



**PELATIHAN DAN SERTIFIKASI  
CALON AHLI K3 PESAWAT TENAGA & PRODUKSI**

**Fasilitas:**

1. Penempatan kedirgantaraan (Mhusus peserta luar kota)
2. Pengamanan bandara untuk penelitian
3. Modul dan praktikum K3
4. Studi dan kunjungan media
5. 2x coffee break, 1x lunch
6. Wisata pack
7. Zonasi
8. Minatong kepulauan (Mhusus peserta luar kota)
9. Durasi 800 kilometer (Sala obyekan: bankumpelan)

**INVESTASI  
RP 26.000.000**

/ Peserta  
08 AGUSTUS 2022  
07 SEPTEMBER 2022

Sebelum Pelaksanaan

**YOGYAKARTA**

08 AGUSTUS 2022  
07 SEPTEMBER 2022

MEMASUKI KOLEKTORIS  
082 1572 7004 (PUPRA)

Home > Opini > Toko Kelontong Rasa Moderen

Opini

## Toko Kelontong Rasa Moderen

By **Philipus Jehamun** January 16, 2020

*Dra Sri Ekanti Sabardini MSI, Dosen STIM YKPN Yogyakarta*

**BERNASNEWS.COM** – Persaingan retail tumbuh terus bersama dengan tumbuhnya penjualan ritel. Retail tradisional yang tergencet dengan retail modern, retail modern yang tergencet *retail online*, menjadi santapan sehari-hari para peretail untuk mampu berdiri tegak memenangkan konsumennya.

Toko kelontong menjadi sisi paling sederhana dari retail tradisional menjadi dipertanyakan, masih adakah perannya di masyarakat, ataukah sudah tidak lagi layak menjadi bisnis.

Ternyata toko modern di Indonesia mendominasi sebanyak 7,06 persen tempat perdagangan publik setelah pasar tradisional (88,52 persen) (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish>, 2019) . Hal ini menunjukkan bahwa pasar tradisional di mata masyarakat masih disukai, meskipun sudah marak retail modern dan retail online.

Masyarakat masih menyukai ritel tradisional karena membawa nilai-nilai persaudaraan dan kekeluargaan melalui hubungan yang dilakukan saat berjual beli. (Survey omset pasar Sleman, Dinas Pasar Sleman, 2015).

Berdasarkan data Nielsen, kontribusi penjualan melalui channel tradisional baik pasar maupun toko kelontong mencapai 72-74 persen. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish>, 2019). Produsen lebih senang menjual pada toko kelontong karena peredaran uang *cash* di pasar tradisional jauh lebih besar dari pasar modern.

Di toko modern mereka membayar tempo minimal sebulan, sedangkan di toko kelontong mereka melakukan pembayaran tunai. Pelaku bisnis FMCG (Fast Moving Consumer Goods) akan bisa kembali memutar modal mereka dengan cepat. (<https://databoks.katadata.co.id/datapublish>, 2019).

Hal ini membuktikan bahwa dukungan supplier terhadap retail tradisional termasuk toko kelontong masih tinggi. Konsumen suka, dan supplier mendukung, ini merupakan peluang tinggi untuk toko kelontong.

Yang menjadi masalah adalah mengapa toko kelontong dengan peluang besar sebagian masih belum bisa eksis? Banyak toko kelontong yang sepi, tidak laku barangnya dan merugi. Dari riset kecil yang dilakukan kelas manajemen ritel yang saya ampu, sebagian besar permasalahan toko kelontong adalah : produk kotor, berdebu, produk ada yang kedaluarsa, penataan berantakan, tidak digolong-golongkan saat penataan produk, pemilihan produk tidak sesuai kebutuhan masyarakat sekitar, dan lain-lain.

### MOST POPULAR



Ada Sigandul View Di Lereng Susi yang Mempesona, Cek Faktanya!  
August 9, 2022

---

Toko kelontong yang laris adalah toko kelontong yang rasa modern. Sampurna melakukan kegiatan penataan toko kelontong melalui program toko SRC (Sampurna Retail Center). Mereka memberi pelajaran pada toko yang tergabung di SRC segala hal tentang ritail. Sayangnya tidak semua toko kelontong punya kesempatan bergabung.

Beberapa toko kelontong yang tidak memenuhi persyaratan tetap dengan kondisi toko kelontong tradisional yang tidak laku. Masih perlu kita lakukan pembelajaran menata produk, memilih produk dengan kualitas tertentu, kebersihan, nota, pencatatan persediaan dll pada toko kelontong agar mereka menjadi toko kelontong yang rasa modern, dan penjualan laris.

Bagaimana dengan toko kelontong disekitar kita? Ada banyak hal yang bisa kita lakukan agar mereka tumbuh makin besar dan laris tidak terganggu oleh pasar modern ataupun pasar online.

Pertama, berikan pembelajaran pada toko kelontong bahwa mereka harus cermat dalam memilih barang yang akan dijual (dalam ilmu ritail ini disebut merchandising). Pilih produk yang dibutuhkan oleh masyarakat secara cepat. Misalnya kalau kita menjual sepatu yang konsumen ada waktu banyak untuk memikirkannya, pasti mereka akan beli di online atau pasar modern. Tapi untuk garam, beras satu kiloan, sabun cuci, dan lain-lain yang dibutuhkan dalam waktu singkat, itulah yang harus ada di toko kelontong.

Daftar produk-produk yang dibutuhkan konsumen secara cepat, sesuai ukuran kebiasaan masyarakat di sekitar. Tidak ada salahnya toko kelontong melakukan riset kecil sebelum memilih produk apa yang harusnya dijual.

Permasalahan kedua adalah cara penataan produk (display produk), toko kelontong dapat mempelajarinya dari buku atau searching melalui internet cara menata produk agar benar dan menarik. Masih banyak yang mencampurkan penataan produk makanan dengan non makanan. Sisi kebersihan barang dan penerangan toko juga hal yang sering luput dari perhatian pemilik toko.

Barang yang bersih, ditata rapi dan diberi penerangan cukup, akan menjadikan toko menarik dan banyak dikunjungi pembeli. Display produk yang menarik, juga akan menjadikan produk laku (tidak lupa dipasang sehingga sampai produk kedaluarsa lupa dipajang/ tidak laku. Walaupun toko kelontong jika "rasa toko modern" akan menjadikan toko lebih menarik. Jangan lupa kelebihan ritel tradisional adalah pada nuansa kekeluargaannya, maka jangan menghilangkan keramahan dari toko kelontong, karena ini keunggulan ritel

tradisional.

Permasalahan ketiga yang perlu diatasi toko kelontong adalah belum adanya nota saat jual beli. Lebih dari 90% toko ritel tidak memberikan nota saat berjualan (riset kelas manajemen ritel, 2019).. Efek tidak adanya nota, tidak hanya pada konsumen kurang puas, tetapi justru kerugian bagi toko kelontong. Toko kelontong tidak bisa mempelajari produk apa yang laku di tokonya, produk apa saja yang sudah terjual sehingga tidak bias mengontrol persediaan produk, dan tidak bias mendeteksi kehilangan produk. Keuntungan yang kecil ditambah kerugian besar karena kesalahan pengelolaan barang dagangan ini, menjadikan toko kelontong bangkrut.

Mari kita benahi ritel toko kelontong disekitr kita dan yang kita miliki dengan mengubahnya menjadi toko kelontong rasa toko modern, sehingga lebih laris dan menguntungkan (**Dra Sri Ekanti Sabardini MSi**, Dosen STIM YKPN Yogyakarta)

<https://bernasnews.com/toko-kelontong-rasa-moderen/>