

Penerapan Financial Quotient Terhadap Ketahanan Keuangan Pada Toko Retail Sembako Di Kelurahan Wonorejo Kecamatan Rungkut Surabaya

Veren Putri Shamaya¹, Sabrina Nova Ashara², Arswarani Leonica³,
Maria Yovita R Pandin⁴

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya^{1,2,3,4}

Alamat : Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya,
Jawa Timur 60118

Korespondensi penulis: yofita_87@untag-sby.ac.id

Abstrak Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan financial quotient pada financial security dalam pengelolaan usaha eceran sembako di Desa Wonorejo Kecamatan Rungkut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode wawancara sebagai pengumpulan data. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa financial quotient mendukung financial maintenance. Perspektif keberhasilan bisnis ritel sembako cukup baik, namun masih ada kekurangan dalam pengelolaan masing-masing 4 (empat) toko ritel tersebut. Dari segi keunggulan bersaing, informan 3 dan 4 cenderung memiliki konsumen yang lebih banyak, dalam kegiatan penjualan informan 3 melayani lebih banyak sesuai dengan kebutuhan yang dicari atau retail, sehingga barang lebih cepat habis, sedangkan informan 4 menjual dengan harga grosir sehingga lebih murah dibandingkan toko lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa financial quotient dalam pengelolaan 4 informan toko retail makanan sudah cukup diimplementasikan dalam menentukan keberhasilan bisnis dan berdampak pada keunggulan bersaing.

Kata Kunci : Financial Quotient, Ketahanan Keuangan, Toko Retail

Abstract *The purpose of this study is to find out how the application of financial quotient to financial security in the management of a basic food retail business in Wonorejo Village, Rungkut District. The approach used in this study is a qualitative approach with the interview method as data collection. Based on the research results, it is known that financial quotient supports financial maintenance. The perspective of the success of the basic food retail business is quite good, but there is still a lack of effectiveness in the management of the 4 (four) each of these retail stores. In terms of competitive advantage, informants 3 and 4 tend to have more consumers, in sales activities informants 3 serve more according to the needs sought or retail, so that goods run out faster, while informants 4 sell at wholesale prices so they are cheaper than other stores. So it can be concluded that the financial quotient in the management of 4 food retail store informants has been sufficiently implemented in determining business success and impacting competitive advantage.*

Keywords: *Financial Quotient, Financial Security, Retail Stores*

LATAR BELAKANG

Financial Quotient merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan saat ini. Setiap individu wajib memiliki suatu pengetahuan serta keterampilan untuk mengelola sumber keuangan pribadinya secara efektif demi kesejahteraannya. Dalam pengelolaan keuangan

Received April 30, 2023; Revised Mei 20, 2023; Juni 19, 2023

* Veren Putri Shamaya, yofita_87@untag-sby.ac.id

tersebut akan menghasilkan keputusan dalam penggunaan atau alokasi dana yang dimiliki. Setiap pedagang toko ritel sembako dibutuhkan kemampuan dalam mengelola dan mengatur keuangan usahanya, apalagi ditengah – tengah naik turunnya harga barang yang tidak menentu. Seiring naiknya harga sembako seperti bumbu dapur (cabai, bawang) dan juga minyak menuntut pedagang retail sembako harus cerdas secara finansial.

Toko kelontong atau Toko Retail adalah sebuah toko kecil di dalam yang menjual apa yang dibutuhkan masyarakat setiap hari. Mayoritas orang Indonesia menyebutnya sebagai toko kelontong. Jenis toko ini biasanya terletak di jalan yang ramai seperti toko sudut atau stasiun kereta api, dan juga dapat ditemukan di setiap pemukiman metropolitan atau pedesaan. Toko sembako merupakan salah satu usaha yang menjual kebutuhan sehari-hari masyarakat. Toko sembako menjadi salah satu usaha yang menjanjikan dimana usaha ini dapat dijalankan oleh banyak kalangan seperti anak remaja hingga orang tua. Karena hal tersebut kami menjadikan usaha toko sembako sebagai bahan dari artikel yang kami buat. Di mana usaha toko sembako menjadi salah satu usaha yang memiliki peluang besar untuk mendapatkan keuntungan dengan modal kecil, usaha yang tidak lekan oleh waktu karena sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat, terlebih usaha toko sembako dapat membuat pelaku usaha belajar bagaimana mengelola keuangan sehingga financial quotient untuk memutarakan uang hasil usaha tersebut agar dapat balik modal yang nantinya akan berpengaruh terhadap ketahanan keuangan usaha tersebut.

