

## Merintis Peluang Baru Mengembangkan Umkm Pedesaan Melalui Manajemen Retail

Mela Novaliska Panjaitan<sup>1</sup>, Rina Maulidya<sup>2</sup>, Ronda Deli Sianturi<sup>3</sup>  
Universitas Budi Darma<sup>1,2,3</sup>

### ARTICLE INFO

**Article history:**

Received :

Revised :

Accepted :

**Keywords : UMKM,  
Pedesaan dan Manajemen  
Retail.**

### ABSTRAK

UMKM pedesaan dapat mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi, seperti akses pasar terbatas, modal terbatas, teknologi terbatas, kualitas SDM terbatas, infrastruktur terbatas, dan persaingan yang sengit. Melalui langkah-langkah seperti perencanaan produk dan layanan, manajemen stok yang efisien, penataan toko yang baik, pelayanan pelanggan yang berkualitas, manajemen karyawan yang efektif, penerapan teknologi dan sistem informasi, serta strategi pemasaran dan promosi yang tepat, manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan meningkatkan efisiensi, daya saing, dan profitabilitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep kunci yang mendukung pengembangan UMKM pedesaan melalui manajemen retail. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kepustakaan atau kajian pustaka, yang melibatkan pengumpulan data dari sejumlah jurnal, buku, dan dokumen baik dalam format cetak maupun elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM pedesaan memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, tetapi masih menghadapi berbagai kendala. Faktor-faktor seperti akses pasar terbatas, modal terbatas, teknologi terbatas, kualitas SDM terbatas, infrastruktur terbatas, dan persaingan yang sengit menjadi hambatan utama. Namun, manajemen retail diidentifikasi sebagai solusi potensial untuk mengatasi kendala-kendala tersebut. Peran manajemen retail dalam mengembangkan UMKM pedesaan terlihat dalam kemampuannya membantu perencanaan produk dan layanan, manajemen stok, penataan toko, pelayanan pelanggan, manajemen karyawan, penerapan teknologi dan sistem informasi, serta strategi pemasaran dan promosi.



**Corresponding Author :**

Mela Novaliska Panjaitan

Universitas Budi Darma

Email : [melanova.panjaitan@gmail.com](mailto:melanova.panjaitan@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia telah menjadi sorotan utama dalam mendorong ekonomi berkelanjutan. Khususnya, potensi yang dimiliki oleh UMKM pedesaan menjadi fokus penting untuk dikembangkan. Di tengah arus modernisasi dan pergeseran pola konsumsi masyarakat, peluang pengembangan UMKM pedesaan melalui manajemen retail menjadi semakin relevan.

Indonesia, sebagai negara kepulauan dengan keberagaman budaya dan alam, memiliki potensi besar dalam produk-produk unik yang dihasilkan oleh UMKM pedesaan. Meskipun demikian, tantangan seperti akses pasar yang terbatas, kurangnya pemahaman tentang manajemen retail, dan teknologi yang terbatas sering kali menghambat pertumbuhan UMKM tersebut. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor vital dalam perekonomian

Indonesia. Kontribusinya terhadap PDB mencapai 61,07% dan menyerap 97% tenaga kerja. Namun, UMKM pedesaan masih tertinggal dibandingkan UMKM di perkotaan. Salah satu faktornya adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen retail (BPS, 2023).

Manajemen retail yang baik dapat membantu UMKM pedesaan meningkatkan efisiensi, daya saing, dan profitabilitas. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan strategi yang tepat dalam pengelolaan stok barang, promosi, dan penjualan. Pengembangan UMKM pedesaan melalui manajemen retail memiliki potensi besar untuk membuka peluang baru bagi masyarakat pedesaan. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi di pedesaan (Kurniawan, 2018).

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam tentang konsep-konsep kunci yang mendukung pengembangan UMKM pedesaan melalui manajemen retail.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam upaya untuk menjalankan penelitian ini, peneliti telah memilih metode pendekatan kepustakaan atau kajian pustaka, yang biasanya dikenal sebagai library research. Kajian pustaka atau studi pustaka, sebagaimana dijelaskan oleh Zed (2003), mengacu pada rangkaian kegiatan yang terkait dengan cara mengumpulkan data pustaka, seperti membaca, mencatat, dan mengolah materi penelitian. Proses studi pustaka ini menjadi sangat penting dalam konteks penelitian akademis, yang tujuan utamanya adalah mengembangkan aspek teoritis dan manfaat praktis.

