

Sosialisasi Manajemen Ritel bagi Siswa/i SMA dan SMK di Kabupaten Nabire

Liza Meichy Eveline Komul¹, Yellia Priciliya Uktolseja², Julius Denny Polii³,
Adrian Mjesfa⁴, Immanuel Candra Irawan⁵, Melerand Evert Latuheru⁶
Program Studi Manajemen Ritel, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Harapan Nabire
e-mail: lizaeveline2018@gmail.com

Abstrak

Industri ritel di Kabupaten Nabire bertumbuh pesat seiring meningkatnya jumlah sarana perdagangan dalam mendukung aktivitas perdagangan/ritel. Hal ini mendorong tumbuhnya peluang penyerapan sumber daya manusia yang kompeten di bidang ritel. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini menggunakan metode penyuluhan atau sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan wawasan (pengetahuan dan pemahaman) kepada siswa/i SMA dan SMK di Kabupaten Nabire tentang industri ritel dan memberikan gambaran peluang industri ritel yang dapat dimanfaatkan di masa mendatang. Tahapan yang dijalankan meliputi *pre-test*, pemberian materi, dan *post-test*. Hasil PkM menunjukkan ketercapaian pelaksanaan dengan meningkatnya wawasan peserta tentang industri ritel.

Kata Kunci: *Ritel, Manajemen Ritel, Ritel Tradisional, Ritel Modern.*

Abstract

The retail industry in Nabire Regency has experienced rapid growth in recent years, driven by the increasing number of trade facilities that support retail activities. This has led to the emergence of opportunities for the absorption of competent human resources in the retail sector. This community service activity utilizes an extension or socialization method with the aim of providing insight (knowledge and understanding) to high school and vocational school students in Nabire Regency about the retail industry and providing an overview of retail industry opportunities that can be utilized in the future. The stages carried out include a pre-test, material delivery, and a post-test. The results of this community service activity show the achievement of implementation with an increase in participants' knowledge about the retail industry.

Kata Kunci: *Retail, Retail Management, Traditional Retail, Modern Retail.*

PENDAHULUAN

Industri ritel merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) baik skala nasional maupun daerah/regional. Kontribusi yang besar dari sektor ritel melalui industri Perdagangan Besar dan Eceran, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara yang memiliki potensi besar dalam pertumbuhan industri ritel di dunia, dengan menduduki peringkat ke-5 dalam Indeks Perkembangan Ritel Global (*Global Retail Development Index/GRDI*) di tahun 2019 (Karuniatama et al., 2020). Di

dalam negeri, perusahaan ritel tumbuh dengan pesat di mana perusahaan ritel di beberapa kota metropolitan terus mengalami peningkatan sebesar 10 persen pada tahun 2020 dibandingkan dengan tahun 2019 sebesar 7,8 persen (Taufiq & Iqbal, 2021). Salah satu bentuk ritel yaitu *minimarket* mengalami peningkatan jumlah gerai di Indonesia mulai dari 26.102 gerai menjadi 36.146 gerai pada tahun 2020 (Efendi & Hapsari Lubis, 2022).

Sejalan dengan kondisi industri ritel nasional, di Kabupaten Nabire pun industri ritel menjadi penyumbang PDRB paling penting, sebagaimana yang tersaji pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Kontribusi Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor

	2021	2022	2023	Q1 2024
Terhadap PDB Indonesia	12,96%	12,85%	12,93%	13,15
Terhadap PDRB Kabupaten Nabire	18,83%	18,06%	17,70%	17,83%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023, 2024b, 2024a), Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire (2024b), diolah

Berdasarkan data di atas, diketahui bahwa kontribusi sektor ritel melalui perdagangan besar dan eceran serta reparasi mobil dan sepeda motor baik skala nasional maupun regional di Kabupaten Nabire, terbilang cukup tinggi. Hal ini didukung dengan data Badan Pusat Statistik tahun 2023 yang memperlihatkan sektor Perdagangan Besar dan Eceran menjadi sektor dengan kontribusi PDB terbesar ketiga setelah industri Pengolahan dan Pertanian, Kehutanan, serta Perikanan di tahun 2021; dan memiliki kontribusi PDB terbesar kedua setelah industri Pengolahan di tahun 2022 dan 2023. Kondisi serupa juga terjadi di Kabupaten Nabire dimana sektor Perdagangan Besar dan Eceran memiliki kontribusi PDRB terbesar kedua setelah industri Pertambangan dan Penggalian (Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire, 2024b). Kondisi ini menunjukkan tingginya aktivitas perdagangan atau ritel baik di Indonesia maupun di Kabupaten Nabire.

Aktivitas perdagangan atau industri ritel di Kabupaten Nabire ditandai dengan tingginya jumlah perusahaan dagang mulai dari skala mikro, kecil, menengah, hingga besar. Data Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire tahun 2024 menunjukkan bahwa pada tahun 2023 terdapat sebanyak 3.372 perusahaan dagang di Kabupaten Nabire dengan rincian sebanyak 2.040 perusahaan dagang berskala mikro, 1.287 perusahaan dagang berkala kecil, 11 perusahaan dagang berskala menengah, dan 27 perusahaan dagang berkala besar. Tingginya jumlah perusahaan dagang di Kabupaten Nabire didukung dengan meningkatnya sarana perdagangan, seperti yang terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Jumlah Sarana Perdagangan di Kabupaten Nabire

Jenis Sarana Perdagangan	2020	2021	2022
Pasar	40	34	36
Swalayan atau <i>Minimarket</i>	13	12	15
Toko dan Warung atau Kios	1.301	1.461	1.515
Total	1.354	1.507	1.566

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire (2024a), diolah

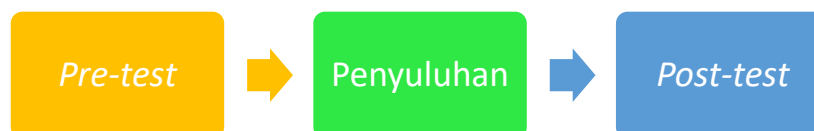
Meningkatnya jumlah sarana perdagangan mulai tahun 2020 hingga 2023, terutama swalayan, toko dan warung/kios menandakan tingginya aktivitas perdagangan atau industri ritel di Kabupaten Nabire. Hal ini berarti potensi industri ritel di Kabupaten Nabire terus bertumbuh yang akan berdampak pada meningkatnya lapangan pekerjaan dan kebutuhan sumber daya manusia yang kompeten di bidang ritel. Peluang ini tentunya harus dimanfaatkan oleh masyarakat Kabupaten Nabire khususnya kaum muda yang memiliki cita-cita berkarir di bidang ritel.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa industri ritel merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia dengan berbagai peluang dan tantangan. Edukasi tentang manajemen ritel sangatlah penting untuk meningkatkan minat masyarakat khususnya siswa/i SMA dan SMK di Kabupaten Nabire untuk bekerja di bidang ritel dan meningkatkan daya saing pelaku usaha ritel. Untuk itulah kegiatan PkM ini sangat perlu dilaksanakan. Kegiatan PkM ini bertujuan untuk memberikan wawasan guna menambah pengetahuan dan pemahaman anak muda terutama siswa/i SMA dan SMK di Kabupaten Nabire tentang industri ritel secara umum dan memberikan gambaran potensi yang bisa dimanfaatkan bagi siswa/i SMA dan SMK di masa mendatang.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan PkM ini adalah sosialisasi dan edukasi melalui penyuluhan ke 235 orang siswa/i dari berbagai SMA dan SMK di Kabupaten Nabire, Provinsi Papua Tengah yang menjadi peserta kegiatan PkM. SMA dan SMK yang menjadi kelompok sasaran sekaligus mitra 95roffess berjumlah 19 sekolah yang meliputi SMA Negeri 1 Nabire, SMA Negeri 2 Nabire, SMA Negeri 3 Jayanti Nabire, SMA Anak Panah Nabire, SMA IPAIYE Nabire, SMA Yapis Nabire, SMA Advent Nabire, SMA Adhi Luhur Nabire, SMA YPPGI Nabire, SMA YPK Tabernakel Nabire, SMA Pontingku Nabire, SMK Negeri 1 Nabire, SMK Negeri 2 Nabire, SMK Negeri 3 Nabire, SMK Anak Panah Nabire, SMK Petra Nabire, SMA Al-Madinah Wonorejo Nabire, SMK Al-Madinah Girimulyo Nabire, dan SMK Pongtiku Nabire.

Kegiatan utama 95roffess yaitu memberikan wawasan kepada peserta untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang 95rofessi ritel dan potensi bisnis ritel di masa mendatang. Wawasan yang diberikan kepada peserta melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan yang ditempuh dalam kegiatan 95roffess yaitu: 1) Memberikan *pre-test* kepada peserta yang bertujuan untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai 95rofessi ritel sebelum materi

penyuluhan diberikan; 2) Menyampaikan materi tentang pengenalan profesi ritel dalam bentuk penyuluhan atau ceramah disertai diskusi atau tanya jawab; dan 3) Memberikan *post-test* kepada peserta untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta tentang profesi ritel setelah materi sosialisasi diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM ini dilaksanakan selama 6 (enam) hari yaitu pada 13 No. hingga 18 No. 2024. Dalam kegiatan PkM tersebut, tahapan yang ditempuh mencakup pemberian *pre-test*, pemberian materi, dan pemberian *post-test*. Pada tahapan pertama, *pre-test* dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peserta mengetahui dan memahami tentang industri ritel sebelum materi diberikan. Dalam *pre-test* ini, setiap peserta diberikan 6 (enam) buah pertanyaan mendasar tentang industri ritel melalui kuesioner. Peserta menjawab pertanyaan sesuai dengan pengetahuan yang dimiliki tentang industri ritel. Hasil *pre-test* yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil *Pre-Test* Peserta PkM

No.	Pertanyaan	Tidak Tahu /Tidak Pernah	Ragu-Ragu	Tahu/Pernah
1	Apakah kamu pernah mendengar istilah ritel	93,62%	3,83%	2,55%
2	Apakah kamu tahu definisi/arti ritel	91,91%	8,09%	0%
3	Apakah kamu pernah mendengar istilah manajemen ritel	90,21%	8,08%	1,70%
4	Apakah kamu tahu definisi/arti manajemen ritel	91,91%	6,80%	1,29%
5	Apakah kamu pernah terlibat langsung dalam aktivitas ritel	94,04%	5,10%	0,86%
6	Apakah kamu tahu perbedaan ritel tradisional dan ritel modern	96,17%	3,83%	0%
Rata-Rata		92,98%	5,95%	1,07%

Sumber: Kuesioner *Pre-Test*, diolah

Berdasarkan hasil *pre-test* tersebut, diketahui bahwa rata-rata yang menjawab Tidak Tahu/Tidak Pernah sebesar 92,98 persen atau sebanyak 218 orang dari total 235 orang peserta, sedangkan rata-rata menjawab Ragu-Ragu dan Tahu/Pernah masing-masing sebesar 5,95 persen dan 1,07 persen. Hal ini menandakan bahwa hampir semua peserta PkM tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman dasar tentang industri ritel mulai dari tentang ritel secara umum, manajemen ritel, ritel tradisional dan ritel modern, hingga keterlibatan dalam aktivitas ritel. Dari hasil *pre-test* ini, kegiatan PkM kemudian dilanjutkan pada tahapan berikutnya.

Tahap kedua adalah memberikan penyuluhan atau sosialisasi mengenai industri ritel. Materi yang diberikan mencakup materi dasar/umum tentang ritel, manajemen ritel, serta perbedaan antara ritel tradisional dan ritel modern. Penyampaian materi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi atau tanya jawab dengan durasi maksimal 60 menit.



Gambar 2. Penyampaian Materi Tentang Manajemen Ritel

Ritel adalah kegiatan ekonomi yang mendistribusikan barang dalam jumlah besar untuk dijual dalam jumlah kecil atau eceran kepada konsumen. Ritel erat kaitannya dengan perdagangan dan distribusi. Oleh karena itu, ritel termasuk dalam kategori Perdagangan Besar dan Eceran pada komponen Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), dimana kategori ini merupakan kegiatan ekonomi atau lapangan usaha di bidang perdagangan besar dan eceran (yaitu kegiatan menjual tanpa perubahan teknis) dari berbagai jenis barang dan memberikan imbalan jasa yang mengiringi penjualan barang-barang tersebut. Baik penjualan secara grosir (perdagangan besar) maupun perdagangan eceran merupakan tahap akhir dalam distribusi barang dagangan. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam perdagangan besar dan eceran adalah kegiatan seperti penyortiran; pemisahan kualitas dan penyusunan barang; pencampura; pembotolan; pengepakan; pemboongkaran dari ukuran besar dan pengepakan ulang menjadi ukuran yang lebih kecil; pergudangan, baik dengan pendingin maupun tidak; pembersihan dan pengeringan hasil pertanian; hingga pemotongan lembaran kayu atau logam (Badan Pusat Statistik, 2023).

Industri ritel memiliki sistem manajemen yang dapat membantu dan menjamin konsumen yang memiliki pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan mereka meninggalkan toko sambil tersenyum, yang disebut sebagai Manajemen Ritel. Manajemen Ritel dapat diartikan sebagai proses menjalankan dan mengelola aktivitas keseharian ritel terkait penjualan barang dan jasa kepada konsumen/pelanggan. Manajemen ritel berfokus pada proses untuk memastikan bahwa konsumen puas dengan produk dan layanan yang mereka beli dan bisnis ritel yang dijalankan berfungsi dengan baik dan terus menguntungkan.

Dalam perkembangan zaman yang semakin pesat, ritel menjadi salah satu bidang bisnis yang terus mengalami transformasi. Ritel tradisional yang telah ada sejak zaman dahulu mulai bersaing dengan ritel modern yang menggunakan teknologi canggih sebagai salah satu keunggulannya. Ritel tradisional merupakan bentuk ritel yang telah ada sejak lama dan biasanya dilakukan secara langsung dengan pelanggan, misalnya melalui toko-toko kecil atau pasar tradisional. Ritel modern adalah bentuk ritel yang menggunakan teknologi dan biasanya dilakukan melalui toko-toko besar atau *platform online* seperti toko *online*, *e-commerce*, dan *marketplace*.

Ritel tradisional dan ritel modern memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Ritel tradisional menyediakan pengalaman belanja yang lebih personal dengan interaksi langsung antara penjual dan pembeli, namun terbatas dalam hal produk, jam operasional, dan kebanyakan tidak mendukung kemudahan transaksi non-tunai. Di sisi lain, Ritel modern menawarkan pilihan produk yang lebih banyak, harga yang lebih murah, dan kemudahan transaksi non-tunai, tetapi kurang dalam aspek pengalaman belanja yang personal. Baik ritel tradisional maupun ritel modern memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan belanja kita. Namun, dalam era digital seperti sekarang, ritel modern dengan teknologi yang canggih menjadi pilihan yang lebih praktis dan efisien. Hal ini disebabkan adanya kemajuan teknologi dan tuntutan kebutuhan konsumen yang terus meningkat seperti kebutuhan akan kemudahan dalam pembayaran menggunakan metode non-tunai (Wahyuni et al., 2020). Pemahaman dan penerapan yang lebih baik tentang konsep manajemen ritel modern sangat penting bagi ritel tradisional agar bisnis ritel dapat bertahan dan 98rofessi keuntungan kompetitif yang berkelanjutan terutama 98rofes berhadapan dengan sejumlah pengecer modern yang dikelola secara 98rofessional atau bahkan sebagai akibat dari perubahan pola belanja konsumen (Krahara & Ali, 2020).

Tahapan ketiga, peserta diberikan *post-test* untuk mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta industri ritel setelah materi tentang industri ritel diberikan. Dalam *post-test* ini, setiap peserta diberikan 6 (enam) buah pertanyaan yang sama seperti pertanyaan *pre-test*. Hasil *post-test* digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap ketercapaian pelaksanaan kegiatan PkM. Hasil *post-test* yang diperoleh adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil *Post-Test* Peserta PkM

No.	Pertanyaan	Tidak Tahu /Tidak Pernah	Ragu-Ragu	Tahu/Pernah
1	Apakah kamu pernah mendengar istilah ritel	0,00%	0,00%	100%
2	Apakah kamu tahu definisi/arti ritel	0,00%	3,40%	96,60%
3	Apakah kamu pernah mendengar istilah manajemen ritel	0,00%	0,00%	100%
4	Apakah kamu tahu definisi/arti manajemen ritel	0,00%	5,53%	94,47%
5	Apakah kamu pernah terlibat langsung dalam aktivitas ritel	0,00%	0,00%	100%
6	Apakah kamu tahu perbedaan ritel tradisional dan ritel modern	0,00%	2,55%	97,45%
Rata-Rata		0,00%	1,91%	97,09%

Sumber: Kuesioner *Post-Test*, diolah

Berdasarkan hasil *post-test* tersebut, diketahui bahwa rata-rata yang menjawab Tahu/ Pernah sebesar 97,09 persen atau sebanyak Tidak Tahu/Tidak Pernah masing-masing sebesar 1,91 persen dan 0,00 persen. Hal ini menandakan bahwa hampir semua peserta PkM telah memiliki pengetahuan dan pemahaman dasar tentang industri ritel mulai dari tentang ritel secara umum, manajemen ritel, ritel tradisional dan ritel modern, hingga keterlibatan dalam aktivitas ritel.



Gambar 3. Foto Bersama Pemateri dan Peserta PkM

Peserta sangat antusias mengikuti kegiatan PkM. Hal ini terlihat dari aktifnya sesi diskusi atau tanya jawab antara peserta dan pemateri, serta penerimaan materi yang sangat baik oleh peserta yang didukung dengan meningkatnya pengetahuan dan pemahaman peserta tentang industri ritel. Kegiatan PkM ditutup dengan foto bersama antara pemateri, peserta, dan guru

wali kelas sekaligus pembagian brosur promosi Program Studi S1 Manajemen Ritel Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Harapan Nabire kepada para peserta.

SIMPULAN

Industri ritel sangat erat kaitannya dengan aktivitas perdagangan, dan memiliki peran penting terhadap perekonomian nasional maupun daerah. Industri ritel memiliki potensi sangat besar secara nasional hingga daerah, terutama di Kabupaten Nabire. Banyaknya peritel di Kabupaten Nabire berdampak pada semakin banyak penyerapan tenaga kerja dan semakin memberikan kemudahan dalam menghubungkan produsen dan konsumen.

Kegiatan PkM ini telah memenuhi capaian pelaksanaan kegiatan di mana 92,98 persen peserta yang awalnya tidak mengetahui dan tidak paham tentang industri ritel, pada akhirnya sebesar 97,09 persen peserta mengetahui dan memahami industri ritel. Hal ini menandakan penyuluhan atau sosialisasi tentang industri ritel diterima dengan sangat baik sehingga mampu meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang industri ritel dan potensinya di Kabupaten Nabire.

Di masa mendatang kegiatan PkM ini diharapkan dapat menjangkau lebih banyak SMA dan SMK tidak hanya di Kabupaten Nabire saja tetapi lingkup Provinsi Papua Tengah. Hal ini bertujuan agar lebih banyak pemuda dan pemudi di Kabupaten Nabire secara khusus, maupun di Provinsi Papua Tengah secara luas yang memiliki pemahaman baik mengenai industri ritel dan mampu memanfaatkan peluang atau potensi industri ritel di Kabupaten Nabire hingga Provinsi Papua Tengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Produk Domestik Bruto Indonesia Triwulanan 2019-2023* (Vol. 14). <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/10/13/9f14d43dc0c01b6d1883fb7c/produk-domestik-bruto-indonesia-triwulanan-2019-2023.html>
- Badan Pusat Statistik. (2024a). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan I-2024*. In *www.bps.go.id* (Issue 35).
- Badan Pusat Statistik. (2024b). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2023*. In *www.bps.go.id* (Vol. 13, Issue 2). <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/05/05/1998/ekonomi-indonesia-triwulan-i-2023-tumbuh-5-03-persen--y-on-y-.html>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire. (2024a). *Kabupaten Nabire dalam Angka Tahun 2024*. <https://nabirekab.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Nabire. (2024b). *Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Nabire Menurut Lapangan Usaha Tahun 2019-2023* (Vol. 19). <https://nabirekab.bps.go.id>
- Efendi, N., & Hapsari Lubis, T. W. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Ritel. *JWEM: Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 12(1), 21–36. <https://doi.org/10.55601/jwem.v12i1.863>

- Karuniatama, I. H., Barata, D. D., & Suyoto, Y. T. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Ritel Di Indonesia. *Widyakala Journal*, 7(1), 28-36. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v7i1.277>
- Krahara, Y. D., & Ali, H. (2020). Analisis Etika Bisnis dan Manajemen Kinerja Terhadap Keberlanjutan Ritel Tradisional di Banten. *JEMSI: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Sistem Informasi*, 1(3), 216-227. <https://doi.org/10.31933/JEMSI>
- Taufiq, A. R., & Iqbal, A. (2021). Analisis Peran Corporate Social Responsibility terhadap Aspek Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan pada Industri Ritel. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(1), 22-36. <https://doi.org/10.23887/jia.v6i1.29046>
- Wahyuni, N., O, U. K., & Rahayu, Y. S. (2020). Pendampingan Manajemen Ritel Modern Bagi Komunitas Pedagang Ritel Tradisional Pasar Dinoyo Kota Malang. *PEDULI: Jurnal Ilmiah Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 48-58. <https://doi.org/10.37303/peduli.v4i2.238>