

PENGELOLAAN WARUNG SEMBAKO : STRATEGI DAN TANTANGAN DALAM USAHA KECIL DAN MENENGAH DI KAMPUNG SETU REMPOA

Nisa Permata Sari¹, Khana Cintania Hanafi², Rahil Septian Falah³, Rony Edward Utama⁴

^{1,2,3,4}Universitas Muhammadiyah Jakarta

permata.nisasari@gmail.com¹, khanacintania26@gmail.com², rahilseptianfalah@gmail.com³, r.edwardutama@umj.ac.id⁴

ABSTRACT; *The Cinta grocery store managed by Nasti Hanafi Ali on Jl. Ale Raya, Gang Ribi 2 No. 35 RT 001 RW 002 Kampung Setu Rempoa is an example of a small and medium enterprise (SME) that plays an important role in meeting the daily needs of the community. Despite facing various challenges such as limited capital, less than optimal stock management, and competition with minimarkets, this store has managed to survive and grow. This study aims to analyze business development, sources of capital, challenges in stock management, and sales increase strategies implemented. With a more organized approach and good management, this grocery store can remain relevant amidst increasingly tight competition.*

Keywords: *Small and Medium Enterprises, Grocery Store Management, Stock Management.*

ABSTRAK; Warung sembako Cinta yang dikelola oleh Nasti Hanafi Ali di Jl. Ale Raya, Gang Ribi 2 No 35 RT 001 RW 002 Kampung Setu Rempoa merupakan contoh usaha kecil dan menengah (UKM) yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat. Meskipun menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, pengelolaan stok yang kurang optimal, dan persaingan dengan minimarket, warung ini berhasil bertahan dan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan usaha, sumber modal, tantangan dalam pengelolaan stok, serta strategi peningkatan penjualan yang diterapkan. Dengan pendekatan yang lebih terorganisir dan manajemen yang baik, warung sembako ini dapat tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Kata Kunci: Usaha Kecil dan Menengah, Pengelolaan Warung Sembako, Manajemen Stok Barang.

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis merupakan suatu metode dalam memperoleh uang yang banyak. Apabila membahas mengenai bisnis di Indonesia maka tidak terlepas dari UKM. Sayangnya masyarakat Indonesia banyak yang tidak tahu mengenai UKM atau usaha kecil dan menengah. Suatu bisnis dapat dijadikan sebagai jalan untuk memiliki kebebasan finansial. Sehingga tidak heran saat ini banyak anak mudah yang masuk dalam bisnis. UKM merupakan singkatan dari Usaha Kecil dan Menengah. UKM adalah ragam usaha yang dilakukan dengan skala kecil sampai dengan menengah. UKM tidak menjadi suatu komponen suatu perusahaan baik cabang ataupun anak perusahaan ataupun usaha dengan skala yang besar. Dijelaskan pada Undang-undang No. 20 Tahun 2008 mengenai usaha kecil, mikro, serta menengah.

Warung Sembako telah lama menjadi bagian penting dari perekonomian lokal di Indonesia. Keberadaannya menjadi salah satu solusi utama bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan atau pemukiman, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan menawarkan berbagai barang seperti sembako, makanan ringan, minuman, dan kebutuhan rumah tangga lainnya, warung sembako menjadi andalan karena kepraktisannya, kedekatannya dengan konsumen, serta fleksibilitas dalam hal pembayaran. Namun, di tengah perkembangan zaman dan persaingan dengan toko modern seperti minimarket dan supermarket, warung sembako sering menghadapi tantangan yang cukup besar. Tantangan tersebut meliputi kurangnya pengelolaan stok barang yang efektif, tata letak yang sederhana, dan ketergantungan pada metode konvensional yang kadang-kadang tidak efisien. Di sisi lain, masyarakat tetap membutuhkan warung sembako karena menawarkan beberapa keunggulan, seperti harga yang terjangkau, suasana yang akrab, dan kemudahan akses.

Usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peranan yang signifikan dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menyediakan kebutuhan pokok masyarakat. Warung sembako Cinta, yang dikelola oleh Nasti Hanafi Ali, adalah salah satu contoh nyata dari keberadaan UKM yang berkontribusi pada ekonomi lokal. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UKM di Indonesia menyumbang sekitar 60% dari total produk domestik bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Kemenkop UKM, 2022). Dengan demikian, keberadaan warung sembako sangat penting dalam menjaga stabilitas ekonomi masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Warung sembako Cinta berdiri sejak 1991 dan telah

mengalami berbagai perubahan serta tantangan selama lebih dari tiga dekade. Meskipun beroperasi di tengah persaingan yang ketat dengan minimarket dan supermarket, warung ini tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat setempat. Hal ini disebabkan oleh kedekatan lokasi, harga yang bersaing, serta pelayanan yang ramah. Namun, untuk tetap bertahan dan berkembang, pemilik warung harus menghadapi berbagai tantangan, termasuk pengelolaan stok barang, kualitas produk, dan strategi pemasaran yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek dalam pengelolaan warung sembako Cinta, termasuk perkembangan usaha, sumber modal, tantangan yang dihadapi, dan strategi peningkatan penjualan.

Dengan memahami fakto-faktor ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih baik lagi bagi pemilik usaha kecil lainnya dalam mengelola usaha mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Sudah berapa lama usaha warung sembako ini berdiri, dan bagaimana perkembangan usahanya sejak awal?
- b. Apa saja sumber modal yang digunakan oleh pemilik warung sembako kecil untuk memulai usaha?
- c. Apa tantangan yang dihadapi oleh pemilik warung sembako kecil dalam mengelola stok barang dengan modal terbatas?
- d. Bagaimana cara menjaga kualitas barang sembako di warung kecil agar tetap menarik bagi pelanggan?
- e. Bagaimana cara meningkatkan penjualan di warung sembako?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Memahami sejarah dan perkembangan usaha: Menganalisis bagaimana usaha warung sembako tersebut tumbuh dan berkembang dari awal hingga saat ini.
- b. Mengelompokkan sumber modal: Mengidentifikasi berbagai sumber modal yang digunakan untuk memulai dan mengembangkan usaha warung sembako kecil.
- c. Mengidentifikasi tantangan utama: Mengungkap kesulitan-kesulitan yang dihadapi pemilik warung sembako dalam mengelola stok barang dengan modal terbatas.

- d. Menganalisis strategi pengelolaan kualitas barang: Memahami bagaimana pemilik warung sembako menjaga kualitas barang agar tetap menarik bagi pelanggan.
- e. Mengeksplorasi strategi peningkatan penjualan: Mengidentifikasi berbagai cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan di warung sembako.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung di lokasi usaha. Wawancara dilakukan dengan Nasti Hanafi Ali sebagai pemilik warung sembako Cinta, serta beberapa pelanggan dan pemasok barang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul terkait dengan pengelolaan usaha, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diterapkan.

Dalam penelitian ini, penulis juga mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, termasuk laporan penelitian sebelumnya, artikel, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan UKM dan pengelolaan usaha kecil. Data tersebut digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan konteks yang lebih luas mengenai kondisi usaha kecil di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

2.1 Perkembangan Usaha

Usaha warung sembako ini telah berdiri selama 33 tahun, dimulai pada tahun 1991, ketika pemiliknya Ibu Sunarmi dan suaminya, memutuskan untuk membuka usaha kecil-kecilan di depan kontrakannya guna memenuhi kebutuhan hidupnya dan kebutuhan pokok masyarakat sekitar. Awalnya, warung sembako ini hanya beroperasi di depan rumah kecilnya yang terletak di pinggir jalan dengan ruang yang terbatas. Dengan modal awal yang tidak besar, sekitar Rp 5.000.000, pemilik memulai usaha dengan menyediakan produk-produk sembako dasar seperti beras, minyak goreng, gula pasir, garam dan lain-lainnya. Keberadaan warung ini didorong oleh kebutuhan masyarakat di sekitar yang mencari tempat untuk membeli kebutuhan pokok dengan harga yang lebih terjangkau dan dekat.