Dalam melaksanakan penelitian studi pustaka, terdapat empat kriteria utama yang menjadi fokus utama peneliti. Pertama, peneliti harus berinteraksi langsung dengan teks atau data angka, bukan sekadar mendapatkan informasi dari pengalaman langsung di lapangan. Kedua, data pustaka bersifat "siap pakai," yang berarti peneliti tidak perlu terlibat langsung di lapangan karena sumber data dapat ditemukan di perpustakaan. Ketiga, data pustaka umumnya bersifat sekunder, artinya peneliti memperoleh bahan atau data dari sumber kedua, bukan dari data asli yang diperoleh langsung dari lapangan. Keempat, data pustaka tidak terikat oleh batasan ruang dan waktu (Zed, 2003). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang topik penelitian melalui analisis literatur yang komprehensif dan rinci, serta membuka peluang untuk mengidentifikasi konsep-konsep kunci yang mendukung penelitian ini secara menyeluruh.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **UMKM**

Pelaksanaan usaha yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah diatur dengan sangat jelas melalui Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Di dalam ketentuan hukum ini, terdapat serangkaian pengertian dan kriteria yang digunakan untuk menetapkan status suatu usaha, apakah itu termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, atau Menengah. Penetapan ini memiliki signifikansi yang sangat penting karena memberikan landasan hukum yang terperinci dan tegas, serta menentukan tata cara bagi para pelaku usaha UMKM agar dapat mengakses berbagai kebijakan, dukungan, dan insentif yang diberikan oleh pemerintah.

Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terkait definisi dan persyaratan UMKM menjadi hal yang krusial bagi pelaku usaha. Hal ini dimaksudkan agar mereka dapat memastikan bahwa mereka dapat memanfaatkan seluruh potensi dan fasilitas yang telah disediakan oleh pemerintah untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia. Dengan pemahaman yang komprehensif, para pelaku usaha UMKM akan dapat secara efektif mengoptimalkan segala upaya mereka dalam menjalankan usaha,

sekaligus turut berkontribusi pada pengembangan sektor UMKM sebagai pilar ekonomi yang kuat di Tanah Air (Purwanti, 2016).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan jenis bisnis yang memiliki sejumlah karakteristik khusus. Dalam hal ini, Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 memberikan penjelasan terperinci mengenai kriteria yang dimiliki oleh UMKM. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa klasifikasi UMKM sebagai usaha mikro, kecil, atau menengah bergantung pada berbagai faktor, termasuk kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan hasil penjualan selama satu tahun (Fadhilah & Pratiwi, 2021). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai kriteria ini menjadi sangat penting untuk menilai status dan klasifikasi UMKM sesuai dengan peraturan hukum yang berlaku.

### **Tantangan Dan Hambatan Yang Dihadapi Umkm Pedesaan Dalam Mengembangkan Usahanya**

Komitmen pemerintah terhadap pengembangan pembangunan ekonomi saat ini termanifestasi melalui pendekatan berbasis partisipasi masyarakat yang meluas, khususnya dalam peran pelaku usaha. Langkah-langkah ini diambil untuk mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam konteks ini, pertumbuhan ekonomi menjadi sebuah dinamika yang dipacu oleh sejumlah sektor, di antaranya, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran strategis. Adanya fokus pada sektor UMKM menandai kebijakan pemerintah yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi masyarakat secara inklusif, sejalan dengan semangat partisipatif dalam pembangunan ekonomi nasional (Heliantina, 2017).

Terdapat pemahaman bahwa usaha mikro dan kecil memiliki peran yang sangat vital sebagai fondasi utama dalam membangun perekonomian nasional. Pernyataan tersebut dapat diakui dengan merujuk pada data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang telah dikutip oleh Muharram pada tahun yang sama. Dari data tersebut, tergambar bahwa kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional memiliki dimensi yang signifikan.

Dalam konteks kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dapat diidentifikasi bahwa UMKM menyumbangkan sebesar 61,41 persen. Lebih jauh, dalam aspek ketenagakerjaan, UMKM juga memiliki peran yang besar dengan menyediakan lapangan kerja bagi 96,71 persen tenaga kerja nasional. Selain itu, melihat kontribusinya terhadap sektor ekspor non-migas, UMKM juga memiliki andil yang cukup mencolok, mencapai 15,73 persen dari total ekspor non-migas negara. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan bahwa UMKM bukan hanya menjadi pelaku bisnis kecil yang perlu diakui, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam memperkuat struktur ekonomi Indonesia. Oleh karena itu, mendukung dan mengembangkan sektor UMKM merupakan langkah strategis untuk menjaga keberlanjutan pertumbuhan ekonomi nasional (BPS, 2023).

