

Analisis Strategi Bisnis pada Toko Budiman Sembako Kecamatan Sungai Tebelian, Kalimantan Barat

Akademi Manajemen Perusahaan Pontianak

Abstrak

Toko sembako Budiman merupakan toko yang menjual berbagai macam buah-buahan segar, karena padatnya persaingan perdagangan barang pangan, maka toko ini memiliki strategi bisnisnya tersendiri. Strategi bisnis bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dan menemukan posisi perusahaan dalam industri sehingga perusahaan dapat melindungi dirinya terhadap tekanan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis dalam bertahan dari tekanan persaingan yang ketat, spesifiknya ialah pada toko Budiman Sembako yang berada di desa penjernang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengedepankan metode wawancara dan instrumen observasi, yakni pengamatan secara langsung dan dibantu dengan studi literatur. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisa lingkungan eksternal dan lingkungan internal melalui fungsi bisnis. Kemudian melakukan analisis SWOT, sehingga dapat menghasilkan beberapa alternatif dalam mengembangkan strategi bisnis untuk toko Sembako Budiman. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat bagi toko Budiman Sembako, yaitu strategi intensif. Dengan alternatif strategi tersebut perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan serta dapat bertahan dalam menghadapi tekanan persaingan yang ada di pasar.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Lingkungan Bisnis, dan Analisis SWOT

A. Pendahuluan

Sembilan bahan pokok atau sering disingkat sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman. Menurut keputusan Menteri Industri dan Perdagangan no 115/mpp/kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998, kesembilan bahan pokok itu adalah beras, sagu dan jagung, gula pasir, sayur-sayuran dan buah-buahan, daging sapi dan ayam, minyak goreng dan margarin, susu, telur, minyak tanah atau gas elpiji, garam beryodium dan bernatrium. Semua masyarakat dari yang tingkat ekonominya rendah sampai tinggi pasti membutuhkan sembako untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari. Oleh karena itu, sembako mempunyai peranan penting dalam kehidupan masyarakat sehingga mudah didapatkan di warung-warung kecil, pasar tradisional, swalayan sampai mall sekalipun. Kebutuhan akan sembako meningkat setiap tahunnya. Peningkatan kebutuhan akan sembako berbanding lurus dengan jumlah penduduk. Hal ini berarti semakin tinggi jumlah penduduk maka semakin tinggi pula kebutuhan akan sembako. Menurut sumber dari Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Indonesia mengalami peningkatan setiap tahun. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa jumlah penduduk Indonesia dalam 5 tahun terakhir adalah 231 juta jiwa pada tahun 2009, 237 juta jiwa

pada tahun 2010 dan meningkat terus hingga tahun 2013. Dari peningkatan jumlah jiwa yg pesat di Indonesia maka semakin banyak pula yang berkebutuhan dalam hal ini yaitu sembako, dan tentunya ketat pula persaingan dalam dunia bisnis/pasar. Hal tersebut sehingga mendorong pelaku bisnis harus mampu bersaing dengan strategi bisnis yang matang, sebab jika tidak maka akan tersisihkan oleh yang lain.

Strategi bisnis merupakan arah yang akan ditempuh suatu organisasi ataupun perusahaan dalam rangka menjalankan misi bisnis guna mencapai visi bisnisnya atau bisa disebut dalam mencapai tujuan bisnisnya. Merumuskan strategi bisnis melibatkan pengambilan keputusan pada tingkat unit bisnis. Disini hanya ditunjukkan bagaimana cara bersaing (Djoko Muljono, 2012).

Dalam era persaingan global dan kompetisi yang semakin ketat saat ini, perusahaan harus mampu melakukan terobosan dan inovasi baru dengan menggunakan seluruh sarana dan teknologi yang tersedia untuk tetap dapat hidup dan berjalan dengan sedemikian rupa, hal ini dapat dipahami mengingat setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, hal ini juga berlaku pada toko BUDIMAN SEMBAKO dalam menjalankan bisnisnya (A. Susetyaningsih, 2008).