Agar toko sembako menjadi salah satu jenis usaha yang bisa dijalankan oleh siapa saja, ada sembilan barang esensial yang dibutuhkan masyarakat. Karena menyediakan bahan makanan pokok dan perlengkapannya seperti beras, minyak goreng, telur, sikat gigi, sabun, dan pasta gigi, toko kelontong merupakan jenis usaha yang paling banyak diminati oleh konsumen, terutama ibu rumah tangga. Diantaranya tentu dibutuhkan oleh semua orang. Dengan berkembangnya zaman, toko kelontong kini tidak hanya menjual kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat, seperti gula, minyak, telur, beras, dan lain-lain. Mereka juga menjual barang-barang yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat setempat, seperti perlengkapan sekolah, furnitur untuk rumah, obat-obatan, dan, yang mengejutkan, toko makanan pokok yang membantu pelanggan dengan mendandani kredit, membeli token listrik, dan lainnya. Supermarket atau Toko Swalayan masih merupakan bisnis yang menjanjikan dan sangat populer yang tidak pernah ketinggalan zaman, membutuhkan modal yang kecil dan administrasi yang relatif sederhana. Meski terlihat tidak signifikan, bisnis ini mampu menghasilkan keuntungan besar bagi pemiliknya. Orang-orang akan selalu membutuhkan

kehadiran perusahaan karena ekspansi yang sedang berlangsung.

Dengan munculnya supermarket dan supermarket mini lokal dan internasional, persaingan ritel meningkat, yang telah membantu memperluas pasar kerja di Indonesia. Kajian ini mengkaji faktor-faktor yang mendorong bangkitnya industri ritel di Indonesia untuk memastikannya terus tumbuh ke arah yang benar. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan dan peningkatan industri ritel Indonesia. Pertumbuhan bisnis ritel dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

1. Lokasi Usaha

Lokasi tempat usaha merupakan pertimbangan terpenting dalam menjalankan dan mengembangkan usaha retail. Berikut adalah beberapa tips untuk memilih tempat yang tepat

2. Fasilitas untuk umum Banyaknya fasilitas umum dapat menarik calon konsumen untuk berbelanja di tempat ritel. Misalnya, daerah tersebut memilih daerah yang dekat dengan kantor perhubungan, baik itu terminal kendaraan umum maupun stasiun kereta api.
3. Regulasi dan Perizinan Perizinan bisnis ritel sangat penting untuk keberhasilan operasi bisnis. Pertimbangkan berbagai peraturan yang ada untuk memastikan bahwa Anda memilih lokasi yang tidak terbantahkan.
4. Harga yang Tepat Selain itu, harga juga menjadi faktor pendukung bisnis retail. Pelanggan potensial akan pindah ke toko lain dengan harga lebih murah jika toko menawarkan produk dengan harga tinggi. Namun, harga yang terlalu rendah mungkin tidak menghasilkan cukup uang.
5. Store Air Satu bagian lagi yang menjadi pendorong utama kemajuan bisnis retail adalah keadaan lingkungan bisnis. Iklim yang menyenangkan dapat membangkitkan minat klien yang diharapkan untuk datang ke toko Anda. Misalnya mengubah pencahayaan di toko atau memasang musik kontemporer.

Berdasarkan latar belakang terkait fenomena yang terjadi tentang pengelolaan keuangan oleh toko ritel sembako, peneliti ingin menjelaskan tentang penerapan financial quotient terhadap financial resilience 4 (empat) toko ritel sembako yang berada di Wonorejo, Rungkut, Surabaya, dan bagaimana metode setiap toko dalam mengelola keuangan tokonya tersebut. Maka peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul **“Penerapan Financial Quotient terhadap ketahanan Keuangan Toko Ritel Sembako di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut, Surabaya.**

PERMASALAHAN

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya, maka dapat dibuat rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana penerapan financial Quotient dalam pengelolaan keuangan toko ritail sembako?
- b. Bagaimanakah toko ritel tersebut menerapkan financial quotient dalam mengelola keuangan?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui financial quotient dalam menerapkan pengelolaan keuangan dari 4 (empat) toko Retail di Wonorejo Rungkut.

- a. Mengetahui penerapan financial quotient dalam pengelolaan keuangan toko retail sembako.
- b. Mengetahui bagaimana dari ke-empat Toko Retail Sembako tersebut menerapkan financial quotient dalam mengelola financial resilience.

MANFAAT PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak yang berkepentingan yang dijabarkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagaimana penerapan Financial Quotient terhadap Ketahanan Keuangan Toko Retail Sembako dan dapat menjelaskan bagaimana cara Toko Retail Sembako tersebut menerapkan financial quotient untuk mempertahankan usahanya agar bisa berjalan dengan baik, dan juga mengetahui bagaimana keadaan keuangan yang terjadi pada Toko Retail Sembako tersebut.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Akademis

Penelitian ini berguna untuk menambah wawasan bagi peneliti agar bisa mengetahui bagaimana mengelola keuangan dalam bidang usaha serta bisa mengetahui bagaimana pengaruh Financial Quotient bagi ketahanan keuangan.

- b. Bagi Masyarakat Umum

Guna menambah ilmu dan pengetahuan yang bisa dijadikan informasi agar masyarakat atau para pengusaha Toko Retail Sembako lainnya mengetahui bagaimana caranya mengelola ketahanan keuangan dengan cara Financial Quotient.

