



ANALISIS UMKM TOKO SEMBAKO JANS77

Ketut Sudarnaya¹, Luh Yuli Nurjiasih², M Bayu Mahandika³, Kadek Dharma Guritna⁴

STIE SATYA DHARMA SINGARAJA

sudarnaya@gmail.com¹, Yulinurjiasih@gmail.com², bayumandika5698@gmail.com³,
Kadekpunstyl@gmail.com⁴

Info Artikel :

Diterima :
23 Januari 2022
Disetujui :
26 Januari 2022
Dipublikasikan :
30 Januari 2022

ABSTRAK

Toko sembako merupakan toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perkembangan toko sembako tepatnya di toko sembako bu putu citra ini berada di jalan pantai penimbangan kecamatan Buleleng kabupaten buleleng. Terdapat beberapa kendala yang dialami oleh toko sembako jans 77 yaitu dalam aspek pemasaran dan MSDM. Metode yang digunakan yaitu wawancara dan observasi. Setelah mengetahui permasalahan yang dialami oleh toko jans77 maka dilakukan pembinaan khusus pada aspek pemasaran dan MSDM. Dari hasil penelitian ditoko sembako jans77 milik buk putu citra, buk putu citra sudah mulai memasarkan produknya lewat sisial media dan mengatur karyawannya dengan baik.

Kata kunci: Pemasaran, MSDM, toko sembako

ABSTRACT

A grocery store is a shop that sells daily necessities. This study aims to determine and analyze the development of a basic food store, precisely at the Bu Putu Citra grocery store, which is located on Jalan Penimbangan Beach, Buleleng District, Buleleng Regency. There are several obstacles experienced by the jans 77 grocery store, namely in the aspects of marketing and HR. The method used is interview and observation. After knowing the problems experienced by the jans77 store, special coaching was carried out on the marketing and HR aspects. From the results of the research at the jans77 grocery store owned by buk putu citra, buk putu citra has started to market its products through social media and manage its employees well.

Keywords: Marketing, HRM, basic food shops

PENDAHULUAN

Toko sembako merupakan toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Sembilan bahan pokok atau lebih dikenal dengan sembako, merupakan jenis usaha yang dibutuhkan siapapun. kebutuhan masyarakat akan toko sembako yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan dekat dengan lingkungan tempat tinggal. Sembako yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum dibutuhkan masyarakat indonesia yaitu kebutuhan pokok sehari-hari

seperti beras, sayur, gula, minyak goreng, gas elpiji, dll. Kegiatan sehari-hari dalam masyarakat tidak bisa dipisahkan dari kegiatan perdagangan, atau kegiatan jual-beli untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Transformasi industri ritel secara signifikan berdampak pada kegiatan operasinya, dimana diperlukan tindakan operasional yang lebih efisien dan optimalisasi sumber daya yang ada dalam toko (Fernie et al, 2010).

Ditengah kondisi yang tidak menentu, ditemukan bukti bahwa toko ritel berskala kecil mampu mengambil keuntungan dari keunikan sumberdaya yang dimiliki, kapabilitas dari pemilik toko, dan implementasi strategi yang sukses yang berguna untuk keberlangsungan usaha toko kelontong ini (Chugan and Pingle, 2012). Dalam persaingan yang ketat ini maka warung Sembako dan Kebutuhan Rumah Tangga, dimana bergerak dalam penjualan retail harus mampu bersaing dengan toko retail atau usaha retail yang semakin marak dilingkungan pemukiman padat penduduk, upaya – upaya harus segera dilakukan oleh pemilik agar tetap dapat bersaing dan terus bertahan. UKM adalah segala jenis usaha yang berdasarkan kepemilikannya adalah milik perorangan atau pribadi, atau usaha yang dimiliki oleh badan yang bukan merupakan anak dari sebuah perusahaan yang lebih besar atau cabang dari perusahaan yang dimiliki oleh perseorangan atau badan.

Toko sembako bu putu citra berdiri atau mulai melakukan usaha dari tahun 2015 sampai sekarang, toko sembako bu putu citra ini berada di jalan pantai penimbangan kecamatan Buleleng kabupaten buleleng. Toko sembako Jans77 ini menyediakan produk-produk yang bersifat pribadi hingga kebutuhan yang dibutuhkan sehari – hari oleh masyarakat sekitar Toko tersebut seperti kebutuhan pokok, makanan, minuman, sembako, kebutuhan kebersihan, bensin dll.

