

# Pelatihan Manajemen Ritel Bagi UMKM Toko Kelontong sebagai Bentuk Kerjasama Perguruan Tinggi dan Mitra Industri

**Tri Siwi Agustina**

Faculty of Economics and Business, Airlangga University

*\*Corresponding author*

E-mail: [siwi@feb.unair.ac.id](mailto:siwi@feb.unair.ac.id) (Tri Siwi Agustina)

## **Article History:**

Received: Desember 2023

Revised: Januari 2024

Accepted: Januari 2024

**Abstract:** *The presence of minimarkets that are getting closer to residents in housing and the presence of technology has changed the behavior of retail store consumers from shopping at grocery stores that tend to be managed conventionally to modern stores. Based on this phenomenon, this collaboration activity between FEB UNAIR and BULOG for East Java Region was carried out. The Retail Management Training was held in November with a target audience of 35 grocery store owners in Tegalsari District. The training was carried out by lecture method, and question and answer. The positive response from participants is good news for the implementation of SUIC and is expected to be sustainable. It is realized that this activity is still far from perfect in equipping grocery store's owners, therefore, in order to be sustainable, it is hoped that there will be further activities so that grocery stores in Tegalsari District can attract buyers and be competitive.*

## **Keywords:**

*Grocery, Management, Store, Training*

## **Pendahuluan**

Program *Sustainable University – Industri Kolaborasi (SUIC)* UNAIR adalah program dari Universitas Airlangga yang ditujukan untuk memperkaya aktivitas kolaborasi antara kampus dengan dunia usaha – dunia. Aktivitas kolaborasi tidak hanya dalam bentuk pengajaran dan penelitian namun juga pengabdian masyarakat.

BULOG Wilayah Jawa Timur menjalin kemitraan dengan Universitas Airlangga sejak tanggal 3 Agustus Tahun 2023 yang ditandai dengan penandatanganan Nota Kesepahaman antara Perum BULOG oleh Rektor Unair dengan Perjanjian Kerja Sama antara Perum BULOG dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diusulkan Tim SUIC Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Unair adalah memberikan pelatihan manajemen ritel bagi pelaku usaha toko kelontong. Dikaitkan dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, maka kegiatan ini mendukung pilar nomor 8 Kesempatan Kerja Yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi terutama dalam rangka menggalakkan kebijakan pembangunan yang mendukung kegiatan produktif, penciptaan lapangan kerja layak, kewirausahaan, kreativitas dan inovasi, dan mendorong formalisasi dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (sdgsindonesia, 2017)

Toko kelontong didefinisikan sebagai toko kecil yang menyediakan barang-barang kebutuhan rumah tangga, dan biasanya mudah diakses karena berlokasi di tempat-tempat strategis. Toko semacam ini biasanya ditemukan di perumahan atau padat penduduk. Toko ini masih bersifat konvensional dan tradisional, di mana pembeli tidak dapat mengambil barang sendiri, karena rak toko belum modern bahkan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli. (Akbar dkk., 2018).

Ide awal dari kegiatan ini bermula dari pengamatan tim pengusul kegiatan adalah : (1) mengamati pesatnya perkembangan minimarket yang telah banyak berpengaruh pada eksistensi pedagang toko kelontong. (2) kehadiran teknologi perdagangan (*E-Commerce*) yang perlahan – lahan mendorong terjadinya perubahan perilaku berbelanja dari luring ke daring.

Sejak lama diamati bahwa pembeli yang sebelumnya berbelanja di toko kelontong telah beralih berbelanja ke minimarket. Menurut : Seminari, dkk (2017), hal ini disebabkan berbagai minimarket tersebut mampu memenuhi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder masyarakat dengan berbagai inovasi, seperti stok yang selalu ada, baik produk makanan, minuman, alat tulis, produk kecantikan, peralatan rumah tangga hingga sayur mayur. Tata letak *store* yang menarik dan mendatangkan rasa nyaman karena selalu tertata rapi dengan jarak yang teratur, bersih, pencahayaan yang terang dan sebagainya. Produk dikelompokkan dengan rapi dan mudah dalam mengambil barang. Harga produk yang nyaris lebih murah daripada toko kelontong atau seringnya ada program promosi yang memberikan hadiah atau potongan harga. Keadaan ini bukan lagi sekedar pesaing, tetapi telah berdampak pada kerugian akibat menurunnya pendapatan bagi toko kelontong.