TINJAUAN PUSTAKA

IFinancial Quotient (Financial Intelligence)

Financial Quotient (FQ) seseorang, juga dikenal sebagai financial intelligence (FI), financial intelligence quotient (FiQ), atau financial IQ, adalah kemampuan mereka untuk memperoleh dan mengelola kekayaan dengan memahami bagaimana fungsi uang yang baik, pada akhirnya menuntun mereka untuk mewujudkan tujuan dan impian mereka. Tingkat kecerdasan finansial seseorang bisa dikatakan berbanding lurus dengan jumlah uang yang ditabung, tingkat pendapatan yang diperoleh, dan jumlah uang yang diinvestasikan. Tolok ukur untuk wawasan moneter yang baik dapat berfluktuasi, mulai dari kapasitas tinggi untuk menabung, memiliki sumber daya yang berkembang, hingga kemampuan untuk mendapatkan pembayaran, terutama pendapatan otomatis yang berulang. Jika ingin melihat hasil akhirnya, seseorang dengan kecerdasan finansial yang tinggi juga akan mandiri secara finansial, lebih mampu memenuhi kebutuhan hidup dan mempertahankan gaya hidup yang nyaman.

(Widayati, 2012) pengetahuan moneter adalah pengetahuan dalam mengawasi sumber daya individu. Seseorang diharapkan untuk mendapatkan hasil maksimal dari uangnya jika mereka mengelola keuangannya dengan benar. Menurut (Orton, 2007), pengetahuan keuangan merupakan alat yang berguna untuk membuat keputusan keuangan untuk saat ini dan masa depan, menjadikannya bagian penting dari kehidupan.

Pentingnya literasi keuangan (juga dikenal sebagai kecerdasan finansial) di samping pentingnya ilmu-ilmu lain untuk kelangsungan hidup. Ada banyak alasan pengetahuan moneter itu penting, beberapa di antaranya adalah: saat ini seseorang hidup lebih lama dan kebutuhan untuk mengawasi uang tunai yang diperoleh selama usia yang berguna hingga usia yang tidak berguna, jumlah organisasi moneter dan item moneter yang terus meningkat, ekspansi yang tinggi suku bunga, keadaan moneter dunia (misalnya kemacetan pembangunan keuangan di negara-negara maju) yang secara tidak langsung mempengaruhi perekonomian Indonesia.

Tingkat kemajuan pelaksanaan/pelatihan pengetahuan keuangan adalah sebagai berikut:

1. Jaminan keuangan adalah kondisi keuangan dimana kita memiliki uang yang cukup untuk memenuhi setidaknya pengeluaran bulanan, untuk waktu yang lama hingga dua tahun tanpa bekerja dengan sungguh-sungguh.
2. Keamanan moneter adalah kondisi keuangan dimana kita memiliki sejumlah besar usaha yang cukup terlindungi dan hasilnya dapat memenuhi kebutuhan hidup kita,

porsi rumah, biaya fungsional keluarga (memasak, makan, minum, listrik, transportasi dan kesejahteraan) tanpa perlu untuk bekerja, kecuali jika sangat penting memutuskan untuk bekerja.

3. Kemandirian finansial adalah keadaan memiliki cukup uang untuk menutupi kebutuhan sehari-hari dan sebagian kecil dari gaya hidup kita tanpa harus bekerja lagi secara fisik. Kemandirian finansial dicapai dengan melakukan banyak investasi yang relatif aman. Dengan kata lain, kita tidak harus bekerja, tetapi kebutuhan dasar kita dan sebagian kecil dari gaya hidup kita terpenuhi.
4. Kemandirian dari perlombaan tikus adalah kondisi keuangan di mana kita menyelesaikan banyak usaha yang agak aman dan hasilnya memadai sejauh yang kita ketahui untuk melanjutkan gaya hidup yang kita inginkan di atas norma umum.

Financial Resilience (Ketahanan Keuangan)

(MontoroCarlos, 2012)ketahanan keuangan (financial resilience) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mengatasi atau bertahan dalam situasi keuangan yang sulit atau krisis. Hal ini meliputi kemampuan perusahaan untuk menghadapi tekanan ekonomi, mempertahankan likuiditas yang baik, mengelola risiko keuangan, dan memperkuat posisi keuangan secara keseluruhan. Financial resilience juga mencakup kemampuan perusahaan untuk terus tumbuh dan memperoleh profitabilitas jangka panjang melalui pengambilan keputusan keuangan yang cerdas dan efektif.

(R. Pandin, Sandari, Surahman, & GS, 2023) Literasi dan perilaku keuangan adalah dasar kompetensi dalam merumuskan strategi untuk mengembangkan kapasitas ketahanan keuangan rumah tangga. Kemampuan membangun ketahanan finansial ada tiga level, yaitu absorptive, adaptive, dan transformative

Istilah fleksibilitas pertama kali dibentuk oleh Block Klohnen, 1996 dalam (Mir'atannisa, Rusmana, & Budiman, 2019) dengan nama kekuatan citra diri yang dicirikan sebagai kapasitas yang mencakup perubahan diri yang tinggi dan mudah beradaptasi ketika dihadapkan pada ketegangan interior dan eksternal. R-G Reed dalam (Nuriyana & Atiudina, 2011) adalah kapasitas atau kemampuan untuk beradaptasi secara positif guna mengatasi tantangan hidup yang signifikan. Reivich dan Shatte (2002) dalam (Novianti, 2018) menyatakan: 1) Resiliensi adalah kemampuan untuk menghadapi kesulitan dengan cara yang sehat dan produktif, yang penting untuk mengelola tekanan sehari-hari.

