
Peran Masyarakat Retail Dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional di Masa Pandemic

Ade Sudarma

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

e-mail: adesudarma@ummi.ac.id

Corresponding author: adesudarma@ummi.ac.id

Informasi Artikel:

Terima: 22-02-2023

Revisi: 02-03-2023

Disetujui: 16-03-2023

ABSTRAK

Webinar peran masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic merupakan salah satu solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh industry retail dan masyarakat luas, yaitu kurangnya pemahaman terkait strategi yang harus diambil agar tetap survive di masa pandemic. Tujuan dari kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman terkait strategi-strategi yang diterapkan oleh masyarakat retail dalam berkontribusi terhadap ketahanan nasional di masa pandemic. Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah webinar kepada mahasiswa, masyarakat retail, siswa – siswi sma se kota sukabumi, dan masyarakat umum. Mitra dalam kegiatan webinar ini adalah program studi manajemen retail, Dikumindag Kota Sukabumi, dan Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sukabumi. Evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada peserta webinar sebelum dan sesudah penyampaian materi, dan hasilnya adalah kemampuan pemahaman dari peserta meningkat sebesar 38,14%.

Kata Kunci: Peran Masyarakat Retail , Webinar, IKM, Ketahanan Ekonomi, Pandemic

ABSTRACT

The webinar on the role of the retail community in increasing national economic resilience during the pandemic is one solution to the problems faced by the retail industry and the wider community, namely the lack of understanding regarding the strategies that must be taken to survive during the pandemic. The purpose of this activity is to increase understanding of the strategies implemented by the retail community in contributing to national resilience during the pandemic. The method of implementing this activity is a webinar for students, retail communities, high school students in Sukabumi City, and the general public. Partners in this webinar activity are the retail management study program, the Dikumindag of Sukabumi City, and the Cooperatives and SMEs Office of Sukabumi Regency. The evaluation was carried out by giving questionnaires to webinar participants before and after delivering the material, and the result was that the comprehension ability of the participants increased by 38.14%.

Keywords: The Role of Retail Communities, Webinars, SMEs, Economic Resilience, Pandemic

PENDAHULUAN

Ketika dunia menghadapi tantangan global yang belum pernah terjadi sebelumnya akibat pandemi COVID-19, ketahanan ekonomi nasional telah menjadi fokus utama bagi banyak negara (Alhidayatullah, 2022). Di tengah perubahan lanskap ekonomi yang cepat dan tingkat ketidakpastian tinggi, masyarakat retail memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga stabilitas ekonomi suatu negara (Blut et al., 2018). Mereka tidak hanya menjadi pilar dalam menyediakan barang dan jasa kepada masyarakat, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan dalam mempertahankan lapangan pekerjaan, menjaga aliran pendapatan, dan mendukung keberlanjutan perekonomian secara keseluruhan (Pertala et al., 2022; Sudarma et al., 2022). Peran penting yang dimainkan oleh masyarakat retail dalam menguatkan ketahanan ekonomi nasional di tengah pandemic, di mana sektor retail telah beradaptasi dengan tantangan baru, berinovasi dalam beroperasi, dan memberikan kontribusi nyata terhadap pemulihan ekonomi negara (Aini & Rahmawaty, 2018; Cao et al., 2018). Namun, tidak dapat diabaikan bahwa masyarakat retail juga dihadapkan pada berbagai tantangan untuk berkontribusi secara optimal dalam situasi ini.

Beberapa strategi dan langkah-langkah konkret yang dapat diambil oleh masyarakat retail untuk lebih efektif dalam mendukung ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic, yang dihasilkan dari identifikasi beberapa kendala dan hambatan yang dihadapi, seperti penurunan permintaan, keterbatasan pasokan, dan perubahan perilaku konsumen (Cao et al., 2018). Melalui kolaborasi antara sektor publik dan swasta, serta dukungan dari berbagai pihak terkait, dapat dipastikan bahwa masyarakat retail memiliki peran yang kuat dalam membangun ketahanan ekonomi nasional yang lebih kokoh dan Tangguh (Alhidayatullah et al., 2022).