Saat ini, Indonesia sedang mengalami fase bonus demografi, di mana lebih dari 25 persen dari total populasi sekitar 250 juta jiwa adalah penduduk muda. Fenomena ini menciptakan sebuah panorama unik di tengah masyarakat, di mana energi dan kreativitas dari generasi muda menjadi sumber daya utama untuk mendukung pertumbuhan ekonomi. Selain itu, kontribusi besar juga diberikan oleh 59,2 juta unit UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, seperti yang disorot oleh Daneji pada tahun 2014.

Dengan sinergi antara bonus demografi dan keberlanjutan UMKM, terbentuklah sebuah dinamika ekonomi yang kuat. Penduduk yang mayoritas terdiri dari kelompok usia produktif cenderung mendorong pertumbuhan sektor UMKM sebagai salah satu pilar utama dalam mempercepat kemajuan perekonomian. Melalui dukungan yang terus-menerus, UMKM memiliki potensi untuk menjadi kekuatan utama yang menggerak perekonomian Indonesia ke arah yang lebih mapan dan berkelanjutan.

Peningkatan alami dalam tren demografi diharapkan akan memberikan dampak positif pada perkembangan sektor ekonomi yang beragam. Fenomena ini diantisipasi akan mengakibatkan perubahan yang signifikan dalam sektor-sektor strategis seperti teknologi, hiburan, pendidikan, konsumsi, perdagangan, dan keuangan. Prospek meningkatnya pertumbuhan di sektor-sektor ekonomi tersebut diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam mengatasi potensi masalah pengangguran. Percepatan ekonomi di beberapa sektor diharapkan dapat menjadi solusi untuk tantangan pengangguran dengan menyediakan peluang pekerjaan yang lebih meluas. Selain itu, diantisipasi bahwa peningkatan ini dapat memperkuat daya serap tenaga kerja di beberapa sektor industri, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh (Jati, 2020).

Salah satu faktor yang diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam menangani isu pengangguran adalah peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Data menunjukkan bahwa UMKM menyumbang hingga 96,71 persen dalam penyerapan tenaga kerja. Fakta ini menunjukkan peran krusial UMKM dalam menciptakan lapangan kerja, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar dalam mengurangi jumlah pengangguran. Oleh karena itu, diharapkan pertumbuhan demografi akan menjadi pendorong utama bagi perkembangan ekonomi, yang akan berdampak positif pada tingkat pengangguran dan peningkatan daya serap tenaga kerja di berbagai sektor industri.

Meskipun memiliki potensi besar, UMKM di Indonesia juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu mendapat perhatian serius. Beberapa kendala yang sering menghambat pertumbuhan UMKM mencakup aspek manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional, dan teknis di lapangan. Selain itu, keterbatasan akses pasar, hambatan perizinan, serta beban biaya non-teknis yang sulit dihindari juga menjadi tantangan serius bagi UMKM (Muhfiatun & Nugraha, 2019). Oleh karena itu, upaya peningkatan dalam berbagai aspek tersebut menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional.

Berikut beberapa tantangan dan hambatan UMKM yang ada di pedesaan di Indonesia:

### **Akses Pasar Terbatas**

Dalam konteks pedesaan, jarak menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM pedesaan umumnya berlokasi di daerah yang jauh dari pusat pasar utama, yang menyebabkan kesulitan dalam menjalankan kegiatan pemasaran produk secara langsung kepada konsumen. Selain itu, informasi juga menjadi kendala serius bagi UMKM pedesaan. Akses terbatas terhadap informasi mengenai pasar dan peluang bisnis membuat mereka kesulitan untuk memahami kebutuhan konsumen dan tren pasar yang sedang berlangsung. Keterbatasan ini dapat membatasi potensi pertumbuhan dan pengembangan usaha mereka.

Transportasi menjadi faktor penting lainnya yang berdampak pada UMKM pedesaan. Akses transportasi yang terbatas membuat mereka menghadapi kesulitan dalam mengantarkan produk-produknya ke pasar utama. Hal ini tidak hanya memperlambat distribusi produk, tetapi juga dapat meningkatkan biaya operasional yang perlu dikeluarkan untuk mencapai pasar yang lebih luas. Kemampuan promosi yang terbatas juga merupakan hambatan signifikan bagi UMKM pedesaan. Dengan keterbatasan tersebut, mereka mengalami kesulitan dalam menarik perhatian konsumen potensial, sehingga menjadikan promosi produk menjadi kurang efektif. Oleh karena itu, pengembangan strategi promosi yang lebih efisien dapat menjadi solusi untuk meningkatkan daya tarik dan pemahaman masyarakat mengenai produk-produk UMKM pedesaan.