Bisnis Ritel

Bisnis Usaha Toko Retail adalah suatu gerakan usaha yang mencakup penawaran tenaga kerja dan produk kepada pembeli dalam satuan atau eceran untuk penggunaan perseorangan dan tidak benar-benar untuk dijual kembali. Keuntungan dari bisnis ritel adalah kegiatan pertukaran yang berhubungan dengan penawaran produk secara langsung kepada pembeli definitif. Sementara itu, semua produk akan digunakan untuk kebutuhan keluarga. Selanjutnya, kerangka kerja yang biasa digunakan dalam bisnis retail adalah mengasosiasikan produsen besar (grosir besar) dengan pembeli yang membeli produk dalam jumlah kecil atau satuan.

(Ma'ruf, 2006), retail sebagai berbagai kegiatan usaha menjual barang atau jasa kepada perorangan untuk keperluan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Sedangkan pengecer adalah pengusaha yang menjual barang atau jasa secara eceran kepada masyarakat sebagai konsumen, ritel perorangan atau peritel kecil memiliki jumlah gerai bervariasi, mulai dari satu gerai hingga lebih.

(Levy & Weitz, 2001), retail adalah serangkaian kegiatan bisnis untuk menambah nilai guna barang dan jasa yang dijual kepada konsumen untuk konsumsi pribadi atau rumah tangga.

(Berman & Evans, 2001), retail yaitu beberapa usaha bisnis yang berusaha memasarkan barang dan jasa kepada konsumen akhir yang menggunakannya untuk keperluan pribadi dan rumah tangga.

Ritel dapat didelegasikan sebagai berikut (Gerald & Jay, 1991) :

- A. The Corner shop Convenience store biasanya terletak di wilayah metropolitan dan sub-metropolitan. General Store menawarkan berbagai macam produk.
- B. Toko Khusus Toko khusus memiliki pilihan produk yang terbatas untuk dipilih. Umumnya barang dagangan yang ditawarkan adalah hasil dari jenis yang serupa. Pengecer dapat menyempurnakan strategi segmentasi mereka dan menentukan barang dagangan yang lebih spesifik berkat format toko. Gramedia yang mengkhususkan diri pada perlengkapan kantor dan buku, ACE Hardware yang mengkhususkan diri pada peralatan rumah tangga, Index yang mengkhususkan pada furnitur, dan Frank and Co yang mengkhususkan pada perhiasan, adalah contoh toko khusus.
- C. Toko Pasar Loak adalah peran independen dalam manajemen ritel. Karena kebutuhan masing-masing toko ditentukan oleh pemiliknya, desain toko sepenuhnya terserah pemiliknya. Toko Pasar Loak biasanya ditemukan di daerah pedesaan atau pedesaan, namun saat ini lebih mudah ditemukan di kota-kota besar

- berkat kemajuan teknologi. Pemilik toko menentukan barang dan harga yang ditawarkan. Contoh dari toko pertemuan swap adalah toko, sudut dan stan.
- D. Butik Semakin banyak wanita mengunjungi butik untuk membeli semua kebutuhan fesyen mereka. Biasanya toko menerapkan standar "menonjol", dan itu berarti hanya satu barang yang dijual. Pelanggan akan puas dengan ini.
 - E. Department store adalah jenis pengecer yang menjual berbagai macam barang keras dan lunak. Pengecer ini sebagian besar berpusat pada tingkat perawatan pelanggan, volume penjualan, jumlah pekerja yang sangat besar. Department store misalnya: Ramayana Department Store, Matahari Department Store, dan beberapa lainnya
 - F. Toko Rantai Toko rantai dimiliki oleh orang yang sama dan diatur dengan dua atau lebih unit yang sama, masing-masing dengan kategori produk yang sama. dimana kategori barang meliputi restoran, perhiasan, bahan makanan, obat-obatan, sepatu, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain.
 - G. Toko Merupakan toko dengan administrasi mandiri, dimana setiap pelanggan dan tamu dalam memilih dan membeli sesuatu bergantung pada diri mereka sendiri. Barang-barang yang ditawarkan mulai dari obat-obatan, buku-buku, kebutuhan keluarga, makanan, mainan anak-anak, dll. Misalnya: Supermarket Alfa, Indomaret, Supermarket Sinar, dan lain sebagainya.
 - H. Pengecer pemasaran langsung adalah toko yang menjual produk melalui katalog mediator. Telepon, surat pos, dan bentuk komunikasi lainnya digunakan untuk menjalankan bisnis di pengecer pemasaran langsung. Misalnya: Hal-hal seperti kosmetik Tupperware dan Avon.