Masyarakat retail menghadapi sejumlah permasalahan yang signifikan dalam berkontribusi meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemi. Beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu penurunan permintaan konsumen, keterbatasan pasokan dan distribusi, tantangan finansial, kesulitan beradaptasi dengan teknologi, perubahan perilaku konsumen, ketidakpastian jangka waktu, tantangan kesehatan dan keamanan, risiko bangkrut, kompetisi online, kehilangan karyawan dan keterampilan (Nguyen et al., 2022; Tung, 2020; Zheng et al., 2022). Dalam menghadapi berbagai permasalahan ini, masyarakat retail harus mengambil langkah-langkah inovatif, fleksibel, dan terarah untuk membangun ketahanan ekonomi nasional (Islam et al., 2019). Kerjasama dengan pemerintah, penerapan strategi digital, diversifikasi produk, dan upaya menjaga hubungan dengan konsumen dapat menjadi langkah penting dalam mengatasi tantangan ini (Mathew & Soliman, 2021).

Pelaksanaan kegiatan webinar peran masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemi ini tentunya memiliki tujuan, yaitu untuk meningkatkan pemahaman terkait strategi-strategi yang diterapkan oleh masyarakat retail dalam berkontribusi terhadap ketahanan nasional di masa pandemic.

METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan ini adalah Program Studi Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi, dengan 183 peserta yang akan mengikuti webinar ini. Pelaksanaan webinar peran Masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic ini yaitu pada tanggal 11 Pebruari 2021. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan ini sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan kegiatan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Persiapan

Kegiatan ini merupakan menyiapkan peserta yaitu mahasiswa, Masyarakat retail, siswa – siswi SMA se Kota Sukabumi, dan Masyarakat umum, sebanyak 183 orang. Setelah peserta yang akan mengikuti webinar siap, selanjutnya adalah menyiapkan pemateri sebagai narasumber yang akan mengisi pada kegiatan ini.

2. Webinar

Pada tahap ini diberikan edukasi dan pemahaman kepada peserta webinar mengenai peran Masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic. Adapun pelaksanaan kegiatan webinar ini menggunakan aplikasi zoom meeting.

3. Evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada peserta bimtek sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) penyampaian materi mengenai peran Masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan kegiatan webinar dengan tema peran masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional, didasarkan pada tahapan kegiatan yang telah diterangkan sebelumnya sebagai berikut:

1. Persiapan

Kegiatan ini diawali dengan melakukan rapat langsung kepada seluruh Dosen Program Studi Manajemen Retail UMMI, pada tanggal 01 Pebruari 2021 tentang pelaksanaan kegiatan webinar. Pada saat diskusi tersebut disepakati bahwa jumlah peserta yang akan mengikuti webinar sebanyak 183 orang, terdiri dari mahasiswa, Masyarakat retail, siswa – siswi SMA se Kota Sukabumi, dan Masyarakat umum. Dalam

diskusi tersebut ditemukan beberapa permasalahan yaitu kurangnya strategi yang diterapkan oleh Masyarakat dalam meningkatkan ketahanan ekonomi di masa pandemic. Setelah ditemukannya permasalahan, selanjutnya menentukan narasumber yang akan mengisi dalam kegiatan webinar ini, yaitu dari akademisi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