B. Metodologi Penelitian

Penelitian adalah suatu proses aktivitas ilmiah yang dilakukan dengan sengaja berkaitan dengan usaha menemukan temuan-temuan baru (Ratna, 2010:27). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang akan menghasilkan data deskriptif berupa penguraian dan pemaparan kata-kata serta menerangkan data-data yang diperoleh dari lapangan.

Menurut Ghony dan Almanshur (2017:14) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman tentang kenyataan melalui proses berpikir induktif. Tulisan ini memaparkan keadaan sebenarnya dari objek berdasarkan hasil wawancara dan studi dokumenter.

Seperti halnya tujuan penelitian deskriptif menurut Ghony dan Almanshur (2017:29) yakni untuk menggambarkan, menjelaskan serta mengungkap. Penelitian kualitatif memberikan deskripsi situasi yang kompleks dan arah penelitian selanjutnya, serta memberikan penjelasan mengenai hubungan antara peristiwa dengan makna, terutama menurut persepsi partisipan. Data-data yang digunakan di sini diperoleh dari lapangan dan digambarkan seperti apa adanya.

C. Pembahasan

1. Gambaran Umum Toko Kelontong Budiman Sembako

Toko kelontong Budiman sembako adalah sebuah toko yang menjual 9 bahan pokok yang didirikan sekitar 2 tahun yang lalu di desa penjernang oleh pasangan suami-istri Bapak ajin winarso dan ibu rubainah. Tokoh tersebut diberi nama Budiman sembako karena mengambil filosofi dari nama anaknya yaitu marib Budiman, kemudian diambillah nama ujung dari nama anaknya tersebut sebagai nama tokoh kelontong mereka yaitu Budiman sembako

Toko Budiman sembako terletak di desa penjernang tepatnya di perempatan jalan di Dusun hutan Jaya. Alasan Bapak Ajin winarso memilih tempat tersebut karena tempat itu strategis di persimpangan jalan yang sering dilalui oleh orang serta padatnya pemukiman di di wilayah tersebut sehingga menyebabkan tempat itu menjadi strategis.

Toko Budiman sembako menjual bermacam-macam barang jualan selain dari sembilan bahan pokok, toko Budiman sembako juga menjual perlengkapan pertanian seperti pupuk, alat-alat untuk bertani, dan lain-lain.

Adapun tujuan didirikannya toko kelontong Budiman sembako ialah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat setempat khususnya di wilayah Dusun hutan Jaya, dan umumnya masyarakat desa penjernang.

2. Strategi Bisnis Toko kelontong Budiman Sembako

a. Analisis Lingkungan pada Toko Budiman Sembako

1) Analisis Lingkungan Internal

a) Pemasaran

Analisis konsumen dari toko Budiman Sembako ialah konsumen datang sendiri ke toko. Promosi produk yang digunakan toko Budiman Sembako menggunakan metode pemasaran konvensional. Dalam segi transaksi biasanya ada juga yang ngutang.

b) Keuangan

Modal toko kelontong Budiman sembako adalah dengan cara meminjam koperasi/CU. Modal yang dibutuhkan dalam mendirikan toko sembako ini cukup besar dan biaya modal berasal dari pinjaman ke koperasi. Fungsi keuangan dijalankan langsung oleh pemilik toko dan sumber pendapatan harian diatur oleh istrinya . Toko ini memiliki cara dalam mengevaluasi kinerja bagian keuangan dengan cara audit, yaitu melihat apakah ada selisih dalam saldo. Selain itu juga ada info keuangan dari buku catatan di toko dan buku catatan pribadi pemilik toko.

c) Produk dan Operasional

Produk yang terdapat pada toko kelontong Budiman Sembako memiliki kualitas barang yang terbaik hingga barang yang expired hampir tidak ada karena selalu habis sebelum expired. Untuk kualitas barang selalu dilakukan pengecekan oleh pemilik toko sehingga barang-barang jualan yang ada di tokonya dipastikan masih bagus semua.

d) HRD/*Human Resource Development* (Sumber Daya Manusia)

Rekrutmen dan seleksi pegawai perusahaan tidak ada karena toko kelontong ini termasuk mempekerjakan anaknya sendiri.