Putri (2023) menambahkan bahwa peralihan konsumen ke minimarket juga disebabkan oleh tersedianya fasilitas transaksi *online*. Meskipun harga di warung kelontong lebih murah dibanding toko modern pembeli tidak merasakan kerugian yang berarti karena fasilitas, tempat yang nyaman dibandingkan dengan berbelanja

di warung kelontong

Terkait paparan di atas hal serupa juga dialami oleh toko kelontong maupun minimarket kecil di Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya. Kecamatan Tegalsari berada di tengah Kota Surabaya. Kecamatan ini merupakan salah satu kecamatan yang tergolong premium. Peralnya, kecamatan ini berada di lokasi yang strategis sehingga mudah dijangkau dari berbagai sudut Kota Surabaya. Menurut data BPS, jumlah penduduk di Kecamatan Tegalsari hingga tahun 2022 adalah 92014 jiwa. Jumlah penduduk yang melakukan perdagangan adalah 265 jiwa, (BPS Kota Surabaya, 2022)

Dikutip dari BPS Kota Surabaya (2022), diketahui terdapat 11 minimarket yang terletak di lokasi-lokasi strategis, bahkan antar satu minimarket dengan lainnya hampir berjarak 1 kilometer. Sedangkan jumlah toko kelontong sebanyak 505 toko.

Apabila ditinjau dari perbandingan minimarket dengan toko kelontong sekitar 1 : 50 , maka toko kelontong memang lebih mendominasi. Mengutip pernyataan Putri (2023), kekuatan toko kelontong terletak pada lokasi yang strategis dengan tempat tinggal, produk yang dijual cukup lengkap dan beragam, harga murah, pelayanannya juga cepat, tidak ada jam operasional, bahkan dapat berhutang ataupun membeli barang secara ecer.

Akan tetapi keberadaan minimarket yang marak masuk di pemukiman penduduk, dengan menawarkan kenyamanan belanja, kelengkapan produk serta kemudahan teknologi dalam proses pembayaran mengancam eksistensi para pedagang toko kelontong yang sebelumnya cukup laris. Toko-toko kelontong kini hanya tampak ramai di jam-jam tertentu. Keadaan ini telah berdampak pada pendapatan toko kelontong yang semakin menurun.

Hal ini diperparah lagi para pedagang toko kelontong adalah pedagang yang terbentuk karena inisiatif sendiri, yang bukan merupakan suatu jaringan seperti ritel-ritel modern. Sehingga tidak memiliki manajemen yang baik seperti : masalah bauran pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi), luas gerai, penataan, pencahayaan dan sebagainya.

Oleh karena itu, tim pengusul memandang perlu adanya suatu kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan potensi toko kelontong di Kecamatan Tegalsari yang jumlahnya relatif besar, agar pendapatan dari toko ritel tersebut juga besar. Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan ini adalah bagaimana meningkatkan manajemen usaha para pedagang toko kelontong di Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya?.

Aktivitas pengabdian masyarakat ini terinspirasi dari berbagai penelitian terdahulu untuk usaha toko kelontong, yakni : Fitrianto (2020) dalam artikelnya menyebutkan bahwa untuk meningkatkan daya saing toko kelontong agar meningkatnya pendapatan dan mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan yang semakin ketat maka diperlukan dukungan berbagai pihak diantaranya pemerintah dalam hal ini Dinas Perdagangan Kota Surabaya yang telah memfasilitasi adanya aplikasi *e-Discount* yang memudahkan toko kelontong melakukan *stocking produk* dan operasi pasar. Dukungan lain adalah dari para akademisi berupa pendampingan yang difokuskan pada pemasaran, manajemen keuangan, pemasaran produk, dan inventaris barang. Salah satu poin penting dari artikel ini adalah untuk dapat mendapatkan kemajuan dalam usaha, sebaiknya toko kelontong berada dalam naungan koperasi.

Pengabdian masyarakat sejenis juga dilakukan oleh Gunawan (2022) yang melakukan pendampingan intensif pada sebuah warung makan dan 1 toko kelontong di Yogyakarta. Pada artikel tersebut ditemukan suatu kesamaan fenomena yang tim pengusul SUIC temui yakni para pelaku usaha toko kelontong dan warung makan tersebut kurangnya kesadaran untuk mencatat persediaan barang, menyusun pembukuan, serta kurang kesadaran dalam melakukan promosi sebagaimana halnya minimarket modern. Setelah dilakukan pendampingan didapatkan Hasil dari kegiatan adalah: (1) adanya penataan kembali *layout* toko sehingga lebih rapi dan bersih, didukung pula dengan adanya mesin kasir yang memudahkan toko dalam membuat faktur penjualan; (2) Kedua mitra mulai memiliki kesadaran dan pengetahuan akan pentingnya pelayanan prima kepada pelanggan; 3) Mulai tergerak untuk melakukan promosi melalui *WhatsApp for Business* dan terdaftar pada aplikasi *GoFood*. (4) terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan sederhana dalam melakukan pencatatan.

