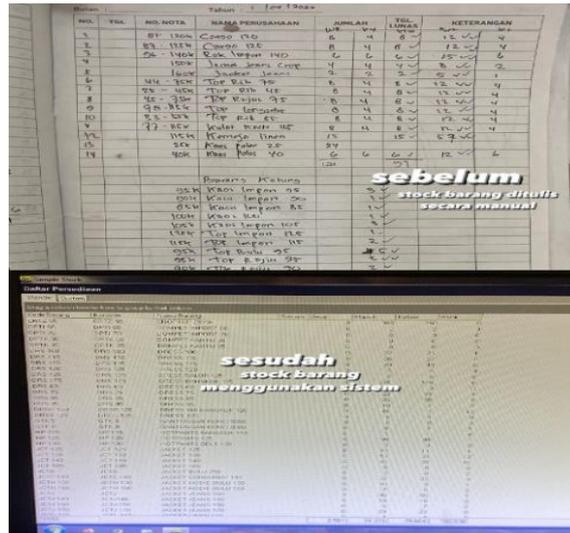
Selain dengan mencetak baner promosi, perlu juga mencetak rules sebagai media bentuk komunikasi dengan pelanggan dan calon pelanggan. Rules tersebut berisikan informasi – informasi terkait ketentuan dan kebijakan yang berlaku seperti maksimal mencoba 3 pcs barang, barang berwarna putih tidak dapat dicoba, dll. Dengan adanya rules hal tersebut akan menjembatani komunikator yang baik antara konsumen dan Perusahaan sehingga meminimalisir terjadinya mis communication.



Gambar 5. Pemasangan rules sebagai media informasi kepada customer

- f. Membuat dan pengaplikasian system sederhana untuk pencatatan stock barang.

Pencatatan stock barang merupakan hal yang sangat krusial. Maka dari itu untuk memudahkan pencatatan barang dibuatlah system pencatatan stock secara sederhana dengan memanfaatkan IPTEK. Pembuatan system pencatatan stock ini diharapkan dapat memepmudahkan dan mempercepat pekerjaan. Selain itu dengan menggunakan pencatatan stock secara digital, maka stock barang akan lebih tertata rapi dan pada saat balancing barang akan lebih mudah dilakukan.



Gambar 6. Pencatatan stock barang dengan system

- g. Penerapan barcode harga pada label produk

Dengan menggunakan barcode harga tentunya akan mempermudah pada saat melakukan transaksi. Selain itu hal tersebut akan meminimalisir kesalahan stock karena pada saat transaksi barang yang diinput akan sesuai dengan barcode yang tertera pada *price tag*.



Gambar 7. Pembuatan dan penerapan Barcode harga pada label produk

h. Pengenalan dan implementasi digitalisasi resi pada paket konsumen.

Setelah melakukan *live promotion* tentunya pesanan tidak hanya berasal dari daerah Bali saja, melainkan diluar Pulau Bali juga. Maka dari itu pengemasan dan resi yang tertera haru jelas. Oleh karenanya pentingnya penggunaan mesin cetak resi untuk mempermudah ekspedisi pengiriman dalam menghantarkan paket ke konsumen. Selain itu agar paket terlihat lebih proper dan rapi.



Gambar 8. Penggunaan resi digital

2. Faktor Pendukung

Dalam melakukan segala kegiatan pengabdian masyarakat di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar, mendapatkan dukungan dari segala pihak seperti, owner dan karyawan toko dari Dinda Fashion Bali. Pada saat melakukan pengabdian masyarakat di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar, karyawan dan konsumen mendapatkan segala akses untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat.

3. Faktor Penghambat

Dalam melakukan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar, terdapat beberapa faktor penghambat seperti daya tangkap beberapa pegawai yang berbeda – beda, ada beberapa pegawai yang dapat dengan mudah beradaptasi namun ada beberapa pegawai yang memerlukan waktu yang

lebih lama untuk beradaptasi dan Masih terdapat beberapa pegawai yang acuh pada saat dijelaskan mengenai manfaat dari proker ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengoptimalisasian Digitalisasi dan Upgrading Store Atmosfer sebagai bentuk upaya peningkatan Customer Decision di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar, telah berhasil diterapkan dengan baik dan sesuai dengan program yang telah direrencanakan. Adapun faktor – faktor yang mendukung kelancaran kegiatan ini adalah owner Dinda Fashion Bali yang sangat antusias dalam pelaksanaan kegiatan ini serta ketersediaan fasilitas pendukung yang memadai dalam pelaksanaan kegiatan.

Saran

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan selama pelaksanaan kegiatan pengoptimalisasian digitalisasi dan upgrading store atmosfer sebagai bentuk upaya peningkatan Customer Decision di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar masih perlu digencarkan Kembali pada beberapa bulan selanjutnya guna mematangkan kompetensi pegawai dalam pengoptimalisasian digitalisasi sebagai upaya meningkatkan keputusan pembelian di Dinda Fashion Bali Cabang Denpasar. Kemudian disarankan untuk selalu memperhatikan bentuk konten pemasaran yang dilakukan dimedia sosial agar berbasis kepada konten yang bersifat positif dan persuasif.

DAFTAR PUSTAKA

- Lestari, P. (2009). *Antropologi 2*. Jakarta: Pusat Perbukuan, Departemen Pendidikan Nasional
- LPPM Unmas Denpasar. (2024). *Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata Alternatif*. Denpasar: Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Rahayu, P. T. (2019). *Pelaku Kegiatan Ekonomi*. Semarang: ALPRIN