### **Modal Terbatas**

UMKM pedesaan umumnya memiliki modal yang terbatas. Hal ini menyebabkan mereka sulit untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan kualitas produknya.

1. Sumber Modal  
UMKM pedesaan umumnya menghadapi keterbatasan dalam akses modal. Kesulitan muncul ketika mereka mencoba mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan, disebabkan oleh persyaratan yang ketat dan agunan yang kurang memadai, sehingga seringkali sulit untuk memperoleh dukungan finansial.
2. Tingkat Bunga  
UMKM pedesaan umumnya dihadapkan pada tingkat bunga yang tinggi ketika meminjam modal. Situasi ini menyebabkan tantangan ekonomi, karena membayar bunga yang tinggi dapat mengurangi potensi keuntungan yang dapat diraih dari usaha mereka.
3. Penggunaan Modal  
UMKM pedesaan seringkali kurang memahami cara efektif menggunakan modal. Keterbatasan pengetahuan ini mengakibatkan mereka kesulitan dalam memaksimalkan potensi keuntungan dari usaha mereka, sehingga perlu adanya upaya peningkatan pemahaman tentang manajemen modal yang lebih baik.

### **Teknologi Terbatas**

1. Akses terbatas pada Teknologi  
UMKM di pedesaan umumnya menghadapi kendala dalam mengakses teknologi. Keterbatasan ini membuat mereka kesulitan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengikuti perkembangan zaman.
2. Keterbatasan Keterampilan  
UMKM pedesaan seringkali tidak memiliki keterampilan yang memadai untuk mengadopsi teknologi baru. Ketidakmampuan ini menyulitkan mereka dalam memanfaatkan potensi teknologi untuk peningkatan usaha mereka.
3. Kendala Biaya  
Teknologi baru cenderung memiliki harga yang tinggi, menjadi hambatan bagi UMKM di pedesaan untuk mengaksesnya. Kendala biaya ini menjadikan sulit bagi mereka untuk membeli dan menerapkan teknologi terbaru.

### **Kualitas SDM Terbatas**

Dalam konteks pendidikan, UMKM pedesaan umumnya menghadapi tantangan serius terkait tingkat pendidikan yang cenderung rendah di kalangan pelaku usaha tersebut. Kondisi ini berdampak pada kemampuan mereka dalam mengelola usahanya dengan efektif serta meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Dengan tingkat pendidikan yang rendah, para pelaku UMKM pedesaan seringkali menghadapi kendala dalam mengadopsi praktik manajemen yang modern dan berbasis pengetahuan, yang dapat menjadi kunci kesuksesan dalam dunia bisnis.

Sementara itu, aspek pelatihan juga menjadi hal yang kritis dalam perkembangan UMKM pedesaan. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan keterampilan menjadi tantangan nyata bagi mereka. Kurangnya pengetahuan tentang teknologi, pemasaran, dan manajemen dapat membuat UMKM pedesaan kesulitan untuk mengikuti perkembangan zaman serta meningkatkan daya saing usahanya di pasar. Oleh karena itu, perlu adanya upaya lebih lanjut dalam memberikan pelatihan yang dapat meningkatkan kompetensi dan keterampilan pelaku UMKM pedesaan agar dapat bersaing secara efektif di pasar yang semakin dinamis.

Di sisi motivasi, pelaku UMKM pedesaan seringkali dihadapkan pada tantangan rendahnya motivasi untuk mengembangkan usahanya. Kondisi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti ketidakpastian ekonomi, kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar, dan kurangnya pemahaman tentang potensi penuh usahanya. Oleh karena itu, perlu adanya program dan inisiatif yang dapat meningkatkan motivasi para pelaku UMKM pedesaan. Dorongan positif dan pemahaman akan potensi bisnis mereka dapat menjadi kunci untuk mendorong mereka mencapai tingkat keberhasilan yang lebih tinggi serta meraih peluang-peluang baru dalam pengembangan usaha mereka.

Secara keseluruhan, peningkatan pendidikan, pelatihan, dan motivasi merupakan aspek krusial dalam mendukung perkembangan UMKM pedesaan. Dengan mengatasi kendala-kendala tersebut, diharapkan UMKM pedesaan dapat lebih siap dan mampu bersaing dalam era bisnis yang semakin kompleks dan kompetitif.

### **Infrastruktur Terbatas**

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di pedesaan, sering kali kita menemui kendala yang signifikan yang memengaruhi operasional mereka. Salah satu aspek krusial adalah infrastruktur jalan yang umumnya tidak memadai di daerah tersebut. Dengan kondisi jalan yang buruk, UMKM pedesaan mengalami kesulitan dalam mendapatkan bahan baku serta memasarkan produk-produk mereka.

