

Peningkatan Kemampuan Pengelolaan Warung *Retail* Bagi Masyarakat Desa Padamulya Kabupaten Cianjur

Increasing The Capability of Managing Retail Stores For The Padamulya Village Community In Cianjur Regency

Muhammad Fikri¹; Afiatin Dewi²

¹Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: muhammadfikri@unida.ac.id

²Universitas Djuanda Bogor, Jl. Tol Ciawi No. 1 Kotak Pos 35 Ciawi Bogor 16720, e-mail: afiatin.dewi@unida.ac.id

(Diterima: 25-06-2021; Ditelaah: 10-12-2021; Disetujui: 15-02-2022)

Abstrak

Tujuan dalam pengabdian ini adalah untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi warung retail di pedesaan seperti tidak adanya brand, penataan produk yang sembarang, tidak memiliki pencatatan keuangan, hingga tidak mengetahui bagaimana untuk melakukan promosi atas produk yang dijualnya. Metode pendekatan yang dilakukan dalam memecahkan permasalahan warung di Desa Padamulya menggunakan metode pendampingan berupa pengelolaan atau penataan usaha warung retail. Hasil dari program pendampingan dan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha warung retail bagi masyarakat Desa Padamulya terlihat dengan adanya perubahan pola pikir pemilik warung dari yang sebelumnya tidak melakukan pencatatan keuangan mulai mencatat keuangan warung nya. Selain itu, masyarakat mulai memahami pentingnya brand dan penataan produk yang berpengaruh terhadap penjualan.

Kata kunci: Penataan, Pengelolaan, Warung Retail

Abstract

The purpose of this dedication is to provide solutions to the problems of retail stalls in rural areas including the absence of a brand, arbitrary product arrangement, no financial records, to not knowing how to promote the products it sells. The method of approach taken in solving the problem of stalls in Padamulya Village uses a companion method in the form of retail shop management or business arrangement. The results of the assistance and training program in improving the ability to manage a retail shop business for padamulya villagers have seen a change in the mindset of the shop owner from those who did not previously report to start recording the finances of the shop. The public began to understand the importance of brands and product structuring that affected sales.

Keywords: Structuring, Management, Retail Store

PENDAHULUAN

Pengabdian mahasiswa kepada masyarakat dilaksanakan untuk memenuhi salah satu tri dharma perguruan tinggi, yakni pengabdian kepada masyarakat yang bersifat lintas disiplin dan sebagai komponen keilmuan, teknologi dan seni secara aplikatif guna membentuk kehidupan masyarakat, utamanya di pedesaan. Bentuk pengabdian tersebut dilaksanakan dengan cara menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah diperoleh di perkuliahan kepada masyarakat. Ilmu pengetahuan yang diterapkan adalah ilmu pengetahuan yang diperlukan oleh masyarakat atau yang dapat menjadi solusi bagi permasalahan yang terjadi kehidupan masyarakat. Hal ini dilakukan sebagai wujud rasa kepedulian dan tanggung jawab mahasiswa untuk memajukan bangsa dan negara di masa depan (Lubis, 2004).

Desa Padamulya terletak di wilayah Kecamatan Pasirkuda Kabupaten Cianjur yang merupakan hasil dari pemekaran Desa Girimukti Dusun Cimahpar dan Desa Girijaya Dusun Lingsungsari, Desa ini memiliki luas tanah 2.312.373 Ha. yang terbagi menjadi 8 RW dan 17 RT letak Desa Padamulya berbatasan dengan Desa Girimukti Kecamatan Pasirkuda sebelah utara, Desa Girijaya Kecamatan Pasirkuda sebelah selatan, Desa Padasuka Kecamatan Cibinong sebelah timur, Desa Pusakajaya Kecamatan Pasirkuda dan Desa Kalibaru Kecamatan Pasirkuda sebelah barat. Jumlah penduduk Desa Padamulya bulan Agustus 2019 sebesar 3.410 jiwa yang terdiri dari 1.716 laki-laki, 1.694 perempuan yang mana mayoritas penduduk beragama Islam dari segi mata pencaharian yang ditekuni penduduk Desa Padamulya adalah seorang buruh tani hal ini disebabkan karena letak Desa Padamulya yang berbatasan dengan pegunungan sehingga memudahkan masyarakat untuk bercocok tanam. Warung *retail* yang berada di pedesaan harus mampu menampilkan sesuatu yang berbeda dengan warung-warung pesaingnya. Hal ini dilakukan agar warung tersebut dapat mampu bertahan dan mempertahankan konsumennya. Upaya pertahanan yang dilakukan warung *retail* dapat meliputi perbaikan secara kontinyu baik dari sisi produk yang disediakan, layanan, sarana dan prasarana, hingga pencatatan keuangan. Warung-warung yang tidak siap akan perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat tentu akan tertinggal dan mengalami kekalahan.

Meningkatnya persaingan bisnis antar warung *retail* di Indonesia dapat disebabkan karena tingginya permintaan konsumen terhadap produk makanan dan minuman. Hal ini diperkuat oleh nilai Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK) Indonesia yang terbilang kuat dan cukup tinggi dibandingkan dengan negara lain. Menurut *Global Consumer Confidence Report* yang dirilis AC Nielsen, menyatakan bahwa pada tahun 2014 IKK Indonesia berada pada level 123 atau tepat satu level di bawah India yaitu 124, dan pada tahun 2013 Indonesia menempati IKK tertinggi dari total 60 negara yang di *survey* (Heriawan, 2018). Tingginya nilai IKK Indonesia ini membuka peluang dan potensi yang besar bagi para pemilik usaha.

Potensi yang cukup besar ini seharusnya mampu dimanfaatkan oleh pemilik usaha warung *retail* dalam mengembangkan bisnis dan memperbesar target

penjualannya, akan tetapi terdapat beberapa faktor yang menjadi kelemahan dan penghambat perkembangan bisnis warung *retail*. Faktor-faktor penghambat tersebut meliputi lokasi warung *retail* berada di pedesaan terutama daerah pegunungan yang terkendala dengan akses jalan dan akses permodalan, daya beli masyarakat pedesaan tidak sebesar masyarakat perkotaan yang memiliki kemudahan bekerja sehingga pendapatannya besar, dan masih rendahnya pemahaman masyarakat tentang bagaimana strategi yang baik dalam pengelolaan usaha warung *retail*. Strategi yang belum baik pada pengolahan warung *retail* di pedesaan ini lah yang menjadi permasalahan umum dan utama.

Permasalahan pada warung *retail* di pedesaan meliputi tidak adanya *brand*, penataan produk yang sembarang, tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik, dan kurangnya pengetahuan teknik promosi produk yang dijual, sehingga tidak heran jika warung-warung tersebut masih dalam kondisi yang sama dari sejak awal berdiri hingga sekarang. Atas dasar inilah perlu diadakannya pendampingan usaha dalam rangka pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha warung *retail* bagi masyarakat salah satunya yang berada di Desa padamulya.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan yang dilaksanakan dalam program ini terdiri dari *survey* dan observasi; persiapan pelaksanaan program berupa skema pendampingan dan alat yang dibutuhkan; melaksanakan pendampingan; memberikan pelatihan; serta melakukan evaluasi atas program yang telah dilaksanakan. Metode pendekatan yang dilakukan dalam memecahkan permasalahan warung di Desa Padamulya menggunakan metode pendampingan berupa pengelolaan atau penataan usaha warung *retail*. Target warung binaan pada program ini adalah warung Ibu Kanah yang berada di Kp. Mekarjaya Rt 02 Rw 08 Desa Padamulya Kecamatan Pasirkuda Kabupaten Cianjur. Program pendampingan tersebut dilaksanakan selama satu bulan yang terbagi menjadi 5 tahap yaitu sebagai berikut:

a) Branding

Menurut Kotler (2001), *branding* adalah pemberian nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari kesemuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk mengidentifikasi barang, jasa, atau kelompok penjual dan untuk membedakan dari barang atau jasa pesaing.

b) Display Produk

Display Produk merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan produk suatu perusahaan kepada konsumen agar konsumen dapat mengamati, meneliti dan melakukan pilihan dimana hal ini dilakukan konsumen karena terdorong oleh daya tarik penglihatan ataupun rasa-rasa tertentu karena adanya peragaan atau penyusunan produk yang menarik dalam memajangkan barang di dalam toko dan etalase yang mempunyai pengaruh besar terhadap penjualan.

c) Laporan Keuangan

Laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi yang dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan. Kondisi keuangan suatu perusahaan akan dapat diketahui dari laporan keuangan perusahaan yang bersangkutan, yang terdiri dari arus kas, neraca, laporan laba rugi, serta laporan keuangan lainnya.

d) Promosi

Menurut Nitisemito (1981 :128), promosi adalah salah satu kegiatan dibidang marketing yang bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan dengan jalan mempengaruhi konsumen baik langsung maupun tidak langsung. Payne (2000: 95) juga mengemukakan bahwa promosi adalah alat yang dapat digunakan organisasi jasa untuk berkomunikasi dengan pasar sasaran.

e) Pelatihan

Pelatihan merupakan suatu perbaikan kinerja dan meningkatkan motivasi kerja para karyawan yang dibebankan padanya, sehingga karyawan mengalami kemajuan dalam hal pengetahuan, keterampilan, dan keahlian sesuai dengan bidang pekerjaannya.

Metode pengabdian yang dilakukan pengabdian berupa partisipasi aktif yakni dengan adanya pendampingan, pelatihan serta ceramah. Penulis dalam hal ini melakukan pendampingan ekonomi masyarakat dengan cara mendampingi warung yang ada disekitar wilayah desa Padamulya dengan memberikan strategi dalam branding, penataan produk. Adapun lokasi yang dijadikan tempat pelaksanaannya adalah Desa Padamulya, Kecamatan Pasirkuda, Kabupaten Cianjur, Provinsi Jawa Barat. Alasan dipilih Desa Padamulya sebagai karena kategori desa tersebut merupakan desa tertinggal, sehingga memerlukan banyak bantuan untuk mengembangkannya, terutama bantuan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mengembangkan potensi-potensi desa tersebut.

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan dalam program pendampingan ini diawali dengan survey mengenai jumlah warung beserta kondisi keadaan warungnya. Hasil survey menunjukkan total warung berjumlah sepuluh warung yang dibagi kedalam tiga kategori yaitu besar berjumlah dua warung, sedang berjumlah 3 warung dan kecil berjumlah 5 warung. Kegiatan selanjutnya yaitu dilakukan observasi terhadap tiga warung sebagai sampel yang mewakili kondisi warung di Kp. Mekarjaya yaitu warung ibu Kanah, warung ibu Dewi dan warung ibu Asiyah. Analisis atas data yang diperoleh pada saat observasi menunjukkan bahwa sebagian besar warung di Kampung. Mekarjaya tidak mengerti pentingnya *brand*, *display* produk, laporan keuangan, dan strategi promosi.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka diperlukanlah pendampingan bagi pemilik warung untuk menata kembali usaha warung yang dijalankannya. Skema pendampingan disusun terlebih dahulu sebelum pelaksanaan mulai dari *branding*,

display produk, laporan keuangan, strategi promosi, dan materi pelatihan. Persiapan alat yang dibutuhkan alat yang dibutuhkan meliputi cat, banner, dan buku besar. Kegiatan pelaksanaan dibagi kedalam empat tahap, yaitu sebagai berikut:

- 1) Melakukan *branding* terhadap warung agar menarik minat konsumen untuk berbelanja, yaitu dengan melakukan pengecatan pada pagar yang berada di depan warung dengan menggunakan cat tembok warna biru dan putih sesuai dengan ciri khas Desa Padamulya. Dilakukan pemasangan banner warung binaan KKN FEI dengan tulisan “W-Mudah, Berkah, Bermanfaat” yang memiliki makna warung binaan KKN FEI dapat memberikan kemudahan, keberkahan serta kebermanfaatannya bagi masyarakat dalam berbelanja.
- 2) Melakukan *display* produk atau penataan kembali produk yang dijual di warung ibu Kanah, sehingga konsumen yang berbelanja dapat merasakan kenyamanan. Produk yang dijual pada warung bu kanah terdiri dari pakaian, tas, ATK, makanan, minuman, bumbu dapur, sabun, mainan dan produk lainnya. Semua produk yang dijual kemudian dilakukan pemisahan tempat sesuai jenis produk. Pada tampilan depan disimpan produk makanan dan minuman, tampilan tengah di isi dengan bumbu-bumbu dan produk-produk kebersihan. Tampilan belakang diisi dengan pakaian dan tas, sedangkan pada tampilan pinggir di isi dengan mainan untuk anak-anak.
- 3) Melakukan pembukuan atau laporan keuangan sederhana terhadap semua hal yang berkaitan dengan keuangan warung baik pendapatan, pengeluaran hingga persediaan barang. Laporan keuangan yang diberikan adalah sebagai berikut:

a) Buku Penjualan

Buku penjualan adalah buku yang disediakan warung untuk mencatat setiap transaksi yang dilakukan atas pembelian setiap barangnya. Data yang diperoleh pada buku penjualan dapat dijadikan sebagai acuan dalam membuat keputusan barang yang akan dijual kembali. Sehingga pemilik warung dapat menyediakan produk sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen.

Tabel 1 Format Buku Penjualan

No.	Tanggal	Transaksi	Jumlah	Harga	Saldo
-----	---------	-----------	--------	-------	-------

b) Buku Kas Utama

Buku kas utama merupakan buku yang berisi data pemasukan dan pengeluaran dalam setiap harinya. Laporan pada buku kas utama berfungsi untuk menelusuri keuangan warung sehingga pemilik warung dapat mengontrol pengeluaran agar keuntungan yang didapatkan tidak bercampur dengan keuangan yang lain.

Tabel 2 Format Buku Kas Utama

No.	Tanggal	Transaksi	Debit	Kredit	Saldo
-----	---------	-----------	-------	--------	-------

c) Buku Persediaan Barang

Buku persediaan barang yaitu buku yang memberikan informasi kepada pemilik warung tentang jumlah barang yang tersedia sehingga pemilik warung dapat menyediakan kembali barang sebelum stok habis. Buku ini memberikan kemudahan pemilik warung untuk dapat mengecek kapan masa kadaluarsa produk yang dijualnya.

- 4) Melakukan strategi promosi penjualan untuk meningkatkan pendapatan yaitu dengan memberikan diskon atau promo dan layanan jemput bola. Diskon atau promo yang coba dilakukan adalah dengan memberikan kupon gratis pada setiap maksimal pembelian. Layanan jemput bola dilakukan dengan memasang nomor pemilik warung yang dapat dihubungi oleh pelanggan, sehingga ketika ingin berbelanja dapat memesan melalui handphone dan pesanan diantarkan ke tempat konsumen dengan *free* ongkir.
- 5) Melakukan pelatihan pengelolaan warung bagi semua pemilik warung yang berda di Kp. Mekarjaya Rt 02 Rw 08 Desa Padamulya. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus 2019 pukul 16.30 – 17.30 berlokasi di Madrasah. Peserta yang hadir tidak hanya warga yang memiliki warung saja, namun warga yang lainnya pun mengikuti kegiatan pelatihan ini. Materi yang disampaikan pada pelatihan ini adalah skema pendampingan yang telah dilakukan pada warung ibu Kanah seperti *branding*, *display* produk, laporan keuangan, dan strategi promosi.

Hasil dari program pendampingan dan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan usaha warung *retail* bagi masyarakat desa Padamulya terlihat adanya perubahan pola pikir pemilik warung untuk membuat catatan laporan keuangan. Masyarakat mulai memahami pentingnya merk dan penataan produk yang berpengaruh terhadap penjualan.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa pemilik warung di Kampung Mekarjaya Desa Padamulya rata-rata tidak memahami pentingnya *branding*, cara menata produk, teknik penulisan laporan keuangan, strategi promosi, dan pelatihan warung. Namun setelah dilakukan pendampingan usaha terhadap warung tersebut menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pengelolaan usaha warung *retail* bagi masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan mulai dilakukannya pencatatan keuangan pada warung ibu Kanah. Pemilik warung juga mulai memahami tentang strategi yang bisa dilakukan oleh pemilik warung untuk mengembangkan usahanya. Adapun upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk mengembangkan potensi usaha warung adalah sebagai berikut : 1) Melakukan

pelatihan lanjutan untuk pemilik warung. 2) Menjadikan program binaan warung sebagai unit usaha pada BMT Padamulya. 3) Memberikan akses pasar yang lebih luas dengan bantuan pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Elfrianto. 2016. *Manajemen Pelatihan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Lulusan. Jurnal EduTech*. Volume 2 Nomor 2. Pp 48.
- Heriawan, Teguh. 2018. *Analisa Kreatifitas Pelaksanaan Strategi Pemasaran Pada Usaha Retail Bussines (Bisnis Eceran) untuk usaha minimarket konvensional di Indonesia. Jurnal Ekonomi*. 9 Nomor 1. Pp 59.
- Juwita, Dara. 2015. *Pengaruh Kinerja Retailing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Palmart Bandung*. Jurnal Portofolio. Volume 12 Nomor 2. Pp 186.
- Kesuma, Y F. 2014. *Analisis Laporan Keuangan Sebagai Dasar Dalam Penilaian Kinerja Keuangan PT Budi Satria Wahana Motor*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Volume 2 Nomor 1. Pp 94.
- Kotler, Philip, dan Susanto, A.B. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari Rahmadani, N M. 2016. *Pengaruh Display Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda*. eJournal: Ilmu administrasi Bisnis. Volume 4 Nomor 3. Pp 687.
- Utomo, Tri Joko. 2011. *Persaingan Bisnis Retail: Tradisional Vs Modern*. Fokus Ekonomi. Volume 6 Nomor 1. Pp 124.
- Wandikbo, Y, dkk. 2013. *Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Sepeda Motor Honda Merek CBR 150cc Pada PT. Daya Adicipta Wisea Kec. Kalawat Maumbi Kab. Minahasa Utara*. Journal Acta Diurna. Edisi April.