

EKSISTENSI RITEL TRADISIONAL MASA PANDEMI COVID 19

Yuli Sugianti¹, Onny Fitriana Sitorus¹

¹Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

e-mail: yulisugianti28@gmail.com, onnyfitriana@uhamka.ac.id

Abstrak

This study aims to describe how to maintain the existence of traditional retail businesses during the Covid-19 pandemic. As we all know during this pandemic, all activities were carried out from home, besides that there were several types of businesses that went bankrupt. Then what about traditional retail. The Latifah shop, which is located at Lembangjaya Tambun Selatan, Bekasi Regency, was chosen by the researcher as the research location because there is a match between the current problem and the problem formulation to be investigated. This research uses descriptive research with a qualitative approach. The main data source or informant in this study was the shop owner Latifah and additional informants in the study were shop assistants who helped serve consumers. Data collection methods used were interviews, observation, and documentation. The results of this study indicate that to maintain the existence of a traditional retail business, several things must be considered, namely 1) good management of simple capital, 2) improving the quality of human resources that are not complex, and 3) changing habits that become obstacles for traditional retailers by evaluating and make innovations in owned shop businesses. Innovation can be done alone or in partnership with other people or institutions who can help manage the store better so that sales continue to increase and the store can continue to grow. By paying attention to this, the shop can maintain its existence in various conditions, for example during this pandemic.

Kata Kunci: Ritel Tradisional, Covid-19

PENDAHULUAN

Perkembangan kasus pandemi covid-19 di Indonesia semakin meningkat setiap harinya. Berdasarkan kondisi tersebut, tepatnya bulan Maret lalu Joko Widodo selaku Presiden RI menghimbau masyarakat untuk tetap produktif dari rumah mulai dari bekerja, belajar dan beribadah agar dapat menghambat penyebaran covid-19. Selain Presiden, Menteri Kesehatan RI juga mengeluarkan peraturan menteri kesehatan nomor 9 tahun 2020 tentang pedoman PSBB. Berdasarkan kebijakan tersebut permasalahan saat ini cukup serius sehingga perlu kebijakan langsung baik dari Presiden langsung maupun Menteri sekalipun.

Terkait himbauan dan pemberlakuan PSBB hampir di seluruh Indonesia, dimana seluruh ruang publik mulai dari kantor, sekolah, transportasi, tempat ibadah, mall, dan lain-lain sangat di batasi penggunaannya bahkan banyak yang harus tutup sementara. Seperti berita yang dimuat oleh Investor.id bahwa “pangsa pasar semua bidang usaha UMKM akan sangat ditentukan oleh pergerakan manusia sebagai konsumen. Semakin lama kebijakan bekerja dari rumah dan PSBB, maka nasib usaha UMKM semakin tidak pasti, bahkan yang masih bertahan perlahan akan menyusul menutup usahanya.” Berdasarkan hal tersebut yang mengatakan pergerakan manusia seperti konsumen atau pelanggan menjadi penentu usahanya. Namun perlu kita ketahui bersama terdapat perubahan pola perilaku konsumen pada masa pandemi ini. Seperti yang dikatakan Efendi Haslim Hong, Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Unika Atma Jaya dalam berita yang dimuat pada Bisnis.com “terdapat tren konsumen yang baru akibat pandemi Covid-19, yaitu akibat dari *social distancing* konsumen beralih melakukan pembelian dengan *low contact (online)*.” Berdasarkan berita di atas, tentu kitapun juga melakukan hal serupa yaitu mengubah kebiasaan dari berbelanja langsung di toko atau supermarket menjadi belanja online. Hal tersebut kita lakukan karena adanya *social distancing*, semua

berupaya menjaga kesehatan selama pandemi dengan mengurangi kontak langsung dengan orang lain sebagai upaya mengurangi penyebaran penularan virus covid-19 secara langsung. Lantas bagaimana dengan toko offline?

Perubahan yang terjadi di masa pandemi ini dapat menjadi tantangan sekaligus peluang bagi kita yang mampu mengikuti arus, namun sebaliknya jika tidak mampu mengikuti maka perubahan dapat menjadi ancaman dan berujung tertinggal. Salah satu peluang baru yang muncul di masa pandemi ini yaitu mampu mengembangkan diri dengan mulai berani menginovasi. Mengembangkan diri dapat dilakukan sendiri maupun dengan orang lain yang lebih ahli seperti bermitra. Misalnya seperti yang dilakukan oleh Nicodemus Harianja dan Erika Sibagariang selaku pemilik usaha toko telontong di Medan. Dalam berita yang dimuat oleh CNBC Indonesia mereka mengatakan untuk dapat bertahan dalam menjalankan usahanya dengan memanfaatkan WhatsApp. Sehingga konsumen bisa memesan produk yang diinginkan ke pemilik toko dan produk siap diantarkan ke konsumen. Selain itu dalam mengembangkan usahanya, toko ini juga bermitra dengan GrabKios.

