



Store Atmosfer Pada Alfamart Cabang Wuryorejo Wonogiri

Adam Sani Akbar¹, Iis Miati²

Ilmu Administrasi Niaga, STIA YPPT Tasikmalaya

Email : adamsaniakbar.01@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Store Atmosfer di Cabang Alfamart di Wuryorejo, Wonogiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai pendekatan yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial atau perilaku manusia dari sudut pandang yang lebih mendalam. Penelitian kualitatif berfokus pada interpretasi makna, konteks, dan kompleksitas dari suatu situasi atau peristiwa, daripada sekadar mengukur variabel-variabel yang dapat diukur secara kuantitatif. Secara umum, metode ini menunjukkan bahwa kondisi Store Atmosfer di Cabang Alfamart di Wuryorejo meliputi empat elemen: Store Eksterior, General Interior, Tata Letak Toko, dan Interior Display, yang masih memerlukan perbaikan dalam beberapa aspek. Hal ini dapat diamati melalui tanggapan informan mengenai kondisi Neon Box Alfamart yang kurang terlihat, ruang parkir yang terbatas, dan tampilan depan yang terlihat berantakan karena banyaknya kotak dan barang dagangan. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa Store Atmosfer secara signifikan memengaruhi kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian.

Kata Kunci : Store Atmosfer, Store Ekterior , General Interior, Store Layout , Interior Display

ABSTRACT

This study aims to describe the Store Atmosphere at the Alfamart branch in Wuryorejo, Wonogiri. Employing a qualitative approach, this research method seeks to comprehend and elucidate social phenomena or human behavior from a deeper perspective. Qualitative research focuses on interpreting the meanings, contexts, and complexities of a situation or event, rather than merely quantifying measurable variables. In general, this method reveals that the Store Atmosphere conditions at the Alfamart branch in Wuryorejo encompass four elements: Exterior Store Design, General Interior Ambiance, Store Layout, and Interior Displays, which require improvements in several aspects. This is evident through informant responses regarding the inconspicuous visibility of the Alfamart Neon Box, limited parking space, and a disorderly front display due to an abundance of boxes and merchandise. The research findings indicate that the Store Atmosphere significantly influences the comfort level of consumers during their purchasing experience.

Keywords: Store Atmosphere, Exterior Store, General Interior, Store Layout, Interior Display

PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan sektor bisnis ritel di Indonesia telah mencetuskan timbulnya persaingan dalam merebut perhatian pelanggan. Situasi persaingan yang semakin ketat ini juga menuntut tiap organisasi untuk memiliki daya tahan yang kuat. Oleh karena itu, diperlukan bagi setiap bisnis ritel modern untuk mengokohkan kapabilitas yang dimilikinya melalui metode memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli konsumen. Tak hanya itu, setiap pengecer memiliki kewajiban untuk terus berinovasi guna memenangkan kepercayaan konsumennya dan mendorong mereka untuk bertransaksi. Oleh karena itu, situasi pembelian terutama lingkungan fisik seperti warna, suara, cahaya, dan pengaturan ruang perlu diperhatikan retailer, karena dengan lingkungan fisik yang menarik diharapkan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian..

Pengalaman belanja fisik di toko tetap memiliki nilai yang signifikan. Meskipun konsumen dapat dengan mudah berbelanja secara online, pengalaman langsung di dalam toko dengan suasana yang nyaman, menarik, dan memuaskan memiliki daya tarik tersendiri. Oleh karena itu, memahami Store atmosphere menjadi semakin penting bagi Alfamart untuk mempertahankan pertumbuhan dan keunggulan kompetitifnya.

Store atmosphere (suasana toko) menjadi penting karena dapat mempengaruhi persepsi pelanggan tentang Alfamart sebagai merek. Dengan suasana yang nyaman, menyenangkan, dan mudah diingat, pelanggan cenderung lebih sering berkunjung dan berbelanja di Alfamart.