Seiring berjalannya waktu, warung sembako ini mulai berkembang, meskipun tantangan yang dihadapi cukup berat. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan modal yang membuat pemilik harus memilih dengan hati-hati barang-barang yang akan dijual. Pada

awalnya, warung ini hanya bisa menyediakan sedikit jenis barang karena keterbatasan dana. Namun, seiring bertambahnya pelanggan yang datang dan kepercayaan yang diberikan, pemilik berhasil menambah variasi produk, seperti mie instan, telur, dan bahan makanan lain yang lebih banyak diminati oleh pelanggan.

Pada tahun ke-13, sekitar tahun 2004, pemilik warung memutuskan untuk pindah tempat berdagangnya. Di tempatnya yang baru warung sembako ini mulai mengalami perkembangan yang lebih pesat. Penjualan yang terus meningkat memotivasi pemilik untuk mengembangkan usaha dengan menambah stok barang dan memperluas ruang toko. Selain itu, pemilik mulai menjalin hubungan yang lebih baik dengan supplier, sehingga mendapatkan harga yang lebih kompetitif untuk sembako, yang memungkinkan warung menawarkan harga yang lebih terjangkau bagi pelanggan. Pemasaran pun mulai diperkenalkan, meskipun sederhana, seperti memberikan diskon atau promosi kepada pelanggan yang membeli dalam jumlah tertentu. Warung ini mulai dikenal lebih luas oleh masyarakat di sekitar, bahkan beberapa pelanggan dari luar juga mulai berdatangan. Pemilik mulai memperkenalkan sistem manajemen stok yang lebih teratur, menggunakan catatan manual untuk melacak penjualan dan pembelian. Pada periode ini, warung sembako telah mampu menyediakan hampir semua jenis kebutuhan pokok yang diperlukan oleh rumah tangga, mulai dari bahan makanan, produk kebersihan, hingga barang-barang kebutuhan sehari-hari lainnya. Dari keuntungannya dalam berdagang ini pemilik sudah bisa membeli rumah, mobil dan masih banyak lagi lainnya.

2.2 Sumber Modal

Untuk memulai usaha warung sembako kecil, pemilik menggunakan sumber modal yang dapat berasal dari Tabungan Pribadi. Membuka usaha warung sembako dengan menggunakan tabungan pribadi sebagai modal awal merupakan pilihan yang umum bagi banyak pengusaha kecil, terutama pada tahap awal ketika dana terbatas dan belum ada akses ke pinjaman atau bantuan finansial lainnya. Beberapa Hal yang diambil oleh pemilik usaha kecil dalam menggunakan tabungan pribadi sebagai sumber modal adalah:

1. Perencanaan Keuangan yang Matang Sebelum membuka usaha, pemilik warung sembako membuat perencanaan keuangan yang jelas dan realistis. Ini termasuk memperhitungkan berapa besar modal yang dibutuhkan untuk membeli stok awal sembako, sewa tempat, dan biaya operasional lainnya seperti listrik, air, dan transportasi.

Dengan mengetahui berapa banyak uang yang dibutuhkan, dengan ini pemilik berkata dapat mengatur tabungan yang akan digunakan dengan bijak.

2. Menghitung Kebutuhan Modal Awal Pemilik warung sembako menghitung jumlah uang yang diperlukan untuk membeli barang-barang sembako dasar, seperti beras, minyak goreng, gula, dan produk kebutuhan pokok lainnya. Selain itu, pemilik juga memperhitungkan biaya lain seperti biaya sewa tempat, renovasi atau penataan toko, dan pengadaan perlengkapan usaha (rak, etalase, dsb.).
3. Menggunakan Tabungan Secara Bijak Setelah menghitung kebutuhan modal, pemilik menarik sebagian dari tabungan pribadi mereka yang cukup untuk memenuhi biaya-biaya tersebut. Penggunaan tabungan pribadi memungkinkan pemilik untuk memulai usaha tanpa perlu memikirkan bunga atau cicilan pinjaman, namun harus hati-hati agar tidak menguras seluruh tabungan, karena dana cadangan tetap diperlukan untuk kebutuhan pribadi atau keadaan darurat.
4. Mengelola Modal dengan Cermat Setelah modal awal digunakan untuk membeli barang dan membuka warung, pemilik mengelola keuangan dengan baik karena itu sangat penting. Pemilik memantau dengan seksama arus kas usaha—baik pemasukan dari penjualan sembako maupun pengeluaran untuk kebutuhan operasional. Pengelolaan modal yang efisien akan membantu usaha tetap berjalan lancar dan menghindari kesulitan finansial di masa depan.
5. Peningkatan Modal dengan Keuntungan Usaha Setelah usaha berjalan dan mulai menghasilkan keuntungan, pemilik menggunakan sebagian keuntungan tersebut untuk memperbesar stok barang dan untuk membiayai ekspansi usaha. Hal ini dilakukan pemilik untuk memperluas usaha tanpa harus bergantung pada pinjaman atau utang eksternal.