## Metode

Berdasarkan latar belakang tersebut maka diselenggarakan kegiatan : Pelatihan Manajemen Ritel Bagi UMKM Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya bertempat di Aula Serbaguna Kecamatan Tegalsari, Kota Surabaya, pada hari Kamis, 23 November 2023, dengan materi yang diberikan adalah :

- 1) Mengenal Perilaku Konsumen Ritel oleh Dr. Tri Siwi Agustina (Dosen Prodi S1 Manajemen, Champion SUIC di FEB UNAIR)
- 2) Tips Mengelola Toko Ritel bersama Rumah Pakan Kita oleh Muhammad Husin (Bisnis Manager Bulog Wilayah Jawa Timur)

Hasil dari rancangan poster adalah sebagai berikut dan disebarluaskan melalui grup Whatsapp UMKM Kecamatan Tegalsari oleh Kasie Kesra, Ibu Jumiati



Gambar 1. Flyer yang disebarluaskan di WA Grup UMKM Kecamatan Tegalsari

## Hasil

Program dimulai pada pukul 08.30 WIB dan berakhir pada pukul 12.30 WIB, Kegiatan diikuti 35 peserta yang keseluruhan memiliki usaha toko kelontong di Kecamatan Tegalsari. Peserta tampak antusias mengikuti acara dari mulai awal hingga akhir terbukti tidak ada peserta yang pulang dulu, dan aktif mengajukan pertanyaan.

Kegiatan diawali pembawa acara, dengan memberikan kesempatan pada Tim SUIC FEB Unair, Pak Camat Tegalsari untuk memberikan sambutan. Sambutan pertama diberikan oleh Dr. Tri Siwi Agustina sebagai Ketua TIM SUIC FEB Unair. Sambutan diawali dengan menjelaskan tentang program SUIC dan alasan mengapa BULOG Wilayah Jawa Timur turut berkontribusi pada kegiatan ini. Tak lupa disebutkan pula alasan pula mengapa Kecamatan Tambaksari yang dipilih dan diakhiri dengan ucapan Terima Kasih pada Camat Tegalsari yang telah mendukung kegiatan ini serta BULOG Wilayah Jawa Timur sebagai mitra kolaborasi.

Pada sambutannya, Drs. Kartika Indrayana selaku Camat Tegalsari menyampaikan Terima Kasih karena untuk ke sekian kalinya UNAIR melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi warga Kecamatan Tegalsari. Kecamatan Tegalsari menurutnya merupakan Kecamatan yang memiliki toko kelontong paling banyak se-

kota Surabaya disusul Kecamatan Tambaksari. Harapan beliau kegiatan ini tidak hanya berhenti di hari ini saja namun berkelanjutan sehingga dampaknya dapat dirasakan para pengusaha UMKM di Kecamatan Tegalsari.

Setelah sesi sambutan selesai, dilakukan penyerahan cinderamata pada narasumber yakni mitra industri yang diwakili oleh Bapak Muhammad Husin. Acara dilanjutkan dengan penyampaian materi. Dr. Tri Siwi Agustina, SE, MSi menjelaskan tentang prospek usaha Toko Ritel di tahun 2024 yaitu : (1) permintaan terus meningkat (2) berkembangnya teknologi akan mendukung kinerja toko ritel asalkan bisa memanfaatkan, teknologi adalah sebuah keniscayaan, tidak bisa dilawan, yang ada adalah beradaptasi (3) berkembangnya toko kelontong modern (4) potensi kemitraan untuk pengusaha kelas UMKM agar dapat *survive* di tengah persaingan bisnis sejenis yang ketat.

Menghadapi hal tersebut, semua pelaku usaha ritel tradisional harus mempersiapkan diri dengan berbagai bekal, karena bisnis diibaratkan perang, oleh karena itu perlu strategi.

Salah satu strateginya adalah mengetahui dengan baik perilaku konsumen toko ritel. Hal awal yang harus diketahui adalah kebutuhan fungsional, kebutuhan emosional, kebutuhan sosial dan kebutuhan personal.