Store Atmosphere yang menarik dapat memberikan manfaat bagi Alfamart dalam meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan pengeluaran. Dengan merancang tata letak yang efisien dan mengatur penempatan produk dengan strategis, Alfamart dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya operasional, seperti biaya persediaan dan biaya tenaga kerja. Dengan mengoptimalkan pengeluaran ini, Alfamart dapat meningkatkan profitabilitas dan daya saing mereka di pasar ritel.

Selain itu, store atmosfer yang dirancang dengan baik juga dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan

masyarakat. Lingkungan toko yang bersih, teratur, dan menyenangkan dapat menciptakan suasana yang positif dan meningkatkan kepuasan hidup konsumen. Konsumen yang merasa nyaman dan senang saat berbelanja di Alfamart cabang Wuryorejo, Wonogiri, mungkin akan mengalami perasaan positif yang berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Kecamatan Wonogiri merupakan salah satu daerah yang berada di kabupaten Wonogiri kini sudah terdapat beberapa Alfamart yang berdiri di daerah kecamatan Wonogiri, Berdasarkan hasil survei dengan Alfamart di Desa Wuryorejo tentang pendapatannya perhari tidak menentu (naik turun) sesuai dengan jumlah pengunjung yang datang saja. Jam operasional Alfamart ini yaitu 24 jam demi mencakup banyak konsumen dan tidak ada hari Liburnya. Konsumen berbelanja di Alfamart karena adanya produk dengan harga promosi, lebih praktis dan mendapatkan kenyamanan dalam berbelanja. Dengan berbagai fasilitas seperti pendingin ruangan, interior yang bagus, penataan barang yang memudahkan dalam berbelanja, dan kejelasan harga yang dimana konsumen dapat memperkirakan apa saja yang ingin mereka beli.

Tabel 1.1 Tabel Data Penjualan Alfamart
Cabang Wuryorejo Kabupaten Wonogiri 2023

		Data Penjualan				
No		AVG	Januari 2023	Februari 2023	Maret 2023	Hasil
1	SPD	10.849.235	10.467,217	10.652.320	11.428.170	9,16%
2	STD	319,33	315	317	326	3,49%
3	APC	34.311	33.165	33.686	35.081	5,77%
4	GM	19,36	19.09	19.48	19.5	2,15%

Sumber : Data Penjualan Alfamart Cabang Wuryorejo Kabupaten Wonogiri 2023

Dari data tersebut kita mengetahui bahwa Rata-rata SPD pada Januari, Februari, dan Maret 2023 adalah sekitar 10.849.235, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 11.428.170. Selain itu, terjadi peningkatan penjualan sebesar 9,16% dibandingkan dengan bulan Januari. Rata-rata penjualan STD pada Januari, Februari, dan Maret 2023 adalah sekitar 319,33, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 326. Selain itu, terjadi peningkatan penjualan sebesar 3,49% dibandingkan dengan bulan Januari. Rata-rata penjualan APC pada Januari, Februari, dan Maret 2023 adalah sekitar 34.311, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 35.081. Selain itu, terjadi peningkatan penjualan sebesar 5,77% dibandingkan dengan bulan Januari. Rata-rata penjualan GM pada Januari, Februari, dan Maret 2023 adalah sekitar 19,36, dengan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Maret yaitu sebesar 19,5. Selain itu, terjadi peningkatan penjualan sebesar 2,15% dibandingkan dengan bulan Januari

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi store atmosfer di Alfamart cabang Wuryorejo. Alfamart cabang Wuryorejo dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki daya tarik yang kuat bagi konsumen dan merupakan toko Alfamart yang ramai dikunjungi di wilayah tersebut. Penelitian ini akan menganalisis elemen-elemen store atmosfer pada Alfamart cabang Wuryorejo.

Penelitian tentang store atmosphere pada Alfamart Cabang Wuryorejo, Wonogiri, juga memiliki implikasi praktis yang signifikan. Hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi dan saran yang dapat diimplementasikan oleh Alfamart dalam meningkatkan store atmosphere. Perusahaan dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai panduan untuk mengoptimalkan tata letak produk, desain interior, pencahayaan, kebersihan, dan interaksi dengan staf. Dengan menerapkan perbaikan yang diperlukan, Alfamart dapat menciptakan lingkungan belanja yang lebih menyenangkan bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Alfamart merupakan bentuk ritel modern yang sangat memperhatikan kenyamanan berbelanja bagi konsumen dan pelanggannya. Hal ini dibuktikan dengan upaya Alfamart memberikan yang terbaik bagi konsumen dan pelanggannya, baik dari segi harga yang bersaing, kelengkapan produk yang disediakan, lokasi yang strategis, namun masih terdapat beberapa masalah yang muncul dari hasil observasi yang dilakukan peneliti.