2.3 Tantangan dalam mengelola stok barang dengan modal terbatas

Sebagai pemilik warung sembako kecil, pemilik berkata bahwa pemilik menghadapi beberapa tantangan utama dalam mengelola stok barang dengan modal yang terbatas. Pertama, modal yang terbatas membuat pemilik tidak bisa membeli barang dalam jumlah besar sekaligus. Jadi, pemilik harus sangat cermat memilih barang apa saja yang akan di stok. Kalau barang yang dibeli cepat habis, kadang pemilik harus menunggu lama sampai bisa beli lagi,

dan itu kadang bikin pelanggan kecewa karena mereka tidak bisa mendapatkan barang yang mereka butuhkan.

Kemudian, harga sembako juga sering berubah-ubah. Misalnya, harga minyak goreng atau beras yang bisa naik tiba-tiba, terutama menjelang hari raya atau musim tertentu. Dengan modal terbatas, pemilik sering tidak bisa membeli barang dalam jumlah banyak saat harga sedang murah, sehingga saat harga barang naik, pemilik terpaksa beli dengan harga yang lebih mahal, dan itu mempengaruhi keuntungan sang pemilik usaha.

Tantangan lainnya adalah soal stok barang yang bisa rusak atau kedaluwarsa. Ada barang-barang tertentu yang tidak bisa disimpan lama, seperti telur dan roti-roti. Kalau tidak hati-hati, bisa banyak barang yang terbuang dan pemilik mendapatkan kerugi. Ditambah lagi, karena pemilik hanya punya sedikit modal, pemilik tidak bisa membeli barang yang terlalu banyak atau terlalu banyak variasi, jadi kadang ada barang yang menumpuk dan tidak laku, padahal ada juga barang lain yang lebih dibutuhkan pelanggan.

Selain itu, pemilik juga harus pintar mengatur arus kas, terutama jika ada pelanggan yang membeli barang dengan kredit atau hutang. Kalau pembayaran terlambat, itu bisa mengganggu pemilik untuk membeli stok baru. Untuk itu, pemilik selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan pemasok dan pelanggan supaya bisa mengelola semuanya dengan lancar.

Secara keseluruhan, meskipun ada banyak tantangan, pemilik mencoba tetap fleksibel dan cerdas dalam mengelola stok dan modal yang terbatas. pemilik lebih sering membeli barang-barang yang paling dibutuhkan dan cepat laku, dan selalu berusaha menjaga agar warung tetap memiliki barang yang diperlukan pelanggan.

2.4 Menjaga Kualitas Barang

Pemilik warung sembako kecil, menjaga kualitas barang yang dijual sangat penting untuk memastikan pelanggan puas dan kembali lagi. pemilik menyadari bahwa kualitas barang bisa menjadi faktor utama yang membedakan warungnya dengan warung lainnya. Jadi, ada beberapa hal yang pemilik lakukan untuk memastikan barang sembako yang dijual selalu berkualitas baik dan menarik bagi pelanggan.

Pertama, pemilik selalu memilih pemasok yang sudah terpercaya. Biasanya pemilik mencari pemasok yang sudah memiliki reputasi baik dalam menyediakan barang berkualitas, bukan hanya yang menawarkan harga murah. melakukan pengecekan terhadap barang-barang yang datang, terutama yang memiliki tanggal kedaluwarsa, seperti produk makanan kalengan

atau produk-produk yang mudah rusak. Kalau ada barang yang rusak atau tidak layak jual, pemilik langsung kembalikan ke pemasok atau ganti dengan barang baru.