Bagi ritel tradisional yang tidak ingin tertinggal perlu melakukan perubahan dan beradaptasi dengan perkembangan yang ada. Seperti yang dimuat pada berita online Info Brand bahwa transformasi tidak berarti menutup unit ritel tradisional saat ini untuk digantikan dengan bisnis berbasis e-commerce. Sebagai gantinya, teknologi dapat memungkinkan bisnis untuk merangkul target pasar yang lebih luas. (Hidayat 2020). Sejalan dengan pernyataan diatas Roy N Mandey, Ketua Umum DPP APRINDO dalam berita yang dimuat pada Bisnis.com mengatakan “masih banyak peritel lokal yang belum go digital. Padahal, jika UKM di Indonesia mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang masif dan cepat, ini dapat mendorong pertumbuhan UKM di Indonesia sebesar 12%.” Dari kedua pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa usaha ritel tradisional mampu bertahan namun harus menyesuaikan dengan perubahan yang ada. Salah satu contohnya yaitu pada masa pandemi ini, memanfaatkan teknologi untuk melakukan usahanya. Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, saya tertarik melakukan penelitian tentang bagaimana cara ritel tradisional mampu bertahan, bahkan di masa pandemi sekalipun.

METODE

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti menentukan lokasi penelitian berdasarkan kecocokan masalah yang sedang terjadi saat ini dengan rumusan masalah penelitian. Dan lokasi penelitian yang dipilih oleh peneliti yaitu usaha ritel Toko Latifah yang beralamatkan di Lambangjaya, Tambun Selatan Kabupaten Bekasi Jawa Barat. Pada penelian ini, penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai atau disebut informan dilakukan secara *purposive*, dimana informan yang dipilih telah dipertimbangkan sebelumnya oleh peneliti. Sehingga informasi yang diperlukan oleh peneliti sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sumber data atau informan dalam penelitian adalah pemilik Toko Latifah. Dan yang menjadi informan tambahan dalam penelitian adalah pelayan toko yang membantu melayani konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Untuk menganalisis data yang diperoleh, peneliti menggunakan teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Ritel tradisional adalah suatu usaha mikro yang membutuhkan modal sederhana, sumber manusia tidak kompleks yang berlangsung di suatu tempat berdasarkan kebiasaan dengan pengelolaan sistem yang sederhana, pendekatan konvensional dan tradisional.

Dari beberapa prosedur yang peneliti lakukan, dengan berbagai teknik pengumpulan data sehingga peneliti mendapatkan hasil temuan penelitian di lapangan tentang eksistensi ritel tradisional di Toko Latifah, yang terbagi menjadi 3 (tiga) dimensi yaitu:

1. Modal yang sederhana

Modal awal yang sederhana cukup untuk memulai usaha ritel tradisional seperti warung dan toko, berbeda dengan ritel modern yang memerlukan modal yang besar. Dengan modal yang sederhana, jika pengelolaan toko baik maka usaha tersebut dapat berjalan dengan baik. Seperti Toko Latifah yang semula memulai usahanya dengan modal yang sederhana.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan A selaku informan utama dalam penelitian ini. Pemilik memulai usaha tokonya dengan modal yang sederhana, yaitu 1 (satu) rak etalase dan jenis barang dagang yang belum bervariasi. Namun toko ini mampu bertahan hingga sekarang. Bahkan dalam hasil observasi peneliti mengamati langsung keadaan toko yang sudah tidak lagi menggunakan 1 (satu) rak etalase dan jenis barang dagangannya juga sudah banyak. Bisa dikatakan pula informan A mampu mengelola modal yang sederhana ini dengan baik, sehingga toko dapat bertahan sampai sekarang.

2. Sumber daya manusia tidak kompleks

Pengelolaan sumber daya manusia pada ritel tradisional seperti toko bisa dikatakan tidak kompleks. Karena umumnya toko yang ada di sekitar kita yang mengelola sekaligus melayani konsumen hanya sedikit jumlahnya dan biasanya keluarga. Begitupun dengan Toko Latifah, dimana sumber daya manusianya berasal dari lingkup keluarga saja.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang sumber daya manusia di tokonya. Berdasarkan jawaban wawancara terkait sumber daya manusia di tokonya hanya anggota keluarganya saja. Serta tidak adanya pembagian tugas yang jelas, namun toko selalu berusaha memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan dengan baik. Terdapat perbedaan dari Toko Latifah dibandingkan dengan toko ritel tradisional lainnya. Dalam observasi dan wawancara yang peneliti lakukan bahwa Toko Latifah bermitra dengan *Sampoerna Retail Community* atau disingkat SRC. Dimana SRC adalah toko kelontong masa kini yang tergabung dalam program kemitraan Sampoerna yang bertujuan meningkatkan daya saing para pemilik toko kelontong melalui pendampingan usaha berkelanjutan.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang bermitra dengan SRC yaitu setelah bergabung dengan SRC beliau merasa sangat terbantu untuk mengembangkan tokonya. Dengan mengikuti setiap kegiatan seperti pemaparan dari beberapa narasumber, pelatihan penggunaan aplikasi yang disediakan, grup untuk komunikasi dan berbagi pengalaman serta ilmu mengelola toko bagi sesama toko yang bermitra dengan SRC dan lain-lain. Sehingga konsumenpun terus berdatangan sehingga penjualanpun ikut meningkat.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan NH yang membantu di toko dan sebagai informan pendukung, setelah bermitra dengan SRC ada peningkatan yang dirasakan pada dirinya dalam hal mengelola dan melayani konsumen di toko. Yang sebelumnya tidak pernah menggunakan aplikasi dalam mengelola toko dan melayani konsumen, sekarang menggunakan aplikasi sehingga menjadi lebih mudah dan sangat membantu pekerjaannya di Toko.

3. Berdasarkan kebiasaan

Ritel tradisional pengelolaannya menggunakan pendekatan konvensional dan tradisional. Maksud dari pendekatan konvensional disini yaitu pendekatan yang secara umum terjadi dalam lingkup pasar atau lingkungan. Sedangkan maksud dari pendekatan tradisional yaitu pendekatan yang dilakukan

dengan cara tradisional seperti cara yang manual dan sederhana. Melalui pendekatan paradigma konvensional dan tradisional, ritel tradisional atau toko dikelola dengan cara-cara yang lebih menekankan pada “apa yang bisa disiapkan oleh pengusaha atau pemilik namun kurang memperhatikan bagaimana kebutuhan dan keinginan konsumen untuk dipahami dan bahkan berusaha untuk dipenuhi”. Ada beberapa hal yang harus di evaluasi dari pengelolaan ritel tradisional untuk dapat bertahan mengikuti jaman. Berdasarkan pernyataan tersebut, menurut Utami, C.W. (2017:9) berikut beberapa ciri dari paradigma pengelolaan ritel tradisional yang perlu di evaluasi sebagai berikut :

A. Pemilihan lokasi

Sering kali peritel terkendala oleh modal, sehingga penetapan lokasi yang strategis menjadi salah satu hal yang dipandang dapat dikorbankan. Peritel tradisional biasanya memutuskan memilih lokasi toko yaitu tempat yang telah dimiliki atau kebetulan telah tersedia, misalnya lokasi rumah yang telah dimiliki dan digunakan sekaligus sebagai tempat usaha ritelnya. Sama halnya dengan Toko Latifah.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan tentang pemilihan lokasi toko, yaitu dengan modal awal yang sederhana sehingga pemilihan lokasi pada awal membuka toko tidak dijadikan sebagai bahan pertimbangan. Namun setelah menjalankan usahanya selama bertahun-tahun, barulah mempertimbangkan lokasi untuk kembali menjalankan usaha tokonya ke lokasi yang lebih strategis.

B. Memperhitungkan potensi pembeli

Pengukuran dan prediksi potensi pembeli merupakan faktor yang penting juga, bahkan sangat terkait satu dengan yang lainnya. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur dan memprediksi potensi pembeli dalam wilayah tertentu.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang perhitungan potensi beli di tokonya. Yaitu tidak ada metode tertentu untuk menghitung potensi pembelian di toko. Hanya saja, beliau menggunakan cara lain untuk membuat konsumen tetap kembali berbelanja di tokonya yaitu selalu mencatat kebutuhan konsumen jika ada yang bertanya tentang produk namun di toko belum tersedia. Kemudian pemilik segera membeli produk tersebut dan menyediakan produk tersebut di tokonya untuk dijual kembali.

C. Jenis barang dagangan terarah

Keragaman barang dagangan merupakan salah satu daya tarik usaha ritel. Bagi konsumen keragaman barang dagangan baik dari sisi banyaknya jenis klasifikasi barang dagangan maupun variasi merek untuk setiap kategori barang dagangan. Dalam konteks ritel tradisional hal ini seringkali diabaikan. Bagi Toko Latifah melengkapi jenis barang dagangannya sangatlah penting.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang jenis barang dagang di tokonya, yaitu bahwa jenis barang dagang toko ini sudah terarah. Artinya sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari konsumen, sehingga konsumen akan kembali berbelanja di toko. Seperti contoh pada masa pandemi ini, Toko Latifah juga menjual masker dan *hand sanitizer*. Selain itu pada hari menjelang Idul Adha toko ini juga menyediakan barang dagang seperti tusuk sate, arang, kipas tangan dan lainnya. Seperti yang dibahas sebelumnya dalam memperhitungkan potensi pembeli tidak ada cara atau metode khusus namun pemilik hanya fokus untuk dapat menyediakan jenis barang dagangan terarah.

D. Seleksi merek

Pelanggan ritel telah menjadi sasaran iklan dari produsen produk dengan merek tertentu. Dengan demikian pelanggan akan mencari produk tersebut pada ritel yang dipandang mampu menyediakan merek tersebut. Namun seringkali ritel tradisional terkendala dalam melakukan seleksi merek barang dagangan karena mereka tidak mempunyai *bargaining* yang kuat dalam hal penyeleksian merek barang dagangan yang akan ditawarkan bagi konsumen. Hal tersebut nampaknya tidak berlaku

bagi Toko Latifah, karena di toko ini selalu berusaha untuk menyediakan barang dagang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumennya seperti pernyataan dari informan pada hasil wawancara sebelumnya mengenai jenis barang dagang yang terarah.

E. Memperhatikan pemasok

Pemasok yang baik akan selalu memperhatikan kualitas barang dagangan, kesinambungan pengiriman untuk menjaga ketersediaan barang dagangan di toko maupun mekanisme pembayaran barang dagangan. Dan biasanya ritel tradisional dalam menyeleksi pemasok kurang mendapat perhatian, khususnya dalam hal jaminan kualitas dan ketersediaan barang dagangan.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang pemasok di tokonya yaitu pemasok di tokonya sudah cukup baik dan sekarang stok barang dagang sudah menjadi lebih mudah karena melalui aplikasi. Pemilik merasa sangat terbantu dengan adanya aplikasi tersebut. Sehingga pada saat banyak pusat perbelanjaan tutup dan ritel modernpun terbatas jam operasionalnya, peluang bagi toko untuk tetap beroperasi seperti biasa. Karena semakin banyaknya konsumen yang berbelanja di toko dan peritel tidak mengkhawatirkan stok barang dagang karena pemesanan barang dagang dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi.

F. Melakukan pencatatan penjualan sederhana

Peritel tradisional melakukan pencatatan penjualan secara sederhana, bahkan masih banyak peritel tradisional yang tidak melakukan pencatatan penjualan sama sekali. Padahal pencatatan penjualan sangat penting dilakukan dengan tujuan untuk melakukan kontrol dan evaluasi terhadap penjualan. Namun peritel seringkali terkendala oleh kurangnya pengetahuan teknik pencatatan penjualan maupun kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya untuk melakukan pencatatan penjualan secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Hal tersebutpun sama dirasakan pula oleh Toko Latifah.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang pencatatan penjualan di tokonya, yaitu pencatatan yang dilakukan di toko sebelum dan sesudah bermitra dengan SRC sangat berbeda, yang semula mencatat manual di buku namun kini pencatatan dilakukan melalui aplikasi. Sehingga cukup melihat laporan hasil penjualan perharinya melalui aplikasi saja. Kemudahan yang dirasakan oleh peritel membuatnya mudah untuk melakukan kontrol dan evaluasi terhadap penjualan.

G. Evaluasi terhadap keuntungan per produk

Kendala lainnya yaitu evaluasi terhadap keuntungan per produk. Padahal evaluasi terhadap keuntungan per produk barang dagangan yang ditawarkan pada konsumen merupakan dasar untuk dapat menetapkan strategi pengelolaan ritel dengan lebih komprehensif. Bagi Toko Latifah evaluasi terhadap keuntungan per produk tidak begitu penting.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang evaluasi keuntungan per produk di tokonya, yaitu evaluasi terhadap keuntungan per produk yang tidak begitu diperhatikan di tokonya, namun bukan berarti toko ini tidak melakukan evaluasi. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara evaluasi yang dilakukan oleh toko ini yaitu lebih memilih strategi memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya dengan tujuan banyaknya konsumen yang berbelanja di tokonya. Sehingga penjualan dan laba yang dihasilkan meningkat.

H. Cash Flow terencana

Kesuksesan ritel akan sangat tergantung pada ketersediaan dan keragaman barang dagangan, namun apabila aliran dana tunai tidak terencana dengan baik maka peritel tidak akan mampu menjamin ketersediaan barang dagangan bagi pelanggannya. Beberapa hal yang menyebabkan aliran dana tunai terkendala yaitu dengan memberikan kesempatan pelanggannya untuk tidak membayar secara tunai (berhutang), ataupun tidak dipisahkan pembukuan toko dengan keluarga sehingga seringkali modal toko terpakai untuk kebutuhan konsumsi keluarga. Hal serupa pun pernah dialami juga oleh Toko Latifah.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang *cash flow* di tokonya yaitu aliran dana tunai di toko yang biasanya menjadi kendala bagi toko atau peritel lainnya namun tidak dengan Toko Latifah. Toko ini memiliki cara tersendiri untuk tetap menjaga aliran dana tunai di toko tetap baik-baik saja. Misalnya ketika ada konsumen yang ingin melakukan hutang, pemilik tidak asal memberikan hutang. Pemilik memberikan hutang kepada konsumen yang sudah dikenalnya yang biasanya adalah tetangga yang menurut pemilik harus dibantu karena tetangganya tersebut memang kurang mampu. Sehingga untuk pencatatannya dilakukan setelah barang dagang tersebut dibayar oleh konsumen yang berhutang.

I. Pengembangan bisnis terencana

Kondisi ritel tradisional yang terkendala karena rendahnya kontrol dan mekanisme untuk melakukan evaluasi usaha dapat mengakibatkan peritel seringkali tidak mampu melakukan perencanaan yang matang dalam melakukan pengembangan bisnisnya. Sehingga memang diperlukan manajemen yang baik dalam mengelola toko. Seperti Toko Latifah yang sudah mempunyai rencana untuk pengembangan usahanya.

Berikut kesimpulan hasil wawancara dengan informan A tentang pengembangan bisnis untuk tokonya, yaitu mereka sudah mempunyai rencana untuk pengembangan usaha tokonya untuk menjadikan tokonya lebih luas dan lengkap lagi barang dagang yang dapat dijual. Dalam pengembangan bisnis ini tentu tidak lepas dari pengelolaan toko yang baik. Oleh karena itu pemilik merasa terbantu bermitra dengan SRC, karena banyak ilmu baru yang beliau tau tentang bagaimana mengelola toko dengan baik sehingga bisa disebut toko masa kini.

Selain ke-9 (Sembilan) hal tersebut terkait kebiasaan ritel tradisional yang dapat menjadi kendala usahanya, pada masa covid ini banyak pula peritel tradisional yang mengabaikan anjuran pemerintah terkait protokol kesehatan. Namun hal tersebut tentu tidak berlaku bagi toko Latifah, toko ini menerapkan protokol kesehatan pada usahanya mulai dari menggunakan masker, menyediakan *hand sanitizer* dan perlengkapan untuk cuci tangan.

Pembahasan

Sesuai hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, dapat diketahui bahwa usaha Toko Latifah telah menunjukkan beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menjaga eksistensi dari usahanya. Dengan berani melakukan inovasi dalam mengelola usaha toko miliknya. Sehingga paradigma ritel tradisional yang sebelumnya selalu kalah jika dibandingkan dengan ritel modern, perlahan Toko Latifah mampu membenahi diri melalui evaluasi baik dari sendiri maupun dengan bantuan dan binaan dari SRC.

Terdapat 3 (tiga) hal yang menjadi perhatian dalam mengelola toko yaitu **pertama**, adanya pengelolaan yang baik pada modal sederhana sangat menentukan keberlangsungan usaha selanjutnya. Seperti pernyataan dari Muslimin, L. dkk (2010:28) ritel tradisional merupakan usaha mikro yang membutuhkan modal tidak terlalu besar serta manajemen sumber daya manusia yang tidak begitu kompleks. Berdasarkan pernyataan tersebut bahwa ritel tradisional adalah bentuk usaha kecil dengan modal yang tidak terlalu besar. Banyaknya ritel tradisional yang memulai usaha dengan modal sederhana sebenarnya bukanlah masalah yang besar, jika mampu mengelola modalnya dengan baik. Seperti Toko Latifah yang memulai usahanya dengan modal sederhana. Namun dalam mengelola toko pemilik mampu mengelola toko dengan baik, dimulai dengan menyisihkan sebagian keuntungan untuk ditabung dan selalu melakukan evaluasi pada tokonya.

Selanjutnya yang **kedua** yaitu peningkatan kualitas sumber daya manusia yang tidak kompleks. Berdasarkan pernyataan Muslimin, L. dkk diatas, bahwa manajemen sumber daya manusia di toko tidak

begitu kompleks atau bisa dibilang sederhana. Bagi ritel tradisional seperti toko untuk sumber daya manusianya memang biasanya sedikit, dan hanya terdiri dari pemilik toko dan pelayan toko dimana mereka berasal dari lingkup keluarga yang tidak mempunyai latar belakang khusus untuk mengelola dan melayani konsumen seperti di toko. Hal tersebut dengan pernyataan dari Tambunan, dkk (2004) yang mengatakan bahwa tenaga kerja pada ritel tradisional yaitu sedikit, biasanya keluarga. Namun kualitas sumber daya manusia yang tidak kompleks ini dapat ditingkatkan apabila dari pemilik toko ingin mengembangkan usaha tokonya untuk jadi lebih baik lagi dan tidak kalah saing dengan ritel modern. Dalam sebuah hasil penelitian Dewi, R.S. (2013) mengatakan tenaga kerja yang handal dan mahir akan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan suatu usaha. Untuk itu dibutuhkan dorongan dan motivasi dari pemilik toko untuk selalu mengembangkan keterampilan para pekerja atau karyawannya. Peningkatan kualitas tersebut dapat diperoleh dengan aktif mencari tahu apa yang dibutuhkan toko supaya dapat mengikuti perkembangan jaman, bisa melalui diri sendiri ataupun bermitra dengan orang atau lembaga tertentu. Seperti yang dilakukan oleh Toko Latifah yang memilih bermitra dengan SRC untuk dapat mengembangkan tokonya dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada di toko. Sehingga kini dalam menjalankan usahanya beberapa kegiatan di toko dilakukan menggunakan aplikasi. Dalam berita yang dimuat Kompas (2018) dimana SRC adalah toko kelontong masa kini yang tergabung dalam program kemitraan Sampoerna yang bertujuan meningkatkan daya saing para pemilik toko kelontong melalui pendampingan usaha berkelanjutan. Pendampingan usahanya seperti bimbingan agar dapat berubah mengikuti dinamika pasar dan mendapatkan sejumlah masukan dari praktisi andal di bidang ritel dan pemasaran. Jadi membuat toko kelontong hasil binaan SRC Sampoerna bisa beradaptasi dengan perkembangan masa kini yang selalu berubah.

Dan **terakhir** yaitu mengubah kebiasaan buruk yang menjadi kendala bagi ritel tradisional. Terdapat keuntungan memulai usaha ritel, seperti yang dikemukakan oleh Purnomo, B.S. (2018:12) bahwa ritel tradisional merupakan tempat orang berjual beli yang berlangsung di suatu tempat berdasarkan kebiasaan. Maksud dari pernyataan tersebut yaitu masyarakat melakukan kegiatan jual beli karena sudah terbiasa melakukannya di suatu tempat. Contohnya seperti masyarakat yang terbiasa membeli kebutuhannya di toko terdekat, kegiatan membeli tersebut akan terus berulang karena hal tersebut merupakan kebiasaan. Selain itu, terdapat pula pendapat dari Utami, C.W. (2017:8) ritel tradisional yaitu pandangan yang menekankan pengelolaan ritel dengan menggunakan pendekatan konvensional dan tradisional. Pendekatan konvensional disini yaitu pendekatan yang secara umum terjadi dalam lingkup toko atau lingkungan. Sedangkan maksud dari pendekatan tradisional yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara tradisional seperti cara manual dan sederhana. Pernyataan tersebut sejalan dengan pernyataan Suryanto, M.H. (2017:6) bahwa ritel tradisional adalah outlet yang memiliki sistem yang sederhana atau manual. Untuk mampu mengubah kebiasaan buruk yang menjadi kendala bagi ritel tradisional, perlu melakukan evaluasi terhadap 9 (sembilan) hal berikut :

1. Pemilihan lokasi yang strategis

Berdasarkan suatu penelitian Dimiyati, M. (2015) mengatakan bahwa konsumen memiliki persepsi lokasi ritel tradisional itu strategis dan mudah untuk dijangkau para konsumen. Pemilihan lokasi yang strategis dapat berdampak pada memudahkan konsumen untuk datang dan membeli barang dagang yang dijual oleh peritel. Oleh karena itu menjadi alasan Toko Latifah untuk mengubah lokasi toko menjadi lebih strategis.

2. Memperhitungkan potensi pembeli

Memperhitungkan potensi pembeli dapat dilakukan dengan metode atau strategi tertentu. Seperti yang dilakukan Toko Latifah yaitu dengan berusaha melengkapi barang dagangnya sehingga mampu membuat konsumen kembali berbelanja di tokonya.

3. Jenis barang dagangan terarah

Jenis barang dagangan terarah cukup penting bagi kelangsungan toko. Oleh karena itu penyediaan barang dagang dilakukan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumenpun akan kembali berbelanja di toko kita. Dalam jurnal Siringoringo, Dharmmesta, Sugiharto (Vol 1, No 1 tahun 2000) mengatakan membentuk pengalaman berbelanja yang bagus di toko merupakan hal penting yang harus dilakukan yaitu dengan menciptakan persepsi yang bagus terhadap harga, mutu, dan kelengkapan barang. Seperti Toko Latifah yang terkenal sebagai toko yang lengkap dan murah.

4. Adanya seleksi merek di toko

Ritel tradisional terkendala dalam melakukan seleksi merek barang dagangan karena mereka tidak mempunyai *bargaining* yang kuat dalam hal penyediaan barang dagang merek tertentu bagi konsumen. Oleh karena itu penting menyediakan barang dagang yang terarah sehingga merek-merek produk yang diinginkan oleh konsumen tersedia di toko dan dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumen. Seperti yang dilakukan oleh Toko Latifah.

5. Memperhatikan pemasok yang baik untuk toko

Biasanya ritel tradisional dalam menyeleksi pemasok kurang mendapat perhatian, khususnya dalam hal jaminan kualitas dan ketersediaan barang dagangan. Sehingga diperlukan pemasok yang baik untuk toko. Pemasok yang baik yaitu selalu memperhatikan kualitas barang dagangan, kesinambungan pengiriman untuk menjaga ketersediaan barang dagangan di toko maupun mekanisme pembayaran barang dagangan. Sebagai peritel tidak hanya memperhatikan pemasok yang baik, akan tetapi barang dagang yang dijual juga selalu tersedia dan dalam keadaan baik.

6. Melakukan pencatatan penjualan sederhana

Pencatatan sangat penting untuk dilakukan, karena dengan melakukan pencatatan kita mampu mengetahui jumlah keuntungan dan persediaan barang dagang yang tersisa. Pencatatan dapat dilakukan secara manual ataupun melalui aplikasi. Hal terpenting adalah melakukan pencatatan terhadap penjualan produk setiap harinya.

7. Evaluasi terhadap keuntungan per produk

Salah satu fungsi dari pencatatan yang dilakukan setiap harinya pemilik toko menjadi mampu mengevaluasi keuntungan yang diperolehnya, salah satunya evaluasi keuntungan per produk. Cara untuk melakukan evaluasi setiap tokopun berbeda-beda, tergantung kebijakan toko masing-masing. Seperti yang dilakukan oleh Toko Latifah, yang lebih memilih memberikan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko lain sehingga konsumen banyak yang kembali berbelanja ke Toko Latifah karena harga yang murah.

8. *Cash flow* yang terencana dalam mengelola toko

Aliran dana tunai yang baik maka akan membuat toko berjalan dengan baik. Oleh karena itu diperlukan pengelolaan toko yang baik untuk dapat menjaga aliran dana tunai lancar.

9. Adanya pengembangan bisnis terencana

Untuk bertahan dalam usaha toko perlu adanya pengembangan bisnis yang terencana. Pengembangan bisnis bisa dilakukan oleh diri sendiri ataupun bantuan orang lain. Yang terpenting adalah pemilik mampu mengembangkan usaha tokonya mengikuti perkembangan jaman yang ada, sehingga tercipta toko masa kini yang selalu dicari konsumen untuk dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan dari konsumen itu sendiri.

Dengan memperhatikan ketiga hal tersebut, terbukti Toko Latifah mampu tetap eksis baik di jaman yang teknologi semakin canggih dan masa pandemi covid-19 seperti sekarang ini. Toko Latifah mampu berkembang mengikuti perubahan jaman termaksud pada masa pandemic, dimana banyak toko yang kurang memperhatikan protokol kesehatan namun tidak untuk toko ini. Toko ini sangat

memperhatikan protocol kesehatan mulai dari mengenakan masker, menyediakan *hand sanitizer* dan perlengkapan untuk cuci tangan. Konsumenpun tidak khawatir jika harus melakukan pembelian langsung di Toko Latifah. Sehingga baik sebelum dan sudah bermitra dengan SRC penjualan di toko terus mengalami peningkatan.

PENUTUP

Simpulan dalam penelian ini yaitu untuk menjaga eksistensi dari usaha ritel tradisional pada masa pandemi ini tentu cukup sulit, bahkan ada beberapa usaha sampai bangkrut. Semua itu bergantung pada sudut pandang masing-masing, situasi seperti sekarang ini dapat dipandang sebagai peluang dan tantangan untuk membuat usahanya berkembang bagi mereka yang siap dan mau belajar menyesuaikan diri, namun dapat menjadi ancaman bagi mereka yang tidak siap dan tidak mau belajar untuk menyesuaikan diri dengan perubahan yang ada. Toko Latifah menjadi salah satu contoh toko yang melihatnya sebagai peluang sekaligus tantangan untuk terus berkembang. Toko Latifah terus membenahi diri dengan mengevaluasi hal-hal yang sering menjadi kendala bagi ritel tradisional pada umumnya. Berikut hal-hal yang harus diperhatikan oleh ritel tradisional, terdapat 3 (tiga) hal yaitu :

1. Pengelolaan modal sederhana dengan baik. Hal tersebut harus diperhatikan dengan baik, karena keberlangsungan dari toko bergantung pada pengelolaan modal yang baik.
2. Peningkatan kualitas sumber daya manusia yang tidak kompleks. Walaupun sumber daya manusia di toko terbatas jumlah dan kemampuannya, namun hal tersebut tidak bisa dijadikan alasan untuk menghambat toko berkembang. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan dengan terus belajar, baik belajar sendiri ataupun dibantu dengan orang atau lembaga lain misalnya bermitra.
3. Mengevaluasi kebiasaan yang menjadi kendala untuk berkembang, yaitu pemilihan lokasi yang strategis, memperhitungkan potensi pembeli, jenis barang dagangan terarah, adanya seleksi merek di toko, memperhatikan pemasok yang baik untuk toko, melakukan pencatatan penjualan sederhana, evaluasi terhadap keuntungan per produk, *cash flow* yang terencana dalam mengelola toko, adanya pengembangan bisnis terencana.

Berdasarkan hasil dari simpulan penelitian ini, maka dapat diberikan saran kepada pemilik Toko Latifah untuk tetap selalu melihat perubahan yang ada menjadi peluang dan tantangan untuk terus mengembangkan usahanya dengan membenahi diri melalui evaluasi dan terus belajar.

DAFTAR PUSTAKA

- CNBC Indonesia. 2020. Perjuangan Warung Kelontong di Tengah Pandemi Corona. *CNBC Indonesia*. www.cnbcindonesia.com/news/20200327163826-4-148021/perjuangan-warung-kelontong-di-tengah-pandemi-corona (diakses pada 18 Juni 2020)
- Dimiyati, M. 2015. Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Ritel Tradisional Dan Modern Di Kota Jember. *Jurnal Ilmiah RELASI Jurnal Ekonomi STIE Mandala Jember*. Volume XI: 175–96
- Hidayat, D. 2020. Covid 19 Dan Transformasi Saluran Pembelian Online.” *Info Brand. ID*. infobrand.id/covid-19-dan-transformasi-saluran-pembelian-online.phtml (diakses pada 2 Juni 2020)
- Kompas. 2018. SRC Wadahi Peritel Tradisional Hadapi Perubahan Zaman. *Kompas.com*. biz.kompas.com/read/2018/01/16/080000228/src-wadahi-peritel-tradisional-hadapi-perubahan-zaman (diakses pada 20 Juli 2020)
- Kunjana, G. 2020. Nasib UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Investor.id*.

- investor.id/opinion/nasib-umkm-di-tengah-pandemi-covid19 (diakses pada 20 Juni 2020)
- Lawi, G. F. K. 2020. Begini Pergeseran Perilaku Konsumen Baru selama Pandemi Covid-19. *Bisnis.com*. ekonomi.bisnis.com/read/20200515/12/1240921/begini-pergeseran-perilaku-konsumen-baru-selama-pandemi-covid-19 (diakses pada 18 Juli 2020)
- Muslimin, L. 2010. *Pasar Tradisional Dan Modern Bersinergi Membangun Bangsa*. Jakarta: Semesta Media
- Purnomo, B. S. 2018. *Peningkatan Kinerja Pasar Tradisional Melalui Pendekatan Sosial, Ekonomi, Dan Lingkungan*. Bandung: Gema Cendekia.
- Shinta, D.R. 2013. Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen Sumber Daya Manusia, Dan Karakteristik Ukm Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional (Studi Kasus Pada Pedagang Sembako Dan Snack Di Pasar Peterongan).” *Jurnal Administrasi Bisnis Volume 2:7*
- Siringoringo, Dharmmesta, Sugiharto. 2000. Model Pengaruh Persepsi Akan Toko Ritel Modern Pada Pengalaman Berbelanja. *UG Journal Vol 1, No.1*
- Suryanto, M.H. 2017. *Metode Riset Dan Analisis Saluran Distribusi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tambunan, Tulus TH, dkk., 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Ritel*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU).
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.