Hasil observasi langsung peneliti, terjadi beberapa masalah seperti :

1. Papan nama (*neon box*) yang terhalangi oleh pohon didepan toko. Yang membuat keberadaan alfamart itu sendiri kurang disadari oleh masyarakat.
2. Tempat parkir yang seharusnya nyaman dan luas untuk para pembeli. Pada Alfamart Wuryorejo ini terbilang sempit hanya muat maksimal 16 motor dan itupun menyita bagian trotoar untuk umum. Dan ketika mobil *supply* barang datang, itu menutup full pintu masuk yang membuat pembeli kurang nyaman.
3. Bagian depan Toko yang terlihat sangat penuh dan kumuh dengan barang dan kotak supply barang yang membuat penampilan depan bagian toko menjadi kurang menarik.

Alfamart merupakan bentuk ritel modern yang sangat memperhatikan kenyamanan berbelanja bagi konsumen dan pelanggannya. Hal ini dibuktikan dengan upaya Alfamart memberikan yang terbaik bagi konsumen dan pelanggannya, baik dari segi harga yang bersaing, kelengkapan produk yang disediakan, lokasi yang strategis, namun masih terdapat beberapa masalah yang muncul dari hasil observasi yang dilakukan peneliti.

Tinjauan Pustaka

Manajemen pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Menurut (K. L. K. Kotler Philip, 2008, hal. 5) pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran

untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan manajemen adalah proses pengorganisasian (*organizing*), perencanaan (*planning*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). (Ryan et al., 2013)

Menurut (Kotler dan Keller, 2013, hal. 177) Store atmosphere merupakan unsur senjata lain yang dimiliki toko. Setiap toko mempunyai tata letak fisik yang memudahkan atau menyulitkan pembeli untuk berputar-putar didalamnya. Setiap toko mempunyai penampilan.

Menurut (Christina Whidiya Utami, 2012, hal. 127), definisi atmosfer toko adalah Suasana Toko yang merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, Tata letak, pencahayaan, penyusunan produk, palet warna, suhu, musik, dan aroma secara keseluruhan akan membentuk persepsi di benak konsumen. Melalui suasana yang disengaja, ritel berusaha untuk menyampaikan informasi terkait layanan, harga, dan ketersediaan produk yang sesuai tren

Menurut (Berman & Evan, 2010, hal. 23) Store Atmosphere dapat diartikan bahwa bagi sebuah toko, penting untuk menonjolkan tampilan fisik, suasana toko berguna untuk membangun citra dan menarik minat pelanggan

Menurut (Berman dan Evan, 2014, hal. 545-552) terdapat indikator dari elemen store atmosphere yang berpengaruh yang terdiri dari *Store Exterior*, *General Interior*, *Store Layout* dan *Interior Display*. Yang sangat mempengaruhi didalam Store Atmosfer untuk menciptakan suasana nyaman yang mempengaruhi keadaan emosi dan akan membuat perasaan senang dan membangkitkan keinginan..