Gambar 1. Paparan Narasumber 1 tentang Mengenal Perilaku Konsumen Toko Ritel

Narasumber 2 yaitu Muhammad Husin (Manajemen Bisnis BULOG) dengan topik : Topik : Tips Mengelola Toko Ritel bersama Rumah Pakan Kita. Narasumber menjelaskan fokus utama mengelola toko Ritel terletak pada : (1) Pengalaman pelanggan (2) *Merchandise visual* (3) Manajemen persediaan (4) Operasi toko yang efisien. Manajemen persediaan harus dijaga sedemikian rupa agar barang tidak sampai kehabisan pada saat tingkat permintaan naik. Operasional toko adalah meskipun toko ritel sederhana dan milik sendiri perlu disempatkan untuk ada 1 hari libur dalam 1 bulan, hal itu dilakukan untuk melakukan pengaturan barang

dagangan, menghitung stok termasuk juga merapikan pembukuan.

Pada kesempatan tersebut, narasumber 2 juga menyampaikan tentang Rumah Pangan Kita (RPK), Manfaat RPK dan Syarat menjadi Sahabat RPK.

Rumah Pangan Kita adalah toko kebutuhan pokok milik masyarakat yang merupakan jaringan pemasaran Perum BULOG dan mendapatkan binaan langsung oleh BULOG. Tujuan didirikan adalah untuk membangkitkan usaha rakyat kecil dan juga untuk mewujudkan stabilisasi harga melalui produk pangan yang dikeluarkan oleh Perum BULOG dan pelayanan *voucher* pangan (Reski, 2019).

Di Jawa Timur sendiri *outlet* dari RPK sudah ada 6300 dan di kantor pusat Surabaya yang membawahi Gresik, Surabaya, dan Sidoarjo ada 450 *outlet*. RPK sudah berjalan selama 10 tahun, dan memberikan pembinaan manajemen usaha bagi para Sahabat RPK, di mana untuk memotivasi dan mengapresiasi kinerja usaha para Sahabat RPK dilakukan pemberian penghargaan pada para pelaku RPK terbaik. Penelitian Khairulya (2018) bahwa secara umum kepuasan pembeli bahan – bahan pokok produk BULOG serta layanan RPK adalah tinggi artinya para pelanggan dan para toko kelontong Sahabat RPK merasakan manfaat dari sisi finansial dan merasakan ada perubahan dalam toko kelontong yang dikelola.



Gambar 3. Pemaparan tentang Program Rumah Pangan Kita

## Diskusi

Selesai pemaparan narasumber, peserta mengajukan pertanyaan antara lain (1) Pak Arif (Toko Arif Jaya) : bagaimana menghadapi pelanggan yang belanja banyak namun berhutang ?, (2) Pertanyaan dari Pak Ridwan (Toko Barokah) : Sesering apa sebaiknya pelaku usaha memberikan bonus pada pembeli ? ; (3) Ibu Nurhayati (Toko Anugrah) : Promosi melalui *online* apa yang paling sederhana bisa dilakukan ? .





Gambar 4. Ibu Dea salah satu peserta mengajukan pertanyaan

Seperti halnya di sesi 1, peserta sangat antusias untuk mengajukan pertanyaan seperti : (1) Ibu Murniati ( Toko sembako Dewi) : bagaimana caranya membuat program promosi yang tidak perlu mengeluarkan uang ?; (2) Kak Ari (Toko sembako Gondes) : bagaimana menata produk agar menarik pembeli ? ; (3) Ibu Alfi (Pengusaha toko ritel dan Kebab Manis) : Syarat menjadi RPK, NIB saya masih usaha untuk kebab, bisa dipakai atau bikin baru?; (4) bu Dea : Apakah RPK bisa dikelola oleh koperasi? dan harga apakah bisa di nego?; (5) Bapak Yusuf (Pengusaha warung kelontong dan depot Bebek Goreng) : Rencana buka toko grosir, untuk harga dapat harga grosir apa harga pasar.



Gambar 4. Foto bersama Narasumber, Kepala Kecamatan dan Peserta di akhir acara

Tindak lanjut dari kegiatan ini adalah para UMKM berkeinginan untuk terus meng-*upgrade* dirinya agar mereka mampu bertahan di tengah kepeungan toko ritel modern, hal itu dibuktikan dengan keinginan mereka untuk mendapatkan pelatihan sejenis dengan topik *Lean Model Bisnis Canvas*, Keuangan Usaha Ritel dan Manajemen Inventaris. Apabila mengacu pada berbagai pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh abdimas sebelumnya tampaknya masih banyak peluang untuk mendampingi para pelaku toko kelontong ini dari berbagai topik misalnya edukasi tentang



penggunaan transaksi elektronik (Putri dkk., 2023), penataan *layout* toko dan pencatatan persediaan (Gunawan, 2022), akuntansi ritel (Akbar dkk., 2022), (Gunawan, 2022). Kegiatan edukasi maupun sosialisasi dapat dilakukan dengan mengadopsi topik – topik tersebut agar kegiatan ini berkelanjutan.