2) Analisis Lingkungan Eksternal

a) Persaingan Antar Perdagangan Sejenis

Di desa penjernang sendiri terdapat 3 toko sembako yang bersaing mendapat perhatian konsumen. Toko Budiman sembako sendiri pemiliknya mengemukakan bahwasanya akhir-akhir ini sulit sekali bersaing dikarenakan yang dijual juga barang-barang yang sama hanya mungkin bisa bermain di harga untuk menarik pelanggan.

b) Potensi Masuknya Pesaing Baru

Untuk pesaing baru di desa penjernang penduduknya hanya sekitar 196 jiwa yang sudah dewasa data dilihat dari daftar pemilih tetap pada saat pemilu, mungkin jika ditambah anak-anak kurang lebihnya 250 orang sehingga ini yang menjadi analisa peneliti bahwasanya potensi masuknya pesaing baru Selain tiga toko kelontong tersebut nampaknya berpotensi kecil dikarenakan kalau seandainya orang memang mengerti strategi bisnis justru dia melihat peluang yang sempit dan juga Selain itu peneliti melihat dari segi ukuran perekonomian di desa penjernang nampaknya perlu modal yang lumayan besar apabila ingin menyaingi tiga toko kelontong yang sudah berdiri tersebut.

c) Daya Tawar Pemasok

Pemasok sembako ke desa penjernang itu termasuk tidak ada dan Para pemilik toko membelanjakan modalnya langsung ke kota Kabupaten yaitu Sintang sehingga mereka dengan leluasa memilih daftar harga sembako yang bisa sesuai dengan konsep bisnis memperkecil pengeluaran dan meraup untung sebesar-besarnya.

d) Daya Tawar Konsumen

Minat konsumen untuk belanja di toko kelontong Budiman sembako tergolong tinggi karena berdasarkan analisa peneliti bahwasanya atas dasar pertimbangan jarak tempuh dari kelompok mungkin yang ada di Dusun hutan Jaya itu lebih dekat ke toko kelontong Budiman sembako ketimbang harus pergi belanja ke toko lain yang lumayan jauh jaraknya dan juga harga dan pelayanan Ya kurang lebih.

b. Analisis SWOT pada Toko Buah NZE Fresh Fruits

Analisis SWOT adalah teknik yang di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Dari hasil analisis lingkungan internal dan juga analisis lingkungan eksternal, maka dapat ditentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari toko kelontong Budiman Sembako. Adapun rincian dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya sebagai berikut:

1) Kekuatan (*Strength*)

- a) Perusahaan sudah memiliki konsumen atau pelanggan tetap.

Volume :3, Number :1, Juni 2022

Modal yang besar dan juga sempat yang strategis merupakan salah satu kekuatan toko kelontong Budiman sembako Selain itu pelayanan juga lumayan ramah ketimbang tokoh yang lain.