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan metode untuk menentukan kebenaran yang merupakan sebuah pemikiran yang kritis. Melalui penelitian manusia dapat memanfaatkan hasil penelitiannya, secara umum data yang diperoleh dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah. Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 2) yang dimaksud metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Berdasarkan metode penelitian yang dilakukan peneliti melakukan Observasi, wawancara dan juga menentukan populasi, teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling yang melibatkan pemilihan responden berdasarkan kriteria yang ditentukan dengan tujuan dan kebutuhan peneliti.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang mengarah pada induktif, yaitu mengambil data khusus dari kejadian-kejadian yang ditemukan di lapangan untuk kemudian ditarik kesimpulan yang lebih umum dan luas. Metode deskripsi digunakan untuk mendapatkan gambaran yang akurat mengenai suatu keadaan pada saat ini. Untuk mencapai tujuan tersebut, dilakukan tahapan-tahapan sebagai berikut: pengumpulan data, pengelolaan data atau analisis data, dan penarikan kesimpulan secara objektif untuk membentuk gambaran yang nyata mengenai keadaan yang diteliti. (diqlab, 2018) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Store Atmosfer Store atmosphere merujuk pada kombinasi elemen fisik dan psikologis yang terdapat dalam sebuah toko atau lingkungan ritel. Elemen fisik meliputi desain fisik, tata letak, pencahayaan, warna, dekorasi, dan aroma, sementara elemen psikologis melibatkan faktor seperti musik, suara, kebersihan, keteraturan, pelayanan pelanggan, dan interaksi sosial di dalam toko. Store atmosphere memiliki peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap toko. An terapat beberapa point didalam store atmosfer seperti store eksterior, General interior, Store Layout, dan Interior display yang harus diperhatikan oleh pihak Alfamart dalam menjalankan usahanya agar membuat persepsi yang bagus bagi para pelanggan maupun pembeli di alfamart.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori Berman and Evans (Berman & Evans, 2010, hal.3) dengan menganalisa Store Atmosphere dari Alfamart yang memiliki beberapa elemen yang harus diperhatikan yaitu Store Eksterior, General Interior, Store Layout, dan Interior Display yang sangat mempengaruhi penilaian konsumen. Semakin bertambah dewasa nya pikiran konsumen dalam mempertimbangkan belanja suatu produk yang diinginkannya, sehingga menuntut perusahaan untuk selalu memperbaiki Suasana toko mereka.

Store eksterior tetap relevan dalam era digital karena bukan hanya tempat transaksi, melainkan juga platform untuk membangun identitas merek dan pengalaman konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan dan Kepala Toko Alfamart cabang Wuryorejo Kecamatan Wonogiri, dapat disimpulkan bahwa store eksterior Alfamart tersebut masih memiliki beberapa kekurangan. Secara umum, tampilan luar Alfamart tersebut tergolong standar seperti Alfamart pada umumnya, namun ada beberapa aspek yang perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan kenyamanan dan daya tarik toko tersebut.

1. masalah utama yang dihadapi adalah lahan parkir yang terlalu sempit.
2. neon box Alfamart terlihat kurang mencolok dan tidak terlihat dengan jelas dari jalan.
3. adanya banyak kotak yang disimpan di area tersebut juga menciptakan kesan tidak rapi dan tidak nyaman.

General interior mencakup suasana dan kenyamanan di dalam toko. Pencahayaan yang cukup dan tepat adalah kunci untuk memastikan pelanggan dapat dengan mudah melihat dan memilih produk tanpa kesulitan. Pencahayaan

yang hangat dan nyaman juga dapat menciptakan atmosfer yang mengundang, membuat pelanggan lebih lama berada di dalam toko, dan meningkatkan kesempatan untuk pembelian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan dan Kepala Cabang Toko Alfamart Wuryorejo, dapat disimpulkan bahwa general interior Alfamart tersebut memiliki beberapa kelebihan namun juga beberapa kekurangan yang perlu diperbaiki.

1. masalah muncul dari jarak antar rak yang ada di toko ini. Beberapa rak terlalu sempit dan adanya tiang bangunan mengakibatkan beberapa area toko terasa lebih sempit lagi.
2. ada beberapa rak yang label harganya saling berhimpit atau tertutup.

Terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki, seperti pengecatan ulang untuk menyegarkan tampilan toko, dan juga perlu perhatian lebih pada kebersihan agar standar kebersihan toko tetap terjaga..

Menurut (Devi Puspitasari, 2012, hal. 30) *Layout* toko adalah gambar tampak atas yang berskala dari sebuah area toko yang memperlihatkan pembagian area. Tata letak atau *store layout* adalah bagaimana produk dan rak ditempatkan di dalam toko. Tujuannya adalah untuk memastikan konsumen dapat berbelanja dengan mudah dan efisien. Alfamart harus memperhatikan prinsip-prinsip tata letak toko yang baik untuk meningkatkan pengalaman belanja pelanggan.