Fungsi Bisnis Ritel

Berikut ini adalah sebagian fungsi dari pekerjaan ritel sebagai perdagangan. mempermudah pelanggan untuk membeli barang. Memiliki bisnis ritel memudahkan pelanggan untuk mendapatkan barang yang mereka inginkan, yang merupakan keuntungan. Mereka akan kesulitan memenuhi kebutuhan sehari-hari jika tidak memiliki akses ritel karena harus membeli langsung dari produsen. Mendatangkan Keuntungan bagi Pedagang Besar dan Produsen Keuntungan lain dari ritel adalah dapat mendatangkan keuntungan bagi pedagang grosir dan produsen. Pengecer akan membeli banyak produk dari produsen. Selanjutnya, aset-aset tersebut digunakan kembali sebagai modal untuk dimainkan dalam siklus penciptaan.

Tujuan Dari Bisnis Ritel

Secara garis besar, kemunculan bisnis ritel sangat membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya akan produk dan jasa. Adapun tujuan lainnya dari ritel sebagai berikut.

1. Membantu Konsumen Memperoleh Barang yang Diinginkan
2. Menjual Produk Dengan Kuantitas yang Lebih Sedikit Sehingga Memudahkan Masyarakat Untuk Menjangkaunya Serta Memenuhi Kebutuhan Harian
3. Sebagai Penghubung Antara Pihak Distributor dan Konsumen
4. Mengumpulkan Informasi Terkait Barang dan Jasa yang Sedang Dibutuhkan Masyarakat

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisa data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara sebagai metode pengumpulan data. Wawancara didefinisikan sebagai sebuah interaksi yang di dalamnya terdapat pertukaran atau pembagian aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi motif, dan informasi. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami keadaan atau kondisi latar dengan mendorong gambaran terperinci dan teratur tentang apa yang sebenarnya terjadi di lapangan.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Toko Retail beras di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut sebanyak 4 Informan. Teknik pengambilan subyek pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016). Pertimbangan tertentu ini disesuaikan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti, antara lain:

1. Subjek merupakan Toko Retail yang bertempat di Kelurahan Wonorejo, Kecamatan Rungkut
2. Subjek merupakan toko yang relatif memiliki banyak peminat dibanding toko yang lain, yang masih satu kelurahan. Dan selalu mengupdate stock barang sembaknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Retail Sembako adalah toko yang menjual aneka macam kebutuhan rumah tangga yang biasanya menjual bahan pokok seperti beras,minyak,gula,telur,mie dan lain sebagainya.

Kelompok kami memilih menganalisis beberapa Toko Retail Sembako yang berada di daerah kelurahan Wonorejo. Dari 6 Toko yang ada kami memilih 4 dari 6 Toko tersebut, adapun alasan kami memilih 4 toko tersebut sebagai berikut :

1. Kedua toko sembako yang tidak kami pilih tidak terlalu banyak memiliki pelanggan.
2. Di toko yang tidak kami pilih, varian barang yang dijual terkadang tidak diupdate karena perputaran modal yang kurang stabil.
3. Dua toko sembako tersebut tidak memiliki cara untuk selalu bisa menarik minat pembeli seperti ke empat toko sembako yang kami pilih.
4. Harga barang standar dan ada beberapa barang yang cenderung lebih mahal dibandingkan ke empat toko sembako.
5. Tidak memperbolehkan pembeli untuk berhutang membuat pembeli lebih memilih toko sembako lain yang bisa memperbolehkan untuk berhutang sehingga modal pembeli yang akan membeli secara grosir akan lebih sedikit.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada 4 Toko Sembako yang berlokasi di kelurahan Wonorejo membutuhkan Financial Quotient dalam menjalankan usaha Toko Sembako tersebut kedepannya. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, mereka berpendapat bahwa usaha Toko Sembako harus memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan. Berikut ini penjelasan mengenai penerapan Financial Quotient yang dilakukan oleh 4 Toko Sembako.

Dari 4 Toko Sembako yang kami survei menjual bahan-bahan pokok dan berbagai macam kebutuhan rumah tangga sehari-hari. Barang-barang yang dijual seperti beras, minyak goreng, gula, telur, tepung terigu, mie instan, makanan kalengan, camilan, bumbu dapur, peralatan mandi, sabun mencuci pakaian, pembersih rumah, dan lain sebagainya. Industri sembako tidak memiliki basis pelanggan tertentu, tidak seperti industri lainnya. Disadari atau tidak, hampir setiap orang, mulai dari masyarakat kelas atas hingga kelas bawah atau pelajar hingga buruh, membutuhkan kebutuhan mendasar untuk kebutuhan sehari-hari. Tentu, hal ini menguntungkan bagi industri bahan pokok. Potensi keuntungan akan semakin meningkat dengan pangsa pasar yang lebih besar. Jadi tidak ada alasan bagus untuk menunda apalagi stres karena bisnis yang sedang dibangun akan sepi peminatnya. Di 4 toko sembako yang kami ulas, sebagian besar pembeli yang datang ke toko tersebut dengan harga diskon pembelian normal dimana mereka akan menukarkan produk yang telah mereka beli dari 4 toko makanan pokok atau biasa disebut grosir. Ada beberapa pembeli yang membeli dalam jumlah sedikit, namun sangat sedikit karena pasti harganya akan jauh lebih murah dengan banyaknya pembelian, terutama untuk dijual kembali, akan menikmati keuntungan besar saat berbelanja diskon.

Informan 1

Toko Sembako Akbar adalah toko sembako yang menjual berbagai macam bahan pokok atau kebutuhan rumah tangga seperti minyak, gula, sabun mandi, sabun cuci, makanan dan minuman ringan dan yang terakhir adalah produk rokok. Di toko ini memiliki berbagai macam produk rokok karena kebanyakan pembeli yang membeli adalah para pekerja bangunan yang berada di sekitar Toko Akbar. Toko ini selalu menyediakan berbagai kebutuhan yang dibutuhkan oleh para penduduk disekitar kampung itu. Pada toko ini memiliki Financial Quotient untuk mengelola ketahanan keuangan. Ada pun strategi yang dilakukan oleh Toko Akbar Sembako untuk mengelola ketahanan keuangan :

1. Survei yang dilakukan dibeberapa agen sampai mendapatkan harga barang yang paling murah dengan kualitas barang yang baik.
2. Untuk menarik pembeli toko sembako akbar memperbolehkan pembeli untuk request barang yang mungkin tidak ada di toko dengan harga yang sama dengan toko sembako lainnya bahkan jauh lebih murah dibandingkan di toko lainnya.
3. Untuk memperbanyak jenis barang yang dijual tetapi dengan modal yang tidak terlalu besar, toko sembako akbar melakukan hutang dagang berupa barang – barang sembako untuk memperbanyak jenis dan mengisi stok barang yang habis di toko agar aktivitas penjualan dan aktivitas keuangan tetap bisa berputar walaupun ketika toko sepi pembeli. Hutang yang dilakukan memiliki bunga yang kecil yaitu Rp500 perharinya dengan hutang yang harus dilunasi setiap 2 minggu sekali.
4. Untuk menarik pembeli toko sembako akbar memperbolehkan pembeli untuk melakukan hutang dengan bunga seminggu Rp 1000 per item/barang, jadi bukan hanya menarik pembeli toko akbar juga mendapatkan keuntungan/laba yang lebih besar tetapi tidak terlalu memberatkan pembeli.

Dari strategi Financial Quotient yang dilakukan oleh Toko Sembako Akbar, dapat disimpulkan bahwa toko ini kurang efisien dalam mengelola ketahanan keuangan karena mendapatkan keuntungan yang tidak terlalu banyak, kerugian dalam hal ini disebabkan karena kegiatan restock dan terlalu berlebihan dalam memperbanyak jenis produk untuk memenuhi keinginan pembeli.

Informan 2

Dalam mengatur keuangan untuk modal toko berikutnya Toko Naswara memiliki beberapa strategi. Melihat segmentasi pembeli yang akan membeli barang di tokonya dengan lokasi toko yang berada ditengah-tengah perkampungan yang sedikit penduduknya, toko naswara melihat peluang dengan menyediakan beberapa jenis barang yang banyak dicari dan dibutuhkan oleh

orang – orang sekitar toko tersebut, contohnya di dekat toko tersebut ada penjual donut, Toko Naswara menyediakan berbagai jenis tepung untuk membuat donut, menyediakan minyak goreng dengan kualitas bagus dengan harga yang lebih murah dengan begitu pembeli akan otomatis datang ke toko tersebut dibandingkan harus jauh-jauh ke pasar. Memperbolehkan pembeli untuk melakukan hutang tanpa bunga yang tentunya hal itu akan sangat menarik minat bagi pembeli. Ini salah satu strategi dari toko sembako naswara yaitu memberikan kepercayaan bagi pembeli yang mungkin tidak banyak toko sembako lainnya berlakukan. Untuk memuaskan pelanggan Toko Naswara selalu memperbolehkan pembeli untuk membeli barang di tokonya sesuai kebutuhan pembeli, contohnya pembeli dapat membeli tepung terigu dengan berat/harga sesuai request (misal: $\frac{1}{4}$ tepung terigu = Rp4.000). Hal tersebut sangat berbeda dengan toko lainnya yang mungkin mengharuskan pembeli untuk membeli sesuai dengan yang sudah ditetapkan di toko mereka, tentunya itu membuat Toko Naswara diminati banyak orang.

Informan 3

Strategi toko yang berada di pasar wonorejo menjadikan toko tersebut sebagai sentral para pembeli untuk mampir ke toko tersebut. Terlebih toko yang bukanya sangat pagi yaitu jam 04.30 pagi ditambah dengan melakukan beberapa strategi untuk bertahan di tengah persaingan, beberapa strategi yang dilakukan, Toko Mama Eva memperbolehkan pembeli untuk tukar barang yang sudah di beli dengan uang atau barang lain tanpa jangka waktu yang penting barang masih tersegel dengan baik tanpa adanya potongan harga. Memperbolehkan pembeli untuk melakukan hutang tanpa bunga bisa melalui cash maupun transfer bank tanpa memberikan jangka waktu tertentu. Memperbolehkan pembeli untuk request barang dengan waktu yang cukup cepat untuk pemesanannya. Dengan harga sesuai dengan agent tempat dia membeli barang yang telah direquest. Dapat mengantarkan pesanan pembeli tanpa minimum pembelian dan tanpa biaya ongkos kirim.