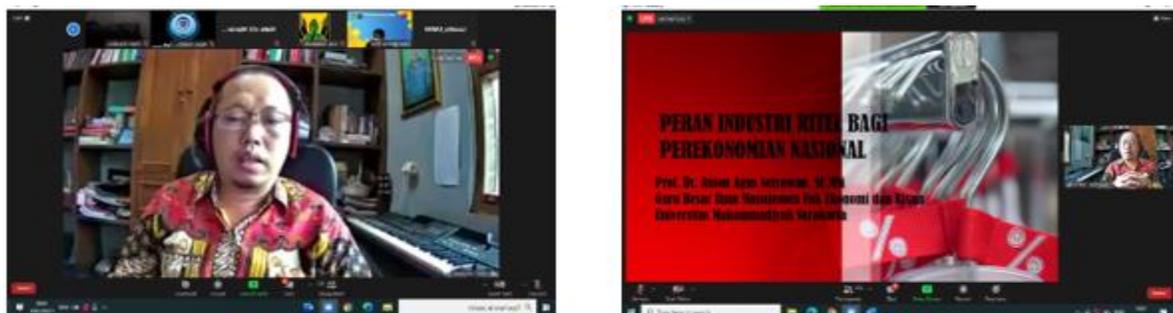
2. Webinar

Pelaksanaan kegiatan webinar ini yaitu pada tanggal 11 Pebruari 2021, dengan menggunakan aplikasi zoom. Kegiatan ini dihadiri oleh Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sukabumi, Dikumindag Kota Sukabumi, Rektor UMMI, Dekan Fakultas Ekonomi, seluruh panitia dari Program Studi Manajemen Retail, mahasiswa, Masyarakat retail, siswa – siswi SMA se Kota Sukabumi, dan Masyarakat umum. Kegiatan ini dibuka langsung oleh Rektor Universitas Muhammadiyah Sukabumi. Menjawab permasalahan yang ditemukan pada saat diskusi, maka disepakati memberikan edukasi kepada peserta webinar untuk meningkatkan pengetahuan terkait strategi meningkatkan ekonomi di masa pandemi. Webinar ini berfokus pada materi strategi-strategi meningkatkan ekonomi di Masyarakat ekonomi bagi Masyarakat retail yang disampaikan oleh Prof. Anton Agus Setyawan dari Universitas Muhammadiyah Surakarta yang di moderatori oleh Alhidayatullah, S.M., M.M.



Gambar 2. Sambutan dan Pembukaan Acara Manajemen Retail

Gambar 2 di atas merupakan sambutan oleh Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Sukabumi yang menyampaikan pentingnya strategi bagi Masyarakat retail pada masa pandemic, dan membuka acara kegiatan webinar.



Gambar 3. Penyampaian Materi Peran Industri Ritel Bagi Perekonomian Nasional

Gambar 3 di atas menerangkan materi mengenai peran ritel bagi perekonomian nasional disampaikan oleh Akademisi Universitas Muhammadiyah Surakarta Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, beliau menyampaikan jika industry retail ingin bertahan dan tetap survive maka harus memiliki strategi khusus dalam pengelolaannya.

3. Evaluasi

Evaluasi kegiatan webinar peran Masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi di masa pandemic, berfokus pada bagaimana menentukan strategi tepat yang harus diambil oleh industry retail. Hasil evaluasi kegiatan webinar ini sebagai berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi *Pretest* dan *Posttest*

No	Pertanyaan	<i>Pretest</i>	<i>Posttest</i>	Selisih
1	Diversifikasi pasar	30	80	+50
2	Teknologi dan inovasi	40	85	+45
3	Pengembangan produk	50	90	+40
4	Manajemen risiko	45	85	+40
5	Ketepatan memilih usaha	50	90	+40
6	Peningkatan kapasitas produksi	55	90	+35
7	Akses keuangan	55	90	+35
8	Pengembangan infrastruktur	45	80	+35
9	Promosi dan pemasaran	60	85	+25
10	Keberlanjutan lingkungan	45	75	+30
11	Kewirausahaan dan pendidikan	45	80	+35
Total		510	930	420

Tabel 1 di atas menerangkan bahwa peserta webinar peran masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic rata-rata hasil penilaian *pretest* pemahaman peserta tergolong rendah, di mana rata-ratanya sebesar 46,36%. Ini menandakan bahwa peserta belum memahami strategi yang diambil oleh industry di masa pandemic. Setelah dilaksanakan webinar pemahaman peserta meningkat, dengan rata-rata penilaian dari *posttest* sebesar 84,54%. Peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah dilakukan bimtek meningkat sebesar 38,14%.

SIMPULAN

Kegiatan bimbingan webinar dengan tema peran Masyarakat retail dalam meningkatkan ketahanan ekonomi nasional di masa pandemic, dilaksanakan pada mahasiswa, masyarakat retail, siswa – siswi SMA se Kota Sukabumi, dan Masyarakat umum. Pada tahap persiapan khususnya saat diskusi ditemukan beberapa permasalahan yaitu rendahnya pengetahuan tentang strategi industry retail dalam meningkatkan ketahanan nasional. Tahap webinar bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta, dengan fokus materi strategi industry retail dalam meningkatkan ketahanan nasional. Berdasarkan hasil evaluasi dapat disimpulkan bahwa webinar membawa dampak positif, yaitu meningkatnya pemahaman peserta terhadap materi webinar sebesar 38,14%.

Saran bagi Masyarakat retail Kota Sukabumi, yaitu harus mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan pada saat kegiatan webinar. Dan kedepannya untuk dilakukan bimtek mengenai pemanfaatan teknologi dalam manajemen keuangan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan berakhirnya kegiatan bimtek ini, kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam bimbingan teknis manajemen keuangan KUB. Khususnya kepada ketua program studi, kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus atas berjalannya kegiatan ini. Kami berharap acara ini memberikan banyak manfaat bagi para peserta, yang telah berkenan hadir dalam mengikuti kegiatan ini sampai dengan selesai. Dan tak lupa kepada pemateri yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi acara ini dan semoga acara ini bermanfaat bagi kita semua.

REFERENSI

- Aini, K., & Rahmawaty, P. (2018). The Effect of Service Quality and Consumer Trust on Retail Website Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(2), 60–68. https://doi.org/10.1007/978-3-319-11848-2_21
- Alhidayatullah, A. (2022). Edukasi Adaptasi Kebiasaan Baru (New Normal) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 119–128. <https://doi.org/10.32815/jpm.v3i1.1184>
- Alhidayatullah, A., Amal, M. K., Kartini, T., & Sudarma, A. (2022). Business Model Innovation Through MSME Sister Busines. *International Journal of Law Policy and Governance*, 1(2), 69–77. <https://doi.org/10.54099/ijlpg.v1i2.422>
- Blut, M., Teller, C., & Floh, A. (2018). Testing Retail Marketing-Mix Effects on Patronage: A Meta-Analysis. *Journal of Retailing*, 94(2), 113–135. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2018.03.001>

- Cao, L., Navare, J., & Jin, Z. (2018). Business model innovation: How the international retailers rebuild their core business logic in a new host country. *International Business Review*, 27(3), 543–562. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.10.005>
- Islam, J. U., Hollebeek, L. D., Rahman, Z., Khan, I., & Rasool, A. (2019). Customer engagement in the service context: An empirical investigation of the construct, its antecedents and consequences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 277–285. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.018>
- Mathew, V., & Soliman, M. (2021). Does digital content marketing affect tourism consumer behavior? An extension of technology acceptance model. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 61–75. <https://doi.org/10.1002/cb.1854>
- Nguyen, T. H., Le, X. C., & Vu, T. H. L. (2022). An Extended Technology-Organization-Environment (TOE) Framework for Online Retailing Utilization in Digital Transformation: Empirical Evidence from Vietnam. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc8040200>
- Pertala, E. C., Sunarto, A. A., Hartono, H., & Alhidayatullah, A. (2022). Implementasi Model Desa Pintar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 5(3), 978–981. <https://doi.org/https://doi.org/10.36085/jpembr.v5i3.4142>
- Sudarma, A., Alhidayatullah, A., Khairul Amal, M., & Candra Pertala, E. (2022). Implementasi Model Sister Bisnis UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 5(3), 967–971. <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/>
- Tung, L. T. (2020). Factors affecting labour productivity of employee in an Asian emerging market: evidence in Vietnamese retail sector. In *Int. J. Business and Globalisation* (Vol. 24, Issue 4).
- Zheng, R., Li, Z., & Na, S. (2022). How customer engagement in the live-streaming affects purchase intention and customer acquisition, E-tailer's perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103015>