Produk-produk yang sering dicari oleh pelanggan harus ditempatkan di lokasi yang mudah dijangkau dan terlihat dengan jelas. Penggunaan tanda-tanda atau papan penunjuk yang tepat juga membantu mengarahkan pelanggan menuju produk yang mereka cari. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan, dapat disimpulkan bahwa store layout Alfamart cabang Wuryorejo memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan.

1. Ukuran toko ini relatif kecil dibandingkan dengan sebagian besar tempat lainnya, seperti kebersihan dan keteraturan box penyimpanan serta beragam barang yang tersedia di depan toko menimbulkan kesan kumuh yang terlihat, lokasi Alfamart yang mudah diakses berada di jalan yang lurus menjadi keberuntungan tersendiri.
2. Pengelompokan barang di Alfamart ini sudah tertata dengan baik, yang meningkatkan kenyamanan berbelanja bagi pelanggan. Beberapa aspek lain seperti adanya box penyimpanan yang rapi dan mess untuk karyawan mengambil istirahat menunjukkan bahwa manajemen toko cukup memperhatikan efisiensi ruang.

Interior display merupakan elemen yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen guna memengaruhi atmosfer dalam lingkungan toko. Tujuan utamanya adalah meningkatkan penjualan dan keuntungan toko. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan, dapat disimpulkan bahwa interior display Alfamart cabang Wuryorejo telah diatur dengan baik dan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Penempatan produk di toko ini dianggap sangat baik oleh para pelanggan. Pelanggan dengan mudah dapat menemukan produk yang mereka inginkan, sehingga memudahkan proses berbelanja. Selain itu, tema yang sering diterapkan sesuai dengan hari-hari besar memberikan tampilan produk yang menarik dan teratur, menciptakan suasana yang menarik bagi konsumen.

KESIMPULAN

Alfamart sebagai perusahaan ritel telah berhasil bersaing dengan sukses di pasar Indonesia dengan menciptakan atmosfer toko yang menarik dan nyaman bagi pelanggan. Dalam mencapai kesuksesan ini, Alfamart telah fokus pada elemen-elemen seperti store eksterior, general interior, store layout, dan interior display.

Store eksterior merupakan hal pertama yang dilihat oleh calon konsumen sebelum masuk ke dalam toko. Meskipun Alfamart cabang Wuryorejo memiliki beberapa kekurangan, seperti lahan parkir yang sempit dan neon box yang kurang mencolok, namun penting bagi mereka untuk memperhatikan desain dan penataan eksterior agar menarik minat konsumen.

General interior mencakup suasana dan kenyamanan di dalam toko. Alfamart perlu memastikan pencahayaan yang cukup, kebersihan, dan suasana yang menyenangkan agar pelanggan merasa nyaman berbelanja. Penyediaan musik latar yang sesuai juga dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih positif.

Store layout atau tata letak produk juga penting untuk memastikan konsumen dapat berbelanja dengan mudah dan efisien. Pengelompokan produk dengan baik dan alur belanja yang logis akan membantu meningkatkan kenyamanan berbelanja bagi pelanggan.

Interior display berperan dalam menampilkan produk dengan menarik untuk menarik perhatian pelanggan dan mendorong pembelian impulsif. Penempatan produk yang baik dan penggunaan warna yang sesuai dapat menciptakan identitas merek yang konsisten.

Meskipun terdapat beberapa kekurangan, Alfamart Wuryorejo telah berusaha untuk menjaga kualitas dan memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan bagi pelanggan. Dengan perbaikan dan pemeliharaan yang tepat, Alfamart dapat terus bersaing dengan sukses di industri ritel dan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen.

Saran

Saran Teoritis:

- a) Pengembangan Strategi Store Atmosphere: Berdasarkan teori yang digunakan dari Berman & Evans, 2001, Alfamart dapat lebih fokus pada pengembangan strategi store atmosphere yang kuat. Hal ini mencakup peningkatan pada semua empat elemen store atmosphere, yaitu store eksterior, general interior, store layout, dan interior display.