## **Kesimpulan**

Kegiatan SUIC Kolaborasi FEB Unair dengan Bulog Wilayah Jatim dalam bentuk pelatihan Manajemen Ritel Bagi UMKM disambut baik oleh peserta yang rata-rata telah mengelola toko ritelnya selama lebih dari 5 tahun secara konvensional. Respons positif dari peserta menjadi berita baik bagi pelaksanaan SUIC dan diharapkan dapat berkesinambungan. Hampir semua peserta pelatihan toko kelontong termasuk strategi bertahan dengan cara bermitra dengan perusahaan atau BUMN seperti program Rumah Pakan Kita (RPK). Adanya kegiatan ini peserta terlihat mulai memahami dan sadar akan pentingnya mengelola toko kelontong sangat penting untuk mempertahankan eksistensi usaha salah satunya adalah melakukan kemitraan. Secara umum, pelaksanaan SUIC Kolaborasi FEB Unair dengan Bulog Wilayah Jatim telah berjalan dengan lancar dan mendapat tanggapan positif dari peserta.

## **Pengakuan/Acknowledgements**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah mendukung, yaitu Camat Tegalsari beserta jajarannya, para mitra UKM pemilik usaha Toko Kelontong di Kecamatan Tegalsari, BULOG Wilayah Jawa Timur dan Airlangga Global Engagement yang telah menginisiasi adanya program SUIC.

## **Daftar Referensi**

- Akbar, D. S., Prawiranegara, B., & Rozak, D. A. (2018). Penerapan Format Akuntansi Sederhana pada Toko Kelontong. *Seminar Nasional Hasil PKM, Vol 1 No 1*(Vol 1 No 1 (2018): Vol. 1, No. 1, 2018), 163–173. <http://proceedings.conference.unpas.ac.id/index.php/pkm/article/view/349/269>
- Akbar, D. S., Prawiranegara, B., Rozak, D. A., Fitrianto, A. R., Amaliyah, E. R., Safitri, S., Setyawan, D., Arinda, M. K., & Gunawan, B. (2022). Pendampingan Pengelolaan Operasional Bisnis Dan Pemasaran Toko Kelontong Di Bangunjiwo Kasihan Yogyakarta. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 579–591. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1795>
- BPS Kota Surabaya. (2022). *Kecamatan Tegalsari Dalam Angka*.
- Fitrianto, A. R., Amaliyah, E. R., Safitri, S., Setyawan, D., & Arinda, M. K. (2020). Pendampingan dan Sosialisasi pada Usaha Toko Kelontong dengan Metode ABCD (Asset Based Community Development) Sebagai Upaya Pemberdayaan Ekonomi dan Peningkatan Literasi Usaha Toko Kelontong. *Jurnal Abdidas*, 1(6), 579–591. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v1i6.120>
- Gunawan, B. (2022). Pendampingan Pengelolaan Operasional Bisnis Dan Pemasaran Toko Kelontong

Di Bangunjiwo Kasihan Yogyakarta. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 329–335. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1795>

Khairulya, D., Bantacut, T., & Cahyadi, E. . (2018). Commercial Market Development of Bulog (Indonesian Logistic Bureau) Through Small-Retail Business Based on Community Service (Rpk / Rumah Pangan Kita). *International Journal of Advanced Research*, 6(7), 649–665. <https://doi.org/10.21474/ijar01/7409>

Putri, Y. ., Agatha, R., & Amelia, R. . (2023). Strategi Bertahannya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(2), 164–170. <https://doi.org/10.55606/inovasi.v2i2.1423>

Reski, K. (2019). Efektivitas Pelayanan Rumah Pangan Kita (Rpk) di Perum Bulog Kota Palopo. *Journal I La Galigo: Public Administration Journal*, 1(1), 45–50. <https://unanda.ac.id/ojs/index.php/ilagaligo/article/view/194%0Ahttps://unanda.ac.id/ojs/index.php/ilagaligo/article/viewFile/194/132>

sdgsindonesia. (2017). Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. In *Kementerian PPN / Bappenas*. <http://sdgsindonesia.or.id/index.php/sdgs/item/178-tujuan-pembangunan-berkelanjutan>

Seminari, N. K., Purnawati, N. K., Artini, L. G. S., Rastini, N. M., Nurcaya, I. N., & Warmika, I. G. K. (2017). Meningkatkan Manajemen Toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Moderen Di Desa Mengwi Kabupaten Badung. *Jurnal Udayana Mengabdi*, 16(3), 122–132. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jum/article/download/36822/22308/>