Selain itu, masalah aksesibilitas juga terkait dengan ketersediaan listrik yang andal di lingkungan UMKM pedesaan. Banyak dari mereka menghadapi tantangan ketika mencoba mengoperasikan usaha mereka karena seringkali terhambat oleh keterbatasan dalam akses listrik yang memadai. Ini tentu saja menjadi hambatan serius dalam menjalankan kegiatan usaha sehari-hari.

Tidak hanya itu, aspek telekomunikasi juga menjadi kendala penting. UMKM pedesaan seringkali tidak dapat menikmati akses telekomunikasi yang baik, sehingga berdampak pada kesulitan mereka dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan pemasok. Komunikasi yang terhambat ini dapat mempengaruhi hubungan bisnis mereka, termasuk proses pemasaran dan koordinasi dengan pihak terkait.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan kondisi UMKM pedesaan, perlu dilakukan upaya bersama untuk meningkatkan infrastruktur jalan, ketersediaan listrik yang andal, dan aksesibilitas telekomunikasi. Hal ini diharapkan dapat memberikan dorongan positif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM pedesaan, serta membuka peluang lebih luas dalam mengembangkan potensi ekonomi di wilayah tersebut.

### **Persaingan**

Produk-produk impor menimbulkan tantangan serius bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pedesaan, sebab mereka harus bersaing dalam pasar yang begitu ketat. Dalam persaingan ini, harga yang lebih terjangkau dan kualitas yang lebih unggul dari produk impor menjadi faktor utama yang perlu diatasi oleh UMKM pedesaan. Selain itu, para pelaku UMKM di pedesaan juga harus menghadapi persaingan yang datang dari UMKM di perkotaan. UMKM di kota memiliki keuntungan akses yang lebih mudah ke pasar, modal usaha yang lebih besar, dan akses terhadap teknologi yang lebih canggih.

Sehingga, UMKM pedesaan perlu mengoptimalkan daya saing mereka dengan strategi yang matang, peningkatan kualitas produk, dan penerapan inovasi agar dapat bertahan dan bahkan memperluas pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin sengit. Dengan demikian, dukungan pemerintah dan pihak terkait dalam memberikan akses ke pelatihan, modal, serta teknologi menjadi kunci dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di pedesaan.

Meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan dan hambatan, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah pedesaan menunjukkan potensi yang sangat besar untuk mengalami perkembangan yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah dan berbagai pihak terkait untuk memberikan perhatian dan dukungan yang optimal kepada UMKM pedesaan, guna memastikan bahwa mereka dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Dengan memberikan dorongan dan fasilitasi yang memadai, UMKM pedesaan tidak hanya mampu bertahan melawan tantangan eksternal, tetapi juga dapat berperan aktif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan secara keseluruhan. Dengan demikian, sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal menjadi krusial untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM pedesaan, sehingga dapat memberikan dampak positif yang luas pada perekonomian lokal dan masyarakat pedesaan secara keseluruhan (Yunita, 2022).

### **Peran Manajemen Retail Dalam Mengembangkan Umkm Pedesaan**

Manajemen retail sendiri merupakan serangkaian langkah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan segala aktivitas yang terkait dengan operasional suatu perusahaan ritel. Fokus utama dari manajemen retail adalah mencapai keberhasilan dalam penjualan produk atau layanan kepada konsumen akhir, dengan mengutamakan aspek kepuasan pelanggan dan pencapaian keuntungan yang optimal bagi perusahaan. Dalam konteks ini, setiap tahapan dalam manajemen retail menjadi krusial untuk memastikan efisiensi dan efektivitas dalam operasional perusahaan, sehingga dapat menjawab kebutuhan konsumen dengan tepat sasaran dan memberikan pengalaman berbelanja yang positif. Dengan demikian, manajemen retail bukan hanya sekadar serangkaian tugas rutin, tetapi sebuah strategi terencana untuk mengoptimalkan hasil secara keseluruhan dalam mencapai tujuan bisnis yang berkelanjutan (Umar, 2015).