Pengembangan strategi ini harus berlandaskan pada pemahaman mendalam tentang preferensi dan kebutuhan pelanggan.

- b) Penekanan pada Store Eksterior: Alfamart perlu memperhatikan perbaikan dalam hal store eksterior, termasuk neon box yang lebih mencolok dan jelas terlihat dari jalan. Pengaturan lahan parkir yang lebih efisien dan rapi juga perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan.
- c) Optimalkan General Interior: Fokus pada pencahayaan dan penataan rak yang lebih baik untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja. Menyediakan ruang yang lebih luas dengan mengoptimalkan tata letak dan menghindari rak yang terlalu sempit dan tidak rapi akan memberikan pengalaman belanja yang lebih baik.
- d) Perhatikan Store Layout: Dengan ukuran toko yang relatif kecil, Alfamart dapat lebih memaksimalkan penggunaan ruang dengan pengaturan produk yang tepat. Menempatkan produk-produk yang sering dicari oleh pelanggan di lokasi yang mudah dijangkau dan terlihat jelas akan meningkatkan efisiensi belanja pelanggan.
- e) Kreativitas dalam Interior Display: Alfamart harus terus berinovasi dalam merancang interior display untuk menciptakan tampilan produk yang menarik dan sesuai dengan tema yang relevan. Memberikan informasi tentang promo dan penawaran khusus melalui poster atau tampilan yang menarik akan meningkatkan daya tarik belanja.

Saran Praktis:

- a) Pemantauan Kontinu: Alfamart perlu melakukan pemantauan kontinu terhadap setiap aspek store atmosphere, baik secara visual maupun pengalaman pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui survei pelanggan, analisis data penjualan, serta umpan balik langsung dari pelanggan.
- b) Pelatihan Karyawan: Melibatkan karyawan dalam memahami pentingnya store atmosphere dan bagaimana mereka dapat membantu menjaga tampilan dan kenyamanan toko adalah langkah praktis yang efektif. Karyawan dapat berkontribusi dalam menjaga kebersihan, pengaturan produk, dan pelayanan yang ramah kepada pelanggan.
- c) Perbaikan Berkala: Alfamart perlu menjadwalkan perbaikan dan pembaruan berkala untuk aspek-aspek store atmosphere yang membutuhkan perhatian. Misalnya, perbaikan tampilan neon box, perbaikan pencahayaan, atau penataan ulang produk secara berkala.
- d) Promosi Khusus: Menerapkan promosi khusus yang terkait dengan perbaikan dalam store atmosphere juga dapat menjadi insentif bagi pelanggan untuk berkunjung dan berbelanja. Misalnya, peluncuran ulang toko dengan tampilan yang diperbarui dapat dikombinasikan dengan penawaran khusus.

REFERENSI

- Nurmawati, E. (2012). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Mulia Toserba Dan Swalayan Godean Sleman Yogyakarta). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Mulia Toserba Dan Swalayan Godean Sleman Yogyakarta)*, 9. <https://eprints.uny.ac.id/8757/>
- Laeli Nur Azizah. (2021). *Pengertian Bisnis Retail: Jenis, Tujuan, dan Cara Kerjanya*. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/bisnis-retail/>
- Utami, S. N. (2021). *Manajemen Strategi: Definisi Para Ahli dan Tugasnya*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/07/08/150000569/manajemen-strategi--definisi-para-ahli-dan-tugasnya>
- Barry Berman, Joel R. Evans, (2001). Retail Management eight edition, Penerbit Intermedia (terjemahan), Jakarta.
- Kotler, P. and Keller, K.L., 2016. Marketing management. 15th ed. Pearson.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen* (1 ed.; N. WK, ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- Porter, Michael E., 1947-; Lyndon Saputra; Sigit Suryanto; Competitive strategy techniques for analyzing industries and competitors : with a new introduction. (2007). *Strategi bersaing : (competitive strategy) : Michael E. Porter ; alih bahasa, Sigit Suryanto ; editor, Lyndon Saputra*. Tangerang :: Karisma Publishing Group