Dalam persaingan yang ketat ini maka warung Sembako dan Kebutuhan Rumah Tangga, dimana bergerak dalam penjualan retail harus mampu bersaing dengan toko retail atau usaha retail yang semakin marak dilingkungan pemukiman padat penduduk. Permasalahn yang didapat dalam toko sembako jan77 milik bu putu citra yaitu kurangnya memasarkan produk dan kurangnya dalam mengatur karyawannya

METODE PENELITIAN

Dalam pengabdian kepada masyarakat ini metode yang akan digunakan adalah observasi dan wawancara dimana pada pelaksanaannya bertujuan untuk mengetahui secara jelas kendala yang dihadapi oleh UMKM toko jans77. Terdapat dua kendala yang dihadapi oleh UMKM tersebut yaitu dari aspek manajemen sumber daya manusia dan juga aspek pemasaran . Setelah mengetahui kendala yang dihadapi diperlukan untuk mengadakan pembinaan dari segi manajemen sumber daya manusia yaitu dengan peningkatan pengetahuan tentang pentingnya kerja sama tim dan pelayanan yang baik bagi para konsumen. mengadakan pembinaan dari segi pemasaran yaitu dengan memasarkan toko sembako jans77 di sosial media agar masyarakat luas lebih mengenalnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kegiatan pembinaan kepada masyarakat UMKM di Jalan pantai penimbangan ini difokuskan pada UMKM BuCitra , dimana UMKM Bu Citra menjual

bahan bahan pokok kebutuhan sehari-hari . Hal ini dikarenakan UMKM Bu Citra ini sudah terkenal dan menjual produk dengan lengkap . Tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam pembinaan UMKM ini sudah sampai tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Berikut dijelaskan tahapan yang sudah dilaksanakan:



Gambar 1. Pemateri memperkenalkan melakukan wawancara dan observasi UMKM toko sembako jans77

Pada gambar 1, tahap ini diawali dengan menjelaskan tujuan dari adanya pembinaan UMKM ini, setelah diberikan izin untuk melaksanakan pembinaan UMKM Bu Citra , selanjutnya dilakukan observasi lapangan secara langsung untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berlangsung. Selanjutnya yaitu tahapan mewawancarai Bu Citra yaitu pemilik UMKM terkait sejarah berdirinya usaha ini dan juga kendala yang dihadapi selama UMKM Bu Citra ini berlangsung. Ada dua kendala yang dirasakan yaitu dari spek Sumber Daya Manusia dan juga aspek Pemasaran. Dalam aspek sumber daya manusia yaitu penyusutan karyawan yang awalnya 3 menjadi 2 karena adanya covid-19 dan yang kedua aspek pemasaran yaitu pemilik tidak memasarkannya toko sembakonya melalui sosial media.



Gambar 2. Pemateri Membina pentingnya kerjasama tim dan pemasaran lewat sosial media

Pelaksanaan kegiatan pertama dilaksanakan pada hari Selasa, 14 Desember 2021, dilaksanakannya pembinaan UMKM Bu Citra pada aspek manajemen sumber daya manusia dengan pemiliknya dengan memberikan pemahaman bahwa Sumber daya manusia sangat penting dan dibutuhkan di kalangan semua usaha, maka dari itu ada solusi yang dihadapi dalam permasalahan yang dihadapi di dalam suatu usaha tersebut yaitu dengan memberikan pemahaman terhadap karyawan yang bekerja, bahwa betapa pentingnya kerja tim dalam suatu usaha tersebut. Selain itu meluangkan waktu untuk memberikan pelatihan kerja kepada karyawan untuk usaha tersebut lebih maju. Pembinaan berlangsung cukup sederhana dengan memberikan pembinaan dari aspek pemasaran yaitu pentingnya memasarkan suatu usaha pada sosial media yaitu membuat akun sosial media seperti Facebook, Instagram, dll.

Tabel dan Gambar

Selama kegiatan berlangsung pemilik UMKM Bu Citra sangat antusias dan kegiatan berjalan lancar. Berikut luaran yang dicapai dari kegiatan pembinaan UMKM ini, seperti yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.
Iuran yang dicapai dari kegiatan pembinaan UMKM.

ASPEK KEGIATAN	KONDISI AWAL	CAPAIAN
Pembinaan tentang aspek sumber daya manusia	Karyawan semula berjumlah 4 orang menjadi 3 orang dan pelayanan kepada pembeli tidak bagus	Pengetahuan tentang pentingnya kerja sama tim dan memberi pelayanan yang baik kepada pembeli.
Pembinaan tentang aspek pemasaran	Pemilik usaha Bu Citra tidak memasarkan usahanya lewat sosial media	Pengetahuan tentang pentingnya mempromosikan usaha lewat sosial media.

KESIMPULAN

Dari pelaksanaan kegiatan pembinaan UMKM Bu Citra di Jalan Pantai Penimbangan ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pembinaan ini mampu memberikan nilai tambah bagi usaha dan pemilik UMKM Bu Citra ini, nilai tambah tersebut diantaranya toko sembako Bu Citra bisa lebih maju dan dikenal masyarakat lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada semua pihak yang telah membantu kegiatan ini yaitu: STIE Satya Singaraja dan UMKM Toko sembako Jans77

DAFTAR PUSTAKA

- Fernie, J., & Sparks, L.](2010). Retail logistics in the UK: Past, present and future, *International Journal of Retail and Distribution Management*, 38, 11/12,894-914
- Pingle, Sameer S. and Chugan, Pawan K., (2012). Global Recession to Global Recovery: Enhancing Enterprise Competitiveness Through Human Capital and Operations Management (January 5, 2012).