

## MENINGKATKAN MANAJEMEN TOKO KELONTONG DALAM MENGHADAPI RITEL MODERN DI DESA MENGWI KABUPATEN BADUNG

N.K. Seminari<sup>1</sup>, N.K. Purnawati<sup>2</sup>, L.G.S. Artini<sup>3</sup>, N.M. Rastini<sup>4</sup>, I.N. Nurcaya<sup>5</sup>, dan I.G.K. Warmika<sup>6</sup>

### ABSTRACT

Modern retail like Alfamart and Indomaret develops really fast at some cities in Indonesia. These retails has a strong management which is a network. In some region this things are considered “threats” to the grocery store or either a small mini-market. One of the problems of this kinds that is being observed is in Mengwi Village Mengwi Sub-district Badung Regency. Seeing this condition then a community service is held which entitled “Increasing the Management of Grocery Store in Order to Face Modern Retail in Mengwi Village Mengwi Sub-district Badung Regency. The purpose of this community service is to increase the management of Grocery Store in order to face the threats of modern retail such as Alfamart and Indomaret. The coaching will be held by visiting one kind of grocery store or mini-market that located in Mengwi Village. The amount of traders that are coached are 40 people. This community service formally held within 5-7 days, this activity is expected to be able reach the traders generally. The result of the community service is expected to be able to arrange the financial administration, the product’s turnover, product’s arrangement, the change of the price’s information, and a better consumer service. For the community service’s team, this activity is useful to apply theories and devoted themselves to the people.

**Keywords :** *management, grocery store, modern ritel*

### 1. PENDAHULUAN

Retail atau eceran (retailing) dapat dipahami sebagai semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan penggunaan bisnis. Sering kali orang-orang beranggapan bahwa ritel hanya menjual produk-produk di toko. Tetapi retail (ritel) juga melibatkan pelayanan jasa layanan antar (delivery services) ke rumah-rumah. Tidak semua ritel dilakukan ditoko.

Terkait dengan aktivitas yang dijalankan, ritel menunjukkan upaya untuk memecah barang atau produk yang dihasilkan dan didistribusikan oleh manufaktur atau perusahaan dalam jumlah besar dan massal untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhan (Utami ; 2010: 5). Kegiatan yang dilakukan dalam bisnis ritel adalah menjual berbagai produk kepada para konsumen untuk keperluan konsumsi pribadi. Para peritel berusaha memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan mencoba memenuhi kesesuaian barang-barang yang dimilikinya dalam hal harga, tempat, dan waktu sesuai keinginan pelanggan. Ritel juga

---

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Udayana

menyediakan pasar bagi para produsen untuk menjual produk-produk mereka. Ini menunjukkan bahwa ritel adalah kegiatan terakhir dalam jalur distribusi yang menghubungkan produsen dan konsumen.

Ritel (retail) yang berhasil harus memenuhi kebutuhan pelanggan pada segmen pasar yang dilayani secara lebih baik daripada yang dilakukan pesaing. Pasar ritel (retail) bukan merupakan tempat khusus dimana para pembeli dan penjual bertemu, tetapi sebagai kelompok konsumen dengan kebutuhan-kebutuhan yang sama (segmen pasar) dan sekelompok ritel (retail) yang menggunakan format ritel (retail) yang sama untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut.

Pasar sasaran dalam ritel (retail) sering kali ditetapkan berdasarkan faktor demografis, geografis dan psikografis. Menetapkan pasar sasaran merupakan syarat untuk menetapkan strategi bauran ritel (retail). Bauran ritel (retail) atau disebut dengan retail mix adalah kombinasi elemen-elemen produk, harga, lokasi, personalia, promosi dan presentasi atau tampilan untuk menjual barang dan jasa pada konsumen akhir yang menjadi target pasar.

Ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret berkembang sangat pesat di beberapa kota di Indonesia. Sebenarnya selain Alfamart dan Indomaret masih banyak pemain minimarket lain. Sebut saja Circle K, Starmart, Yomart, AMPM, dan beberapa nama lainnya (termasuk pemain lokal). Namun, yang tampak di mata masyarakat adalah adu kuat antara Alfamart dan Indomaret. Maklum, kedua merek minimarket ini sangat agresif menggarap pasar hingga ke kawasan perumahan. Saking ketatnya bersaing, mereka seperti tak peduli dengan kedekatan lokasi toko. Dalam radius 10 meter, gampang sekali dijumpai toko Alfamart berhadapan dengan Indomaret. Perkembangan Alfamart dan Indomaret telah merambah hampir di setiap sudut kota dan desa di Bali. Kedua minimarket ini bisa dijalankan oleh perorangan dengan sistem waralaba atau franchise. Kedua toko tersebut selalu menghiasi tepi jalanan dan hampir dapat dipastikan letaknya selalu berdekatan. Uniknyanya meskipun keduanya berdekatan namun masing-masing toko sangat banyak pembelinya. Hal ini terjadi karena keduanya memiliki pola marketing yang hampir sama. Mereka memiliki manajemen dan strategi pemasaran yang matang sehingga mengena dihati masyarakat.