Fungsi manajemen retail dapat dihubungkan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di pedesaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis. Berikut adalah kaitan antara fungsi manajemen retail dengan UMKM pedesaan:

1. **Perencanaan Produk dan Layanan**  
Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan dalam merencanakan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan lokal dan pasar sasaran. Ini mencakup pemilihan produk yang tepat untuk dijual dan penentuan harga yang kompetitif.
2. **Manajemen Stok**  
Melalui manajemen stok yang efisien, UMKM dapat menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan. Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan dalam memahami permintaan pasar, mengelola persediaan dengan baik, dan meminimalkan biaya penyimpanan.
3. **Penataan Toko dan Tata Letak**  
UMKM pedesaan dapat memanfaatkan konsep penataan toko dan tata letak yang baik untuk menciptakan lingkungan belanja yang menyenangkan dan menarik. Ini dapat membantu meningkatkan daya tarik pelanggan dan mendorong penjualan.
4. **Pelayanan Pelanggan**  
Pelatihan karyawan UMKM pedesaan dalam memberikan pelayanan pelanggan yang baik adalah kunci. Manajemen retail dapat membantu dalam mengembangkan keterampilan layanan pelanggan yang efektif untuk memastikan kepuasan pelanggan dan pembentukan hubungan jangka panjang.
5. **Manajemen Karyawan**

UMKM pedesaan dapat mendapatkan manfaat dari pengelolaan karyawan yang baik, termasuk rekrutmen dan pelatihan. Dengan memiliki tim yang terampil dan berkomitmen, operasional UMKM dapat ditingkatkan secara signifikan.

#### 6. Teknologi dan Sistem Informasi

Penerapan teknologi dan sistem informasi sederhana dapat membantu UMKM pedesaan dalam melacak persediaan, menganalisis data penjualan, dan memahami preferensi pelanggan. Hal ini dapat membantu pengambilan keputusan yang lebih baik dan meningkatkan efisiensi operasional.

#### 7. Pemasaran dan Promosi

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan dalam merancang strategi pemasaran dan promosi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan meningkatkan penjualan. Pemasaran lokal yang terarah dapat menjadi kunci kesuksesan UMKM di lingkungan pedesaan (McDaniel, 2018).

Manajemen retail merupakan salah satu kunci utama dalam mengembangkan UMKM pedesaan. Dengan manajemen retail yang baik, UMKM pedesaan dapat mengatasi berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi, seperti akses pasar yang terbatas, modal yang terbatas, dan kualitas SDM yang terbatas.

Berikut beberapa peran manajemen retail dalam mengembangkan UMKM pedesaan:

### **Meningkatkan Akses Pasar**

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk meningkatkan akses pasar dengan:

#### 1. Mengembangkan strategi pemasaran yang tepat

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk mengidentifikasi target pasar, mengembangkan strategi promosi, dan memilih saluran distribusi yang tepat.

#### 2. Membangun merek yang kuat

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk membangun merek yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen.

#### 3. Memanfaatkan teknologi digital

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk memanfaatkan teknologi digital, seperti e-commerce dan media sosial, untuk memasarkan produknya secara online.

### **Meningkatkan Efisiensi Operasional**

#### 1. Mengelola persediaan barang dengan baik

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk mengelola persediaan barang dengan baik sehingga tidak terjadi kelebihan atau kekurangan stok.

#### 2. Meningkatkan sistem pembayaran

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk meningkatkan sistem pembayaran sehingga lebih mudah dan efisien bagi konsumen.

#### 3. Mengurangi pemborosan

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk mengurangi pemborosan dalam proses produksi dan distribusi.

### **Meningkatkan Kualitas SDM**

#### 1. Memberikan pelatihan kepada karyawan

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan tentang berbagai aspek manajemen retail, seperti layanan pelanggan, penjualan, dan penataan toko.

2. Meningkatkan motivasi karyawan  
Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk meningkatkan motivasi karyawan dengan memberikan penghargaan dan insentif atas kinerja yang baik.
3. Membangun budaya kerja yang positif  
Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk membangun budaya kerja yang positif dan kondusif bagi pengembangan karyawan.

### **Meningkatkan Daya Saing**

Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk meningkatkan daya saing dengan:

1. Meningkatkan kualitas produk  
Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk meningkatkan kualitas produknya dengan menerapkan standar mutu yang baik.
2. Menawarkan harga yang kompetitif  
Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk menawarkan harga yang kompetitif kepada konsumen.
3. Memberikan layanan pelanggan yang baik  
Manajemen retail dapat membantu UMKM pedesaan untuk memberikan layanan pelanggan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan loyal (Kotler & Keller, 2016).

Peran strategis yang dimainkan oleh manajemen retail tidak dapat diabaikan dalam konteks pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pedesaan. Keberadaan manajemen retail yang efektif mampu menjadi katalisator dalam mengatasi sejumlah hambatan dan tantangan yang seringkali dihadapi oleh UMKM pedesaan. Dengan penerapan manajemen retail yang cermat, UMKM pedesaan dapat mengoptimalkan akses mereka ke pasar, membuka peluang baru, serta meraih pertumbuhan yang berkelanjutan. Kemampuan untuk meningkatkan efisiensi operasional juga menjadi suatu kontribusi signifikan dari manajemen retail, memungkinkan UMKM pedesaan untuk lebih responsif terhadap dinamika pasar yang cepat berubah (Supriyanto & Hana, 2020).

Selain itu, melalui fokus pada pengembangan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), manajemen retail tidak hanya berperan dalam meningkatkan kompetensi individu tetapi juga mendukung pembentukan tim yang solid dan produktif. Hal ini menjadi pondasi utama bagi keberlanjutan UMKM pedesaan, karena SDM yang berkualitas merupakan aset berharga dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Dengan kata lain, manajemen retail yang terarah dapat menjadi pendorong utama dalam meningkatkan daya saing UMKM pedesaan. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip manajemen yang efektif, UMKM pedesaan dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, menciptakan dampak positif dalam perekonomian lokal, dan menjadikan mereka bagian integral dari pembangunan berkelanjutan di tingkat pedesaan (Razak, 2023).

### **Strategi Yang Dapat Diterapkan Dalam Mengembangkan Umkm Pedesaan Melalui Manajemen Retail**

Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan UMKM pedesaan melalui manajemen retail:

1. Pengembangan Produk Lokal  
Identifikasi dan pengembangan produk-produk unik atau khas dari daerah pedesaan. Manfaatkan keunikan dan keaslian produk lokal untuk menarik perhatian pelanggan. Pahami kebutuhan pasar dan sesuaikan portofolio produk dengan preferensi konsumen.
2. Pelatihan Karyawan

- Berikan pelatihan kepada pemilik UMKM dan karyawan terkait manajemen penjualan, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Karyawan yang terlatih dapat memberikan layanan yang lebih baik dan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan.
3. **Pemasaran Berbasis Cerita (Storytelling)**  
Ceritakan kisah di balik produk dan bisnis UMKM pedesaan. Pemasaran berbasis cerita dapat meningkatkan nilai tambah dan membuat pelanggan lebih terhubung emosional dengan produk atau merek. Gunakan media sosial dan cerita-cerita yang dapat membangkitkan minat pelanggan.
  4. **Penerapan Teknologi**  
Manfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengakses pasar yang lebih luas. Terapkan sistem pembayaran elektronik, platform e-commerce, atau aplikasi pemesanan online untuk memperluas jangkauan pelanggan dan mempermudah transaksi.
  5. **Kemitraan dengan Pelaku Bisnis Lain**  
Bentuk kemitraan dengan pelaku bisnis lokal, seperti hotel, restoran, atau toko-toko lain, untuk saling mendukung dan meningkatkan visibilitas. Kerjasama dengan pelaku bisnis lain dapat membantu meningkatkan penjualan dan eksposur UMKM.
  6. **Pelayanan Pelanggan yang Unggul**  
Fokus pada pelayanan pelanggan yang berkualitas tinggi. Pastikan respons yang cepat terhadap pertanyaan pelanggan, tanggapilah umpan balik dengan baik, dan pertahankan standar pelayanan yang konsisten. Pelanggan yang puas cenderung kembali dan memberikan rekomendasi positif.
  7. **Program Loyalti dan Diskon**  
Implementasikan program loyalitas atau program diskon untuk mendorong pelanggan setia dan meningkatkan frekuensi pembelian. Ini dapat menciptakan ikatan antara UMKM dan pelanggan serta merangsang pertumbuhan penjualan.
  8. **Partisipasi dalam Event Lokal**  
Aktif dalam kegiatan dan event lokal seperti pasar tradisional, festival, atau pameran produk lokal. Partisipasi dalam event lokal dapat meningkatkan eksposur dan memperkenalkan UMKM pada lebih banyak pelanggan potensial.
  9. **Kemasan dan Presentasi Produk yang Menarik**  
Perhatikan kemasan produk dan presentasi di toko fisik atau online. Desain kemasan yang menarik dan tata letak toko yang baik dapat memberikan kesan positif pada pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk.
  10. **Menggunakan Analisis Data**  
Manfaatkan analisis data penjualan untuk memahami tren konsumen, preferensi produk, dan performa bisnis secara keseluruhan. Analisis data dapat membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih baik dan penyesuaian strategi bisnis (Kurniadi & Riansyah, 2023).

Penerapan berbagai strategi ini diharapkan dapat memberikan dukungan yang signifikan bagi pertumbuhan dan optimalisasi potensi UMKM pedesaan di dalam lingkup pasar ritel. Penting untuk mencermati karakteristik unik dan kebutuhan spesifik yang dimiliki oleh setiap UMKM, sekaligus mempertimbangkan kondisi pasar lokal yang menjadi konteks utama. Dengan menyelaraskan strategi secara bijak dan sesuai, diharapkan UMKM pedesaan dapat melangkah menuju perkembangan yang berkelanjutan dan berhasil menghadapi dinamika pasar dengan lebih baik.

## KESIMPULAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di pedesaan memegang peran yang sangat vital dalam menggerakkan roda perekonomian nasional. Terdapat sekitar 64,2 juta UMKM di Indonesia yang memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai 61,07%, serta menjadi penyumbang utama dalam menciptakan lapangan kerja dengan menyentuh angka 97% dari total tenaga kerja di negara ini (Badan Pusat Statistik, 2023). Walau demikian, UMKM pedesaan masih mengalami ketertinggalan jika dibandingkan dengan UMKM yang beroperasi di perkotaan, terutama dalam aspek akses ke pasar, perolehan modal, dan pemanfaatan teknologi.

Penting untuk diakui bahwa manajemen retail memiliki peran kunci dalam mendorong perkembangan UMKM pedesaan. Dengan menerapkan praktik manajemen retail yang efektif, UMKM pedesaan mampu mengatasi berbagai kendala dan tantangan yang dihadapi, sekaligus meningkatkan aksesibilitas pasar, efisiensi operasional, kualitas sumber daya manusia, serta daya saing mereka di tingkat lokal maupun nasional. Beberapa strategi yang dapat diterapkan dalam mengembangkan UMKM pedesaan melalui manajemen retail:

1. Meningkatkan kualitas produk
2. Meningkatkan kualitas produk UMKM
3. Meningkatkan akses pasar
4. Meningkatkan akses pasar UMKM
5. Meningkatkan efisiensi operasional
6. Meningkatkan efisiensi operasional UMKM
7. Meningkatkan daya saing
8. Penguatan kerjasama

Pengembangan UMKM pedesaan melalui manajemen retail dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alimuddin, H., Abdullah, A., & Razak, F. (2023). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes). *Jurnal IPMAS*, 3(3), 174-182.
- [2] Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) 2022*. Jakarta: BPS.
- [3] Hasibuan, Z. A. (2016). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi dan multimedia: Peluang dan tantangan. In *Seminar Nasional di STMIK AMIKOM*.
- [4] Heliantina, F. (2017). *Siaran Pers-Ekonomi Digital Mempercepat Pembangunan Ekonomi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Tersedia di [www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id).
- [5] Heliantina, F. (2017). *Siaran Pers-Ekonomi Digital Mempercepat Pembangunan Ekonomi*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Tersedia di [www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id).
- [6] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Boston: Pearson.
- [7] Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *Essentials of marketing (9th ed.)*. Cengage Learning.
- [8] Lestari, R. (2013). Perbankan Syariah Sebagai Daya Pendorong Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. *Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1).
- [9] Maulana, A., Novalia, N., Rosa, A., & Yunita, D. (2022). Pemberdayaan Peningkatan Kapasitas Wirausaha Desa Melalui Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 133-142.

- [10] Mestika, Zed. (2003). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor. Indonesia.
- [11] Muhfiatun, M., & Nugraha, M. R. (2019). Penerapan Konsep Suply Chain Management dalam Pengembangan Pola Distribusi dan Wilayah Pemasaran UMKM Desa Krambilawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 2(2), 371-396.
- [12] Qamari, I. N., Herawati, R., Handayani, S., Junaedi, F., & Jati, L. J. (2020). Digitalisasi bisnis kelompok umkm di desa poncosari, bantul, yogyakarta, indonesia. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- [13] Setiawati, S. (2018). Analisa Manajemen Kas Keuangan Desa Berbasis Digital Ekonomi Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) & Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kabupaten Bogor. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 3(2), 65-70.
- [14] Setiawati, S. (2018). Analisa Manajemen Kas Keuangan Desa Berbasis Digital Ekonomi Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM) & Industri Kecil dan Menengah (IKM) Kabupaten Bogor. *Jurnal Lentera Akuntansi*, 3(2), 65-70.
- [15] Sri, M., & Ahmad, Y. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181-197.
- [16] Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2), 199-216.
- [17] Umar, H. (2015). *Manajemen retail (edisi revisi)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [18] Zaman, N., Octo, C. W., Dhora, S. T., Yuliaty, F., & Prasetyo, I. (2022). Manajemen sdm perangkat desa dan dampaknya terhadap pertumbuhan umkm di indonesia. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(2), 107-115.