Kemudian, pemilik sangat memperhatikan cara penyimpanan barang-barang tersebut. Misalnya, beras, gula, dan tepung saya simpan di tempat yang kering dan sejuk agar kualitasnya tetap terjaga. Sedangkan produk-produk yang mudah rusak, seperti wafer, susu atau telur, saya pastikan disimpan dengan benar, bahkan menggunakan kulkas untuk menjaga kualitasnya. Pemilik juga tidak sembarangan menumpuk barang di rak. Semua barang diatur dengan rapi agar mudah terlihat oleh pelanggan, dan untuk mencegah barang rusak atau kedaluwarsa tanpa disadari.

Selain itu, Pemilik selalu memastikan bahwa pemilik memeriksa barang yang baru datang dengan teliti. Setiap barang, terutama yang memiliki kemasan, di cek apakah kemasannya masih utuh dan tidak rusak. Kalau ada kemasan yang sobek atau cacat, pemilik tidak akan menjualnya karena bisa mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap kualitas barang yang dijual. Pemilik juga selalu memperhatikan produk yang lebih rentan terhadap kerusakan, seperti minyak goreng atau bumbu instan, agar tidak terpapar langsung sinar matahari, karena itu bisa mempengaruhi kualitasnya.

Satu hal yang penting lagi adalah rotasi stok. Pemilik mengikuti prinsip FIFO (First In, First Out), yaitu barang yang datang lebih dulu harus dijual lebih dulu. Ini sangat penting, terutama untuk barang-barang yang memiliki masa kedaluwarsa seperti susu, mi instan, atau produk-produk kemasan lainnya. Dengan cara ini, pemilik bisa menghindari barang kedaluwarsa yang tidak terjual dan mengurangi kerugian.

Pemilik juga sering berinteraksi dengan pelanggan untuk mendengarkan masukan mereka mengenai barang-barang yang mereka beli. Jika ada yang merasa kualitas barang tertentu menurun atau tidak sesuai harapan, pemilik langsung mengevaluasi dan mengganti barang tersebut. Bagi pemilik, kepuasan pelanggan adalah yang utama, jadi pemilik selalu siap untuk memperbaiki kualitas barang atau pelayanan yang diberikan. Selain itu, pemilik juga berusaha menjaga keragaman produk yang dijual. Pemilik tidak hanya menyediakan barang-barang sembako umum seperti beras, minyak, dan gula, tapi juga beberapa produk pendukung lain yang sering dicari oleh pelanggan, seperti bumbu dapur, tepung terigu, atau mie instan. Pemilik pastikan produk-produk ini selalu tersedia dalam stok yang cukup, tanpa harus berlebihan,

karena itu juga membantu menjaga kualitas dan menghindari barang yang tidak terjual dalam waktu lama.

Terakhir, pemilik tidak hanya mengandalkan kualitas barang, tetapi juga pentingnya kebersihan warung. Warung yang bersih akan menciptakan kesan yang baik bagi pelanggan. pemilik selalu menjaga kebersihan rak, etalase, dan area sekitar warung, karena pelanggan lebih nyaman berbelanja di tempat yang bersih dan tertata rapi. Kebersihan ini juga penting untuk menjaga barang-barang sembako tetap aman dan terhindar dari kontaminasi. Dengan melakukan semua hal ini, pemilik berharap pelanggan merasa puas dan percaya bahwa warung saya selalu menyediakan barang sembako berkualitas. Kepuasan pelanggan sangat penting karena itu akan membuat mereka kembali lagi. Selain itu, mereka juga akan merekomendasikan warungnya kepada orang lain, yang tentunya akan membantu usaha pemilik berkembang lebih baik.

2.5 Meningkatkan Penjualan

Pemilik berkata Untuk meningkatkan penjualan di warungnya, pemilik sadar bahwa hanya mengandalkan barang sembako saja tidak cukup, perlu memperhatikan beberapa aspek, mulai dari kualitas pelayanan, strategi harga, hingga keberagaman produk yang tawarkan. Sebagai pemilik warung sembako, harus pintar-pintar mengelola dan memanfaatkan segala peluang yang ada agar usahanya semakin berkembang.

Langkah pertama yang dilakukan adalah meningkatkan kualitas pelayanan. Pemilik selalu berusaha memberikan pelayanan yang ramah dan cepat, karