

Meningkatkan Keterampilan Manajemen Retail: Pelatihan untuk Pemberdayaan Masyarakat

Enhancing Retail Management Skills: Training for Community Empowerment

**Hugo Aries Suprpto¹, Hanggono Arie Prabowo², Husain Nurisman³,
Albertus Maria Setyastanto⁴, Iramdan⁵, Ari Wahyu Leksono⁶, Siti Alifah⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Indraprasta PGRI Jakarta

*Email penulis korespondensi: bapak.aris@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang kegiatan ini adalah pentingnya manajemen ritel yang efektif bagi UMKM di era digital. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen ritel kepada masyarakat yang tinggal di sekitar Jalan Duri Kepas Jakarta Barat. Metode kegiatan melibatkan pelatihan dengan 20 peserta yang berasal dari berbagai latar belakang, dengan fokus pada pelaku UMKM dan warga yang berminat dalam pengembangan bisnis mereka. Pelatihan ini mencakup pengenalan manajemen ritel, praktik dan penerapan strategi manajemen, serta cara penanganan keluhan pelanggan. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kesadaran peserta tentang pentingnya penerapan manajemen yang tepat dalam usaha mereka. Peserta merasa lebih percaya diri untuk menerapkan strategi-strategi yang telah dipelajari dalam usaha mereka masing-masing. Saran untuk pelatihan selanjutnya adalah memperdalam materi tentang strategi pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi informasi, mengingat pentingnya hal tersebut dalam pengembangan UMKM. Selain itu, perlu adanya pendampingan berkelanjutan dan evaluasi berkala..

Kata kunci: Manajemen, Ritel, Masyarakat

ABSTRACT

The background of this activity is the importance of effective retail management for SMEs in the digital era. The goal of this activity is to provide a better understanding of retail management to the community living around the training location. The method involves training 20 participants from various backgrounds, focusing on SMEs actors and residents interested in business development. This training includes an introduction to retail management, practice, and application of management strategies, as well as customer complaint handling methods. The results show an increase in participants' awareness of the importance of applying proper management in their businesses. Participants feel more confident in implementing the strategies they have learned in their respective businesses. Suggestions for future training include deepening the material on digital marketing strategies and the utilization of information technology, given the importance of these factors in the development of SMEs. Additionally, continuous assistance and periodic evaluations are necessary.

Keywords: Management, Retail, Community

PENDAHULUAN

Manajemen retail yang efektif menjadi salah satu kunci utama dalam pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi, pelaku UMKM dituntut untuk menyesuaikan diri dengan dinamika pasar yang terus berubah. Dalam konteks ini, peningkatan keterampilan manajemen retail di kalangan masyarakat, khususnya mereka yang menjalankan usaha skala rumah tangga dan UMKM, sangatlah penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi bisnis melalui pemanfaatan platform seperti Google Maps dan media sosial dapat membantu UMKM dalam meningkatkan visibilitas mereka di pasar. Hal ini sejalan dengan kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin terhubung secara digital. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial, pelaku UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, serta mempromosikan produk mereka dengan cara yang lebih efisien dan efektif.

Selanjutnya, Ratnaningtyas et al. (2024) menekankan pentingnya strategi pemasaran yang tepat bagi UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan pemasaran digital. Dengan memanfaatkan berbagai media sosial dan marketplace, UMKM seperti Keripik Belut Citra Rasa dapat meningkatkan pemasaran produk mereka dan berkompetisi dengan industri yang lebih besar dan mapan. Di era digital ini, kemampuan untuk menggunakan alat pemasaran digital secara efektif menjadi sebuah keharusan bagi pelaku UMKM agar tetap relevan di pasar.

Fatkurohman (2018) juga menyebutkan berbagai kendala yang dihadapi oleh UKM dalam bersaing di pasar, khususnya dalam hal pemasaran. Kendala-kendala ini dapat diatasi melalui pelatihan manajemen retail yang memfokuskan pada pengembangan keterampilan pemasaran dan strategi bisnis yang berkelanjutan. Pelatihan semacam itu tidak hanya meningkatkan kemampuan individu, tetapi juga memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Dalam konteks penerapan teknologi, Salindri (2022) menjelaskan bahwa proses adaptasi teknologi dalam kegiatan pemasaran akan membawa dampak positif bagi perkembangan usaha. Peningkatan kualitas produk dan pengembangan usaha sangat bergantung pada kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi. Oleh karena itu, pelatihan manajemen retail yang mencakup teknologi informasi dan digital marketing

perlu diperkenalkan dan diterapkan secara luas, terutama bagi masyarakat yang bergerak di sektor UMKM.



Gambar 1. Usaha Minuman Jus

Aji et al. (2024) menambahkan bahwa implementasi teknologi informasi digital sangat penting dalam membantu UMKM menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Platform e-commerce, sistem informasi manajemen, dan media sosial merupakan beberapa alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam mengembangkan strategi bisnis yang berkelanjutan. Ketika pelaku UMKM memiliki pengetahuan yang cukup dalam menggunakan teknologi ini, mereka akan lebih siap untuk menghadapi berbagai tantangan yang mungkin muncul.

Atmojo (2022) juga menyoroti perlunya kesadaran di kalangan pelaku UMKM mengenai manfaat informasi teknologi. Dengan pemahaman yang baik tentang pentingnya teknologi, pelaku UMKM dapat memaksimalkan potensi mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui pelatihan yang tepat, para pelaku usaha dapat diajarkan cara memanfaatkan media sosial sebagai marketplace yang efektif, sehingga produk mereka lebih dikenal dan mudah diakses oleh konsumen.

Dalam aspek pemasaran online, Fajrin et al. (2021) mencatat bahwa pemasaran online menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Di tengah tantangan yang ada, pelaku UMKM diharapkan untuk mengembangkan potensi pemasaran mereka dan menjaga hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini menjadikan pemasaran dan penjualan produk secara online sebagai solusi yang tidak hanya mencegah kerugian, tetapi juga memberikan kesempatan untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Peningkatan sumber daya manusia (SDM) dan konsep kewirausahaan menjadi salah satu faktor penting dalam mengembangkan UMKM, seperti yang dijelaskan oleh Sundari (2024). Keterampilan manajemen retail tidak hanya berfokus pada aspek pemasaran, tetapi juga mencakup pengelolaan sumber daya, struktur organisasi, dan pelayanan kepada konsumen. Pelatihan yang mumpuni akan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan agar pelaku UMKM dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional dan efisien.

Salah satu obyek mitra pengabdian kepada masyarakat kali ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di jalan Duri Kepa Jakarta Barat. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu manajemen ritel usaha masyarakat dan UMKM yang berada di sana. Teori dan praktik terbaik diberikan agar dapat mengembangkan usaha mereka. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen retail kepada masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi pelatihan

Dengan menggabungkan berbagai ilmu dan praktik terbaik dalam manajemen retail, pelatihan untuk pemberdayaan masyarakat di sektor UMKM menjadi sangat penting. Pelatihan ini tidak hanya mengajarkan strategi pemasaran, tetapi juga membantu peserta untuk memahami pasar, menganalisis kompetitor, serta mengatur keuangan dan operasional bisnis.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai manajemen retail kepada masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi pelatihan. Kegiatan ini direncanakan untuk diikuti oleh 20 peserta yang berasal dari berbagai latar belakang, dengan fokus pada pelaku UMKM dan warga yang berminat dalam pengembangan bisnis mereka. Pelatihan akan berlangsung dari awal Maret hingga April 2025.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini akan dibagi menjadi beberapa sesi, di mana setiap sesi akan berlangsung selama 60 menit dengan materi yang berbeda-beda. Materi yang disampaikan akan mencakup pengenalan manajemen ritel, praktik dan penerapan strategi manajemen, serta cara penanganan keluhan pelanggan. Pengenalan manajemen ritel akan membahas konsep dasar manajemen, pentingnya manajemen yang baik dalam dunia retail, serta aspek-aspek kunci yang harus diperhatikan dalam mengelola sebuah usaha retail. Peserta akan dipandu untuk memahami bagaimana manajemen yang efektif dapat mempengaruhi kinerja dan keberhasilan usaha mereka.

Sesi berikutnya akan difokuskan pada praktik dan penerapan strategi manajemen ritel yang telah dipelajari. Dalam sesi ini, peserta akan diajak untuk melakukan studi kasus dan simulasi situasi yang sering dihadapi dalam dunia retail. Pembicara akan memberikan contoh nyata dan diskusi interaktif, yang memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengelola usaha mereka. Hal ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman peserta mengenai penerapan teori manajemen dalam situasi nyata.

Sesi terakhir akan mengangkat tema penanganan keluhan pelanggan. Dalam dunia retail, kemampuan untuk menangani keluhan pelanggan dengan baik merupakan kunci untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, peserta akan diajarkan teknik-teknik efektif dalam menangani keluhan, serta pentingnya mendengarkan dan memberikan solusi atas masalah yang dihadapi pelanggan. Melalui role-play dan diskusi kelompok, peserta akan mendapatkan pengalaman praktis dalam menghadapi berbagai situasi yang mungkin terjadi di lapangan.

Untuk mengevaluasi pemahaman peserta terhadap materi yang telah diajarkan, akan dilakukan tes evaluasi di akhir setiap sesi. Tes ini berupa kuis atau pertanyaan singkat yang dirancang untuk mengukur sejauh mana peserta memahami konsep yang telah disampaikan selama pelatihan. Hasil evaluasi ini akan menjadi acuan untuk menentukan keberhasilan pelatihan dan memberikan umpan balik mengenai materi yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam sesi pelatihan selanjutnya.

Metode kegiatan ini dirancang untuk mendorong partisipasi aktif dari para peserta. Penekanan pada interaksi antara peserta dan fasilitator diharapkan dapat menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan produktif. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam usaha mereka masing-masing. Dengan demikian, melalui kegiatan ini, diharapkan akan tercipta pemberdayaan masyarakat yang lebih baik dalam kemampuan manajemen retail dan pengembangan usaha kecil yang berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini berjalan dengan baik dan lancar. Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan di salah satu rumah masyarakat di Jala Duri Kepa, Jakarta Barat, melibatkan 20 peserta yang merupakan anggota masyarakat lokal. Materi yang disampaikan terdiri dari pengenalan manajemen ritel, praktik, dan penanganan keluhan pelanggan.



Gambar 2. Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat

Selama sesi pelatihan, banyak pertanyaan yang diajukan oleh peserta, terutama terkait dengan pengenalan usaha dan strategi penanganan keluhan pelanggan. Hal ini menunjukkan minat yang tinggi dari peserta untuk memahami lebih dalam mengenai aspek-aspek yang menjadi sangat kritis dalam manajemen retail. Materi mengenai pengenalan manajemen ritel dan praktik penanganan keluhan pelanggan memperoleh nilai yang cukup baik, menggambarkan bahwa peserta berhasil menyerap informasi dengan baik.

Salah satu aspek penting yang dibahas dalam pelatihan adalah penerapan strategi pemasaran yang tepat. Salindri (2022) mencatat bahwa penerapan strategi pemasaran yang sesuai dapat memberikan dampak signifikan bagi perkembangan usaha. Pada sesi ini, peserta diajarkan cara-cara menggunakan strategi pemasaran yang efektif, baik secara konvensional maupun digital. Peserta diajak untuk memahami bagaimana penerapan teknologi, seperti penggunaan media sosial dan platform e-commerce, dapat membantu usaha mereka mencapai pasar yang lebih luas.

Penggunaan teknologi informasi digital menjadi fokus utama dalam pembelajaran. Aji et al. (2024) mengungkapkan bahwa implementasi teknologi informasi dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dalam pelatihan ini, peserta diajarkan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran dan sistem informasi manajemen (SIM) untuk mengelola data dan operasional usaha mereka. Hal ini diharapkan dapat membantu peserta untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih berkelanjutan, meningkatkan efisiensi, dan memaksimalkan potensi yang ada.

Sesi penanganan keluhan pelanggan sangat menarik perhatian peserta. Menangani keluhan dengan baik adalah salah satu aspek penting dalam manajemen retail yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam sesi ini, para peserta diberikan berbagai teknik dan praktik langsung tentang bagaimana cara menangani keluhan pelanggan secara efektif. Kemampuan dalam menangani keluhan dengan baik tidak hanya akan menjaga hubungan yang harmonis dengan pelanggan, tetapi

juga berpotensi untuk meningkatkan reputasi usaha mereka. Fajrin et al. (2021) menekankan bahwa pemasaran dan penjualan produk secara online merupakan cara yang solutif untuk mencegah kerugian dan memastikan produk UMKM tetap berdaya saing. Oleh karena itu, kemampuan dalam menangani keluhan pelanggan menjadi integral dalam strategi pemasaran online mereka.



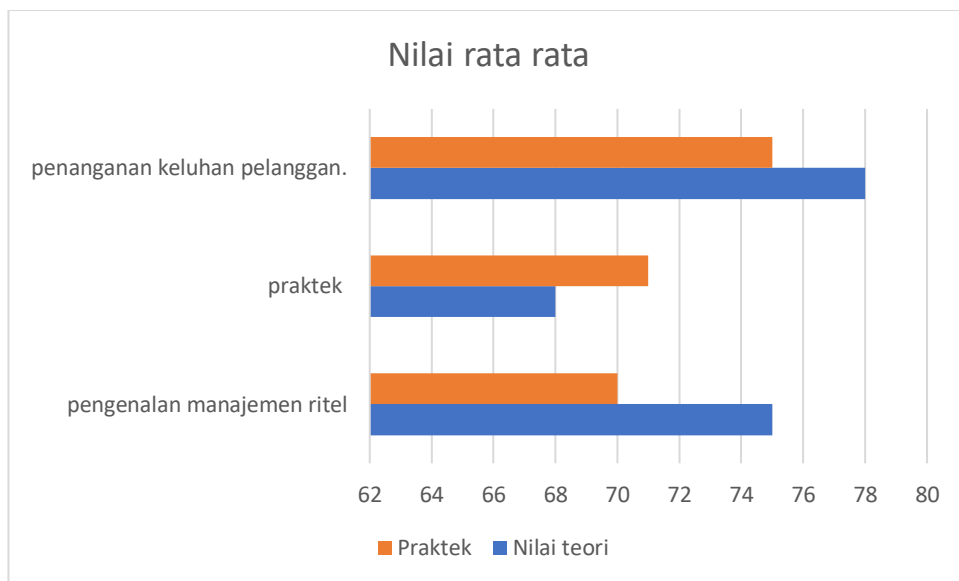
Gambar 2. Peserta Kegiatan sedang Bertanya

Peningkatan sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor penting dalam pengembangan UMKM. Sundari (2024) menyoroti pentingnya pengembangan SDM dan konsep kewirausahaan bagi kemajuan usaha mikro, kecil, dan menengah. Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan peserta dengan memberikan pengetahuan dan keterampilan kerja yang relevan, sehingga mereka dapat mengelola usaha mereka secara lebih profesional dan kompetitif. Penyampaian materi yang interaktif dan kesempatan untuk berdiskusi membuat peserta lebih memahami peran mereka dalam mengembangkan usaha.

Hasil pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran di kalangan peserta tentang pentingnya penerapan manajemen yang tepat dalam usaha mereka. Setelah mengikuti pelatihan, peserta merasa lebih percaya diri untuk menerapkan strategi-strategi yang telah dipelajari dalam usaha mereka masing-masing. Selain itu, umpan balik dari peserta juga menunjukkan bahwa mereka merasa mendapatkan banyak wawasan baru dan bersedia untuk terus berinovasi dalam mengembangkan usaha.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang sangat bermanfaat bagi peserta. Melalui pengalaman langsung dan simulasi yang dilakukan selama sesi, peserta dapat memahami pentingnya manajemen retail yang efektif dalam meningkatkan performa usaha mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi awal yang baik untuk pengembangan lebih lanjut dalam pemberdayaan masyarakat di bidang UMKM di Jala Duri Kepa dan sekitarnya. Dengan penekanan pada teknologi dan pemasaran yang tepat,

diharapkan peserta dapat menghadapi tantangan yang ada dan terus berkembang dalam menjawab kebutuhan pasar yang semakin kompleks.



Gambar 3. Hasil evaluasi

Dari tabel diatas , dapat dijelaskan bahwa kemampuan peserta sudah mencaai rata ratat cukup baik. Penanganan pelanggan sebesar 78, praktek sebesar 73 dan pengenalan manajemen ritel sebesar 75.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulannya, pelatihan manajemen ritel di Jala Duri Kepa berjalan sukses, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, khususnya dalam penanganan keluhan pelanggan, praktik, dan pengenalan manajemen ritel. Peserta menunjukkan minat tinggi dan berhasil menyerap materi dengan baik, yang tercermin dari hasil evaluasi yang cukup baik. Saran untuk pelatihan selanjutnya adalah memperdalam materi tentang strategi pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi informasi, mengingat pentingnya hal tersebut dalam pengembangan UMKM. Selain itu, perlu adanya pendampingan berkelanjutan untuk membantu peserta mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam usaha mereka sehari-hari, serta evaluasi berkala untuk mengukur dampak jangka panjang dari pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatkurohman, A. (2018, April). Pelatihan Strategi Pemasaran Online untuk UKM Tahu Kuring Purwomartani. In *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat* (Vol. 1, No. 1, pp. 13-18).
- Pamungkas, A. A., Suryaningrum, I. D., Arifin, B., Daryanto, H. M., Putra, N. A. N., Christin, S. I., & Pritalia, G. L. (2023). Pelatihan Digitalisasi untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UMKM Tempe. *GIAT: Teknologi Untuk Masyarakat*, 2(2), 89-98.
- Ratnaningtyas, E. M., Sari, W., Fathona, C. A. P., Syamsudin, S., Hardaya, A., & Lestari, S. (2024). Strategi Pemasaran Produk dalam Menghadapi Tantangan Pemasaran Digital (Studi Kasus pada UMKM Keripik Belut Citra Rasa). *AKSIOMA: Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi*, 1(5), 216-230
- Salindri, Y. A., Sulisty, A., Annisa, R. N., Hadiano, F., & Arifkusuma, M. B. (2022). Pemberdayaan UKM YAD Blangkon Yogyakarta melalui pemasaran berbasis digital sebagai upaya menembus pasar global. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(4), 41-46.
- Sundari, A. (2024). Pelatihan Pengelolaan SDM di Era Digital pada UMKM Binaan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil di Daerah Istimewa Yogyakarta. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 85-91.
- Utari, T., & Susilawati, S. (2022). Utilization of Social Media as Promotional Media at UMKM Kampung Mandiri Donokerto Yogyakarta.