Melihat pesatnya perkembangan kedua minimarket ini tentu merupakan suatu ketakutan bagi para pedagang toko kelontong. Kehadiran minimarket ini telah mengusik kenyamanan pedagang toko kelontong. Para konsumen yang sebelumnya berbelanja di toko kelontong mulai berpaling membelanjakan uangnya ke minimarket Alfamart dan Indomaret. Hal ini terjadi karena kedua minimarket ini mampu memenuhi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder masyarakat. Ketersediaan produk yang selalu terjaga, baik produk makanan, minuman, alat tulis, produk kecantikan, pulsa, hingga peralatan rumah tangga lainnya. Keadaan gerai yang selalu tertata rapi dengan jarak yang teratur, bersih, pencahayaan yang terang dan sebagainya. Produk selalu lengkap, tersedia dan gampang mengambilnya. Harga produk yang sangat terjangkau yang tidak jauh berbeda dengan toko kelontong. Keadaan ini bukan lagi sekedar pesaing, tetapi telah berdampak pada kerugian akibat menurunnya pendapatan bagi toko kelontong maupun minimarket kecil lainnya.

Terkait paparan diatas hal serupa juga dialami oleh toko kelontong maupun minimarket kecil di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Di Desa ini telah hadir Alfamart dan Indomaret di lokasi-lokasi strategis, bahkan antar Indomaret hampir berjarak 1 kilometer dengan Indomaret berikutnya. Hal ini tentu akan menimbulkan masalah bagi pedagang toko kelontong yang sebelumnya cukup laris. Toko-toko kelontong kini menjadi terlihat sepi pengunjung, bahkan beberapa diantaranya ada yang tutup.

Kehadiran ritel modern Alfamart dan Indomaret telah menimbulkan keadaan yang meresahkan bagi pedagang toko kelontong di Desa Mengwi. Hal ini karena manajemen yang dimiliki Alfamart dan

Indomaret sangat kuat. Dapat dilihat dari luas gerai, keadaan gerai (warna, cahaya, penataan barang), ketersediaan barang, harga, karyawan dan sebagainya. Melihat kemampuan manajemen yang dimiliki ritel ini tentu merupakan suatu yang sulit untuk diimbangi oleh toko kelontong.

Keadaan ini telah berdampak pada pendapatan toko kelontong yang semakin menurun. Penurunan ini mengakibatkan kelesuan bagi para pedagangnya, sehingga toko tidak menarik untuk dikelola. Pedagang tidak mampu lagi menambah jumlah produk yang ada di tokonya, tidak mampu mengembangkan toko dengan baik, akibat modal yang menurun. Hal ini mengakibatkan manajemen toko yang menjadi tidak terurus. Daya tarik toko menurun, konsumen menjadi tidak berminat mengunjungi toko.

Hal ini diperparah lagi para pedagang toko kelontong adalah pedagang yang terbentuk karena inisiatif sendiri, yang bukan merupakan suatu jaringan seperti ritel-ritel modern. Sehingga tidak memiliki manajemen yang baik seperti : masalah bauran pemasaran (produk, harga, distribusi dan promosi), luas gerai, penataan, pencahayaan dan sebagainya. Dalam pengabdian ini yang menjadi permasalahan adalah Bagaimana meningkatkan manajemen para pedagang toko kelontong di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung?

Kegiatan pengabdian ini bertujuan melakukan pembinaan untuk meningkatkan manajemen para pedagang toko kelontong di Mengwi guna meningkatkan kualitas manajemen sehingga mampu bersaing dengan para peritel Alfamart dan Indomaret. Pembinaan yang diberikan yaitu di bidang pemasaran, keuangan, operasional maupun sumber daya manusia. Pada bidang pemasaran diberikan pemahaman terutama mengenai perilaku konsumen, pengemasan, penetapan harga, penataan produk, promosi serta bagaimana memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Di bidang keuangan diberikan pelatihan tentang administrasi pembukuan yaitu tata cara pencatatan transaksi keuangan yang sederhana sehingga para pedagang tahu berapa keuntungan yang diperoleh. Pada bidang operasional diberikan pengertian mengenai penataan dan etika pedagang terhadap konsumen, etika antar pedagang maupun masyarakat umum.

Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pedagang agar dapat lebih menguasai bidang manajemen dalam artian profesional ketika mengelola toko sehingga dapat bersaing. Di samping itu pengabdian ini bertujuan untuk selalu mengingatkan para pedagang agar terus meningkatkan manajemen usahanya secara keseluruhan, terkait dengan berbagai kondisi yang terjadi dan selalu berubah. Sehingga para pedagang tetap dapat bertahan dan mampu bersaing dalam berbagai situasi dan kondisi.

Melalui pengabdian ini para pedagang toko kelontong diharapkan dapat menerapkan manajemen praktis dalam mengelola usahanya sehingga mampu bersaing dengan kehadiran berbagai minimarket yang memiliki manajemen lebih terorganisir. Bagi dosen-dosen jurusan manajemen dapat mengaplikasikan teori ke dalam dunia praktis sehingga dapat menularkan ilmu-ilmu yang relevan kepada para pedagang toko kelontong sekaligus sebagai bagian dari masyarakat yang harus mengabdikan kembali ke masyarakat. Dapat melihat fakta secara langsung permasalahan yang terjadi dilapangan, sehingga dapat menerapkan teori yang sesuai untuk diterapkan.

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Langkah-langkah yang ditempuh dalam memecahkan masalah guna Peningkatan Manajemen Pedagang Toko Kelontong di Desa Mengwi Badung adalah sebagai berikut :

1. Pra survey yang telah dilakukan menunjukkan bahwa di lingkungan Desa Mengwi telah banyak berdiri ritel-ritel modern diantaranya Alfamart dan Indomaret yang memiliki

- manajemen yang baik dibandingkan dengan pedagang toko kelontong dan minimarket lainnya.
2. Manajemen yang dimiliki pedagang toko kelontong secara umum belum mengetahui bagaimana mengelola usahanya, bahkan banyak yang semakin menurun keadaan usahanya. Sehingga hal ini perlu dilakukan pembinaan guna peningkatan manajemen pedagang.
  3. Para pedagang toko kelontong ini akan diberi pembinaan secara langsung di lokasi mereka berjualan dengan cara mendatangi, menjelaskan, dan berdiskusi antara tim pelaksana pengabdian dan pedagang sehingga tidak mengganggu aktivitas mereka berdagang dan lebih efektif.
  4. Hal-hal yang diberikan adalah pelatihan tentang manajemen yaitu :
    - a. Pelatihan Administrasi Pembukuan berupa tata cara pencatatan transaksi keuangan dan dapat dengan mudah melakukan analisis keuangan.
    - b. Pelatihan Strategi Penjualan terutama pengaturan barang dagangan (display), pelayanan kepada pembeli, teknik komunikasi serta transaksi yang jujur namun tetap menguntungkan, serta berbagai macam promosi barang yang dijual.
    - c. Sistem Stok dan Delivery yaitu tidak terjadinya penumpukan jika terjadi penurunan permintaan serta tidak kekurangan pada saat permintaan sedang meningkat. Ini terkait langsung dengan mekanisme serta sistem delivery atau distribusi barang dagangan pada waktu yang dibutuhkan dengan jumlah yang tepat. (perlu adanya jalur atau pintu masuk yang khusus untuk traffic barang).
    - d. Informasi harga barang di pasaran, selalu terpantau dan memiliki akses untuk mendapatkan informasi tentang harga yang sedang berlaku untuk semua jenis barang yang diperdagangkan. Ini juga akan memberikan kepuasan terutama konsumen tidak ragu dengan harga yang pantas dan kualitas yang sesuai.
    - e. Memahami Perilaku Konsumen, bagaimana memuaskan pelanggan dari faktor lainnya seperti adanya kenyamanan berbelanja dan adanya nuansa khusus menarik lainnya yang tidak dimiliki oleh peritel Alfamart dan Indomaret.

Sasaran strategis dari kegiatan pengabdian ini adalah para pedagang toko kelontong di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Para pedagang toko kelontong akan diberikan pembinaan manajemen yang terkait dengan pengembangan toko yang dikelolanya. Para pedagang toko ini menjadi sasaran, karena semakin pesatnya perkembangan minimarket di Desa Mengwi. Hal ini mengakibatkan pedagang toko kelontong kalah bersaing, bahkan terdapat toko kelontong yang menutup usahanya karena adanya pesaing yang kuat dalam manajemen dan merupakan pemain yang berada dalam suatu jaringan terorganisasi.

Selain itu Desa Mengwi merupakan salah satu pusat keramaian yang merupakan bekas Ibukota Kabupaten Badung. Daerah ini sangat ramai karena terdapat pasar Desa Mengwi yang ramai dari pagi hingga malam, Pura Taman Ayun yang dinobatkan sebagai pariwisata budaya merupakan salah satu tempat wisata bagi wisatawan. Desa ini dilalui jalur lalu lintas yang padat yang menuju berbagai daerah (seperti menuju Bedugul, Tanah Lot, dll) dan tempatnya layak untuk berhenti sejenak, melepas lelah, berbelanja untuk bekal perjalanan maupun kuliner untuk mengisi perut. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan manajemen untuk kemajuan para pedagang toko kelontong, minimarket kecil lainnya sehingga tetap mampu bertahan dari serangan keberadaan minimarket modern yang berbasis jaringan.

Metode yang digunakan tentu disesuaikan dengan apa yang diungkap pada bab sebelumnya. Dilihat dari analisis situasi, pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan pembinaan yaitu menggunakan metode ceramah dan diskusi langsung antara instruktur dan pedagang. Metode ceramah langsung ini diharapkan dapat lebih efektif karena langsung berhadapan antara pedagang dengan tim pengabdian (penceramah). Hal ini dilakukan, karena tim pengabdian tidak ingin menyita

waktu para pedagang untuk menghadiri suatu pertemuan di suatu tempat dengan meninggalkan toko mereka. Di samping itu biasanya sulit untuk mengumpulkan mereka, meminta mereka untuk datang untuk mendengar ceramah.

Pembinaan akan dilakukan dengan mendatangi toko kelontong maupun minimarket sejenis yang berada di Desa Mengwi. Tim pengabdian yang berjumlah 6 orang akan terbagi menjadi 3 kelompok. Masing-masing kelompok akan mengunjungi sebuah toko kelontong. Diharapkan dalam sehari ketiga tim pengabdian bisa mendatangi 5-8 toko/minimarket yang menjadi sasaran kegiatan ini.

Dengan adanya tim yang terbagi dalam 3 kelompok diharapkan dapat memberikan pembinaan kurang lebih 50 pedagang dalam pengabdian ini. Pengabdian secara formal dilakukan selama 8 hari. Hari-hari yang dipilih akan disesuaikan dengan kondisi di lapangan. Diantaranya melihat situasi toko, waktu kunjung konsumen, kenyamanan pedagang untuk dikunjungi. Di samping itu juga disesuaikan dengan waktu yang disediakan tim pengabdian.

Di akhir ceramah para pedagang diberikan satu set materi, hal ini dilakukan agar pedagang selalu mengingat apa yang telah disampaikan, dapat membaca kembali, menerapkan, dan merubah sikap menjadi pedagang toko kelontong yang lebih profesional. Materi ini berisikan tentang manajemen pemasaran, keuangan, dan Etika bisnis juga administrasi bagi sebuah toko/minimarket, tata cara memajang produk di toko, sistem stok dan delivery barang, serta pelayanan kepada konsumen. Para pedagang ini juga diberikan kenang-kenangan sebagai suatu penghargaan karena sudah meluangkan waktunya untuk mendengarkan, bertanya, atau menyampaikan keluhan sesuai dengan tujuan pengabdian.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Karakteristik Peserta**

Kegiatan pengabdian ini melibatkan pembinaan para pedagang toko kelontong di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung terkait dengan serbuan pedagang ritel modern yang terorganisir dalam jaringan. Hasil Pengamatan yang telah dilakukan sebelum kegiatan pengabdian terlaksana masih banyak hal-hal yang harus dibenahi. Kondisi toko dan dagangan para pedagang toko kelontong memang jauh dari standar ritel modern. Hal tersebut seperti : keadaan bangunan dan desain toko kelontong yang masih kurang seperti bentuk/ukuran toko, lebar lorong, pencahayaan, dan warna cat dinding toko. Penataan barang dagangan yang belum rapi/semrawut, pedagang/pelayan para pedagang tidak menggunakan seragam, kurang paham dalam hal memahami perilaku konsumen, belum melayani pembeli dengan hati. Barang-barang Toko kelontong pengadaannya tidak terorganisir, belum melakukan pengemasan dengan baik dan promosi yang masih kurang.

Pedagang yang dipilih sebagai peserta yang dibina adalah peserta yang berada di lingkungan Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung yang telah memiliki kios sejenis toko kelontong yang menyerupai ritel modern (Alfamart dan Indomaret). Setiap pedagang yang memungkinkan untuk dibina, diminta waktunya untuk diajak berbincang-bincang.

Pengabdian masyarakat terhadap pedagang toko kelontong di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung ini dilaksanakan selama 8 hari yaitu dari bulan September (tanggal 3, 10, 23, 24) dan tanggal 1, 2, 7, 8 Oktober 2016. Para tim pengabdian turun ke lapangan yaitu ke Desa Mengwi menyasar toko-toko yang memenuhi syarat sebagai peserta. Jumlah pedagang yang berhasil dibina sebanyak 40 pedagang toko kelontong.

Saat kegiatan berlangsung banyak hal yang bisa dibahas antara peserta dengan tim pengabdian baik mengenai produk, penataan barang dan toko, pelayanan dan etika. Selain itu muncul juga keluhan tentang modal, merekrut/penggunaan karyawan, dan persaingan dibidang harga. Selain hal tersebut waktu buka toko yang terbatas karena adanya keperluan adat, masih adanya konsumen yang ngebon dan persediaan yang kurang beragam dari toko kelontong. Segala permasalahan dan keluhan pedagang dapat dipecahkan dengan baik. Permasalahan-permasalahan yang ditemukan saat pra pelaksanaan yang dianggap perlu dibenahi, secara langsung disampaikan tim pengabdian kepada para pedagang.

### **3.2 Penyampaian Materi**

Materi yang disiapkan oleh tim pembina disusun sesuai dengan kebutuhan dari para pedagang. Para dosen yang sekaligus sebagai pembina memberikan berbagai penjelasan yang disampaikan secara langsung kepada para pedagang. Pembinaan disesuaikan dengan keadaan dan situasi yang dialami oleh masing-masing pedagang. Para pedagang diberikan makalah yang berisikan mengenai manajemen pemasaran, keuangan, dan Etika bisnis serta administrasi bagi sebuah toko/minimarket, tata cara memajang produk di toko, sistem stok dan delivery barang. Manajemen Pemasaran berisikan tentang pengelolaan produk, harga, promosi dan distribusi serta tentang perilaku konsumen. Manajemen keuangan berisikan tentang pembukuan sederhana, investasi kecil-kecilan (Portofolio ringan). Sedangkan Etika Bisnis menyangkut tentang sikap dan sifat sebagai seorang wirausaha.

Para pedagang yang kurang memahami perilaku konsumen dibina untuk bisa memahami konsumen. Bagi pedagang yang belum melayani pembeli dengan hati diberikan pengertian agar bisa melayani dengan hati sehingga pembeli merasa dihargai. Pembinaan mengenai harga yaitu kisaran harga yang dapat diterima baik oleh pembeli maupun penjual. Sehingga tidak terjadi rentang harga yang terlalu tinggi sehingga mengakibatkan pembeli urung membeli karena harga yang lebih mahal. Pedagang yang masih kurang rapi dalam menata dagangan agar nampak menarik diharapkan dapat menata barang dagangannya. Barang dagangan diatur sedemikian rupa sehingga tampak menarik, rak yang tertata, bersih serta mudah menemukan produk ketika ada pembeli yang membelinya. Pada kesempatan ini juga disampaikan bagaimana mengemas produk atau barang yang dibeli oleh konsumen. Hal ini untuk memudahkan dalam penjualan, mudah dibawa oleh konsumen, menarik pembeli untuk membeli. Pengemasan juga dapat sebagai media promosi. Para pedagang juga dianjurkan untuk melakukan promosi pada waktu-waktu tertentu, seperti pemberian diskon untuk barang yang tidak tahan lama, diskon pada hari raya dan obral untuk barang-barang yang tidak laku. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat dilihat pada gambar 1(a-d).

**Meningkatkan Manajemen Toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Desa Mengwi Kabupaten Badung**



(a)



(b)





(c)



(d)





(e)

### **3.3 Evaluasi Kegiatan**

Kegiatan pengabdian ini secara formal telah dilaksanakan yang mengambil waktu 8 hari. Kegiatan turun ke lapangan secara formal ini mengambil waktu bulan September (tanggal 3, 10, 23, 24) dan tanggal 1, 2, 7, 8 Oktober 2016. Tim pelaksana memberikan pembinaan secara langsung ke pedagang. Pada hari terakhir yaitu tanggal 8 Oktober 2016 dilakukan pengawasan yaitu meninjau penerapan terhadap keberhasilan pembinaan. Pengawasan dilakukan dengan berpura-pura menjadi pembeli terhadap para pedagang yang telah dibina. Para tim pembina bertukar lokasi berpura-pura menjadi pembeli, sehingga peserta tidak mengetahuinya.

Berdasarkan pengawasan ini dapat diketahui terjadi beberapa perubahan seperti : ketersediaan dan penataan barang dagangan yang lebih baik, pelayanan yang lebih baik terhadap pembeli, para pedagang menyapa pembeli, dan melayani pembeli dengan ramah serta pemberian rentang harga yang sesuai. Hal ini tentu menjadi harapan bagi semua pihak yang terlibat terutama harapan konsumen untuk bisa berbelanja dengan nyaman, bagi tim pembina untuk bisa melihat hasil pengabdian ini. Harapan yang lebih luas yaitu hasil pengabdian ini mampu memperbaiki manajemen para pedagang terutama para pedagang di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung.

### **4. SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka hasil pengabdian yang telah dilaksanakan ini dapat disimpulkan bahwa pengabdian yang dilakukan telah berjalan sesuai dengan waktu dan kegiatan yang direncanakan. Hal ini tampak dari hasil kegiatan sekilas diperoleh sebagai berikut :

- a. ketersediaan dan penataan barang dagangan yang lebih baik,
- b. pelayanan yang lebih baik terhadap pembeli, para pedagang menyapa pembeli, dan melayani pembeli dengan ramah
- c. pemberian rentang harga yang sesuai bahkan lebih murah dari toko ritel modern.
- d. pencahayaan dan kerapian barang-barang sesuai dengan fungsi produk

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, diharapkan para pedagang selalu menerapkan pemahaman manajemen agar mampu meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen. Adapun saran yang dapat disampaikan yaitu :

- a. pedagang yang telah dibina diharapkan mampu lebih memahami perilaku konsumen.
- b. memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.
- c. rentang harga yang bersaing, mengingat harga pada jaringan ritel modern mematok harga yang sangat tinggi.
- d. lebih menata dagangan agar nampak menarik.
- e. pengemasan yang lebih baik serta memberikan diskon untuk produk-produk yang tidak tahan lama.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Segenap tim pengabdian menghaturkan Puji Syukur kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nyalah pengabdian masyarakat dengan tema “Meningkatkan Manajemen Pedagang Toko Kelontong Dalam Menghadapi Ritel Modern di Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung” telah dapat diselenggarakan sesuai dengan waktu dan rencana kegiatan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan pada bulan September hingga Oktober sesuai dengan jadwal dan keadaan dilapangan. Kegiatan pengabdian ini menggunakan dana PNBK Tahun Anggaran 2016. Kegiatan ini terlaksana berkat dukungan dan dedikasi dari berbagai pihak. Berkenaan dengan hal tersebut pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Bapak Prof. Dr. Ir.I Nyoman Gde Antara, M.Eng selaku Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Udayana.
- 2) Bapak Dr. I Nyoman Mahaendra Yasa, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- 3) Ibu Dr. I Gusti Ayu Ketut Giantari, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- 4) Bapak Ketut Umbara, SH selaku Kepala Desa Mengwi Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung
- 5) Semua pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini.

Akhir kata, semoga laporan akhir pengabdian masyarakat ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ponijan Liaw, 2010. *Talk To Your Customer This Way*. PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Rhenald Kasali, 2010. *Wirausaha Muda Mandiri*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Utami, Christina Whidya. 2006. ***Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Pada Ritel Modern***, Penerbit Salembapat. Jakarta. No. ISBN 979-691-370-4
- Utami, Christina Whidya. 2008. ***Pengelolaan Barang Dagangan dalam Bisnis Ritel*** , Penerbit Bayu Media No. ISBN 978-979-3323-93-0
- Utami, Christina Whidya. 2010. ***Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia***, Edisi ke 2. Penerbit Salemba Empat. Jakarta. No. ISBN 978-9799061-127-6