Informan 4

Toko ini adalah salah satu toko terlengkap di daerah kelurahan wonorejo, toko ini dikenal oleh banyak pembeli bukan hanya dari daerah wonorejo saja itu mengapa toko sembako pak didik ini hampir tidak pernah sepi pembeli. Selain terkenal dengan kelengkapan yang dijual tentunya toko tersebut memiliki strategi agar tidak kalah saing dengan toko lainnya. Beberapa strategi yang dilakukan oleh toko sembako pak didik, yaitu :

1. Berbeda dengan toko lainnya Toko Pak Didik ini jam buka tokonya berbeda dengan toko lainnya toko ini buka hingga subuh karena hal itu tidak diragukan lagi omset yang di dapatkan oleh toko ini sehari bisa sampai puluhan juta.

2. Barang yang dijual terkadang tidak ada di toko lainnya bahkan terkadang sulit ditemui karena stok barang yang tidak banyak tetapi di toko tersebut selalu tersedia itu mengapa toko pak didik selalu menjadi pusat pembeli.
3. Harga yang tentunya jauh lebih murah apalagi ketika melakukan pembelian dengan jumlah grosir harga akan jauh lebih miring.
4. Pelayanan yang cepat dan ramah membuat pembeli tidak berpindah untuk belanganan di toko tersebut. Ditambah dengan delivery order yang diterapkan dalam toko tersebut membuat pembeli tidak perlu datang ke toko hanya lewat telpon tidak lama barang sudah sampai. Supplier barang yang paling murah telah dimiliki toko tersebut jadi tidak heran kalau stok barang ditoko tersebut selalu banyak tidak lama habis juga tidak lama terisi kembali membuat keuntungan jauh lebih banyak didapatkan dan jarang sekali mengalami kerugian.

Hasil Perbandingan dari para Informan dalam mengelola keuangan

Informan 1	Informan 2	Informan 3	Informan 4
Memiliki beberapa strategi salah satunya yaitu berhutang dalam bentuk barang dengan bunga yang kecil membuat toko sembako tersebut dapat balik modal, membesarkan toko dengan menambah barang"sehingga lebih bervariasi	Memiliki beberapa strategi seperti memperbanyak macam barang yang dimiliki, memperbolehkan pembeli untuk berhutang tanpa bunga membuat Toko tersebut tidak pernah sepi pembeli sehingga tidak susah bagi toko untuk mendapatkan modal.	Memiliki beberapa strategi salah satunya yaitu berburu suplier barang termurah dan untuk menarik pembeli toko tersebut memperbolehkan pembeli untuk menukar barang yang telah di beli dengan barang lain atau uang tanpa adanya potongan.	Lokasi toko yang berada di pinggir jalan ramai, toko dengan harga barang termurah dan pembelian bijian maupun grosir, dengan jam buka hampir 24 jam membuat Toko tersebut tidak pernah sepi pembeli bahkan selalu antri, dan pemesanan dapat melalui online.
Financial Quotient dalam mengelola keuangan pada Informan 1 cukup baik.	Financial Quotient yang dimiliki Informan 2 cukup baik.	Financial Quotient yang dimiliki Informan 3 lebih baik dibandingkan dengan 2 toko sebelumnya.	Financial Quotient yang dilakukan oleh Informan 4 dapat di katakana sangat cerdas dalam mengelola keuangan.

Dapat disimpulkan dari keempat Toko Sembako yang memiliki financial quotient yang sangat baik adalah Toko Informan 4 karena barang yang dimiliki paling lengkap, dibandingkan 3 toko

lainnya, toko informan 4 memiliki supplier barang terlengkap dengan harga termurah, pemilik toko di perbolehkan untuk payment barang dari supplier, bahkan beberapa supplier hanya menaruh barang dagangan dan dibayar ketika barang telah laku terjual hal tersebut membuat Toko tersebut bisa bertahan bahkan berkembang, sedangkan toko yang kurang baik dalam financial quotient adalah Toko Informan 2 karena penerapan strategi yang dimiliki sudah banyak diterapkan di toko lain dan kurang efisien untuk mempertahankan financial resilience pada keuangan Toko tersebut,

KESIMPULAN

Pada survei melalui wawancara yang kami lakukan, kecerdasan keuangan harus diterapkan pada semua usaha salah satunya yaitu usaha toko sembako. Di mana kecerdasan keuangan tersebut akan mempengaruhi ketahanan keuangan yang nantinya akan berdampak keberlanjutan pada usaha tersebut. Di mana usaha sebisa mungkin menghasilkan keuntungan/laba yang maksimal dan meminimalkan kerugian, diimbangi juga dengan berbagai strategi usaha terbaik untuk menarik minat pembeli agar tidak beralih mencari toko sembako lain karena pembeli adalah aset bagi usaha agar terus bisa berjalan bahkan berkembang dengan pesat. Karena pada dasarnya tidak ada usaha yang bisa langsung besar dan melejit semua pasti di mulai dari nol begitupun juga dengan usaha toko sembako, karena jika dihitung hitung laba yang di dapat dari usaha ini tidak banyak per item barang memiliki keuntung 200-2000 rupiah. Tetapi jika dikalikan dengan item barang yang semakin harinya semakin banyak tidak menutup kemungkinan laba yang diperoleh juga akan semakin besar dan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan pelaku usaha itu sendiri, memutar untuk modal selanjutnya, dan memperbesar usaha yang sudah ada.