- b) Memberikan jaminan kualitas kepada pelanggan.
 - c) memiliki hubungan dekat dengan toke besar di Sintang
 - d) Pemilik modal sendiri, tidak terikat dengan sektor lain. Kekuatan toko ini ialah modal dijalankan sendiri oleh pemilik toko, sehingga pemilik toko dapat dengan bebas mengatur keuangannya tanpa adanya campur tangan orang lain.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
- a) Tidak ada pelatihan khusus yang diberikan kepada karyawan (anakny). Toko ini tidak memberikan pelatihan khusus untuk meningkatkan kemampuan karyawannya. Perusahaan hanya memantau dari pergerakan karyawannya dalam menjalankan tugasnya, jika ada kesalahan maka akan diberikan arahan.
 - b) Sistem manajemen belum tertata dengan baik.
 - c) Layanan masih perlu ditingkatkan karena selain berjualan kita juga ternyata interaksi sosial.
- 3) Peluang (*Opportunity*)
- a) Memperbesar bangunan toko dan menambah modal untuk penyediaan barang yang lebih lengkap agar konsumen tidak perlu mencari toko lain sehingga berbondong-bondong belanja ke toko Budiman sembako.
 - b) Kepercayaan dan hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini menjadi peluang karena dengan memiliki hubungan yang baik dengan konsumen, makan bisa jadi konsumen tersebut akan menjadi pelanggan tetap di toko Budiman Sembako.
- 4) Ancaman (*Threat*)
- a) Dari jumlah penduduk yang sedikit dan dengan adanya dua toko kelontong lainnya ini sebenarnya termasuk kepada ancaman peralihan konsumen secara masif apabila pemilik toko Budiman sembako sedikit saja tergelincir Dalam strategi bisnisnya.
 - b) Jarak tempuh yang lumayan jauh dari kota Kabupaten membuat kadang adanya kelangkaan barang di toko Budiman sembako inilah yang mengancam adanya peralihan konsumen, ketika orang yang sedang butuh akan tetapi ia harus bersusah payah atau menunggu maka kemungkinan orang tersebut akan mengambil jalan yang lebih muda yaitu membeli di toko lain.
- c. Strategi Toko kelontong Budiman Sembako
- Berdasarkan analisis SWOT, maka strategi alternatif yang bisa dihasilkan pada toko Budiman Sembako adalah sebagai berikut:
- 1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*)
- Strategi SO ialah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strategi yang dapat diterapkan pada toko Budiman Sembako , yaitu:
- a) Strategi yang bisa diterapkan pada toko Budiman Sembako untuk meningkatkan kekuatan dalam menghadapi persaingan perdagangan buah

Volume :3, Number :1, Juni 2022

dengan menanggapi peluang-peluang yang ada, yaitu memperbesar modal dan bangunan. Karena Berdasarkan pengalaman dan mengamati pola hidup masyarakat desa penjernang dalam hal konsumsi ialah di mana toko yang lengkap itulah yang menjadi langganan.

2) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO ialah strategi yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Adapun strategi yang bisa diterapkan oleh toko kelontong Budiman Sembako adalah dengan meningkatkan promosi penjualan dan membuat sistem manajemen yang baik agar aspek toko dapat diatur dengan baik. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada, yaitu peluang perluasan pendistribusian produk dalam hal ini memperbanyak barang jualan. Pemilik toko kelontong harus berinovasi dalam pelayanan kepada konsumen karena seperti yang peneliti katakan di atas bahwasanya selain jualan kita juga melaksanakan interaksi sosial.

3) Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST ialah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Adapun strateginya sebagai berikut:

a) Strategi yang bisa digunakan yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan tidak mudah beralih ke toko buah pesaing. Dengan kekuatan yang dimiliki toko Budiman Sembako seperti jaminan kualitas barang kepada pelanggan maka toko ini dapat mengatasi ancaman yang ada dengan strategi tersebut. Ancaman yang dihadapi oleh perusahaan yaitu persaingan yang cukup ketat dan adanya ancaman muncul pesaing baru. Dengan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, maka pelanggan akan menjadi lebih loyal dengan toko karena pelanggan merasa puas atas pelayanan yang di berikan toko Budiman Sembako. Dengan begitu akan menutup kemungkinan pelanggan beralih ke pesaing yang lain.

b) Strategi kedua yang bisa digunakan oleh toko Budiman Sembako Iyalah selalu menjaga ketersediaan barang supaya Konsumen tidak membeli ke lain toko ketika mereka membutuhkan barang yang mereka cari.

4) Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi WT ialah strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman atau biasa disebut dengan strategi bertahan. Adapun strategi yang dapat diterapkan ialah memberikan pelatihan atau arahan khusus kepada karyawan agar karyawan dapat menguasai bagiannya sehingga kinerjanya pun meningkat. Apabila karyawan dapat bekerja secara maksimal dan mengeluarkan potensinya maka ancaman dan kelemahan yang ada dapat teratasi. Selain itu, pemilik toko kelontong juga harus mengarahkan karyawannya untuk membantu promosi agar jangkauan konsumen menjadi melebar. Dalam hal ini seperti anak-anaknya atau istrinya harus bersikap layaknya sebagai seorang yang sedang berbisnis misalnya interaksi sosialnya harus baik kemudian mempromosikan toko supaya banyak yang mau belanja di situ.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan analisis strategi bisnis pada toko kelontong Budiman Sembako, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Kondisi lingkungan internal

Toko kelontong Budiman sembako dari sudut pandang internal maka peneliti menemukan masih kurangnya kesadaran dalam etika bisnis yang justru itulah sebagai nilai promosi atau nilai jual sebuah bisnis tersebut. contoh misalnya dari segi pelayanan pemilik toko kadang tidak berada di toko tersebut dan harus dipanggil-panggil ke rumahnya karena jarak dari toko dan rumahnya sekitar 20 meter sehingga inilah yang membuat kurangnya nilai profesional seorang pembisnis atau wirausaha.

Pemilik toko juga internal memiliki kelemahan dalam interaksi sosial yang sebenarnya itu juga mempengaruhi daya tarik sebuah toko sembako.

b. Kondisi lingkungan eksternal yang mempengaruhi toko kelontong Budiman Sembako adalah persaingan antar perdagangan sejenis dan potensi masuknya pesaing baru Karena munculnya celah-celah kelemahan yang diciptakan oleh pedagang yang sudah ada sehingga banyak yang berencana untuk melirik bisnis tersebut dan bersaing dalam segi pelayanan dan interaksi sosial dalam perebutan konsumen.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan, maka saran yang akan diberikan oleh penulis kepada toko kelontong Budiman Sembako adalah:

- a. Toko kelontong Budiman Sembako dapat merenovasi kios atau toko yang sudah ada agar dapat dibuat lebih besar supaya dayaampungnya juga lebih banyak dan kelengkapan barang yang dapat terlaksana
- b. Toko kelontong Budiman Sembako dapat mencari pemasok baru untuk memperkecil modal sehingga mampu bersaing dengan toko yang lain dari segi harga.

Daftar Pustaka

- Angelica Tamara. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Binsis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4, 399.
- Aprilia Puspasari & Popon Rabia adawia. (2020). Strategi penjualan sepatu dengan metode analisis swot di era pandemic covid-19. *Jurnal Akuntabel*, 17, 272.
- Burhan Bungin. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Burhan Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Cinthya Erika Putri Gunawan. (2017). Analisis Strategi Bisnis pada PT. Omega Internusa Sidoarjo. *Jurnal Agora*, 5, 2.
- Djoko Muljono. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Herry Achmad Buchory & Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Strategi bisnis*. Bandung: Linda Karya.
- Ismail Ibrahim Putra, R. S. (2021, Juli 3). Strategi Bisnis Toko Buah NZE Fresh Fruits. (F. Fadhil, Interviewer)
- Istiqomah & Irsad Andriyanto. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis*, 5, 373-374.
- Madnasir. (2007). *Pengantar Bisnis dan Manajemen*. Lampung: Fakultas Syaria'ah IAIN Raden Intan Bandar Lampung.
- Madnasir dan Khoiruddin. (2012). *Etika Bisnis dalam Islam*. Lampung: Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung.
- Maryanto. (2013). Analisis Perilaku Pedagang yang Berjualan Pakaian di Pasar Tradisional Dahlia Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Untan*, 4-5.
- Maryanto. (2013). Analisis Perilaku Pedagang yang Berjualan Pakaian di Pasar Tradisional Dahlia Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Untan*, 6.
- Muhammad & Alimin. (2004). *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Panji Anoraga. (2004). *Manajemen Binsis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Raden Mas Mochammad Wispandono. (2010). Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Pengrajin Industri Batik di Kabupaten Bankalan. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1, 154.
- Rahayu Puji Suci. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 11, 48.
- Rakhma Oktavina. (2009). Model Manajemen Strategis Evaluasi Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Makanan Ringan. *Jurnal Ekonomi Binis*, 14, 91.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Sudirman. N. (1996). *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