SARAN

Semua usaha pasti memerlukan suatu strategi agar usaha tersebut dapat berjalan dan berkembang, salah satunya yaitu usaha toko sembako, di mana persaingan usaha tersebut sangatlah banyak semua orang dapat membuka usaha tersebut dengan satu point yaitu modal apalagi ketika modal yang dimiliki besar bukan tidak mungkin akan menjadi saingan berat bagi usaha toko sembako lainnya walaupun toko sembako yang lain sudah bertahan lama. Hal tersebut dapat di atasi dengan menjalankan berbagai strategi seperti :

1. Rencanakan usaha terlebih dahulu sebelum usaha tersebut dijalankan. Karena bisnis sekecil apa pun harus dimulai dengan perencanaan yang matang.

2. Melakukan riset pasar, dengan mencari informasi terkini/update mengenai usaha yang akan dijalankan. Riset atau survei pasar bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peluang Anda untuk terjun di bisnis ini.
3. Perhitungan modal yang tepat, memperhitungkan kebutuhan untuk operasional.
4. Kebersihan dan kenyamanan pelayanan, Calon pembeli akan lebih tertarik dengan toko yang memperhatikan kebersihan lingkungan terlebih ditambah lagi dengan pelayanan yang cepat dan ramah
5. Pilih sembako yang berkualitas, Barang dengan kualitas yang lebih bagus akan disukai pelanggan meskipun harganya relatif lebih tinggi.
6. Tetapkan strategi penjualan. Melakukan promosi agar masyarakat lebih mengenal usaha Anda, menyebarkan pamflet dan brosur, dan ada pula cara pemasaran yang lebih modern seperti menggunakan media social.

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, & Evans. (2001). Pengertian Retailing. <https://eprints.uny.ac.id/>, 08.
- BFIAdmin. (2022, November). Bisnis Ritel: Definisi, Fungsi, Jenis, dan Perbedaannya dengan Grosir. BFI FINANCE: <https://www.bfi.co.id/id/blog/apa-itu-bisnis-ritel>
- Gerald, & Jay. (1991). Retinal receptors in rodents maximally sensitive to ultraviolet light. Gerald H. Jacobs Jay Neitz & Jess F. Deegan. 4-19.
- Levy, & Weitz. (2001). Pengertian Retailing. <https://eprints.uny.ac.id/>, 8.
- MargarethaFarah. (2008 April). PERAN KECERDASAN FINANSIAL DALAM MENINGKATKAN Kesejahteraan Ekonomi Rakyat Indonesia. media.neliti: <https://media.neliti.com/media/publications/97107-ID-peran-kecerdasan-finansial-dalam-meningk.pdf>
- Ma'rufHendri. (2006). Pemasaran Ritek. Jakarta.
- Mir'atannisaMutiaraIntan, RusmanaNandang, & BudimanNandang. (2019). KEMAMPUAN ADAPTASI POSITIF MELALUI RESILIENSI. JOURNAL OF INNOVATIVE COUNSELING : THEORY, PRACTICE, AND RESEARCH, 70-75.
- MontoroCarlosSuarezRojaz&. (2012). Credit in Times of Stress : Lessons from Latin Amerika. SSRN Product & Service.
- NISPOCBCRedaksi. (2021, November). Bisnis Ritel: Pengertian, Klasifikasi, Tujuan dan Contohnya. OCBC NISP: <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/11/11/bisnis-ritel>
- NoviantiRia. (2018). ORANG TUA SEBAGAI PEMERAN UTAMA DALAM MENUMBUHKAN RESILIENSI. EDUCHILD E-JOURNAL.
- Nuriyana, & Atiudina. (2011). RESILIENSI, 93.
- OrtonL. (2007). Financial Literacy. Lessons from International Experience. CPRN Research Report September 2007.

- R. PandinYovitaMaria, SandariElliaTries, SurahmanDedy, & GSDaengsAchmad. (2023). Financial Resilience Strategy on Cancer Survivors Household in East Java. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jejak>, 55.
- Rojaz-SuarezMontoro. (2012). Credit in Times of Stress : Lesson from Latin America. SSRN Product & Service.
- Sugiyono. (2016). Sugiyono. 2016. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. Memahami Penelitian Kualitatif.
- SusilaJarwa. (2022, Mei Kamis). Kecerdasan Finansial. Diambil kembali dari : KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-madiun/baca-artikel/15029/Kecerdasan-Finansial.html>
- WicaksonoPunto. (2021, Desember). Literasi Keuangan untuk Membangun Kecerdasan Finansial. Diambil kembali dari : QuBisa: <https://www.qubisa.com/article/literasi-keuangan-untuk-kecerdasan-finansial>
- WidayatiNAmalia. (2012). Analisis Butir Soal Tes Kedali Mutu Kelas XII SMA Mata Pelajaran Ekonomi Akuntansi Di Kota Yogyakarta Tahun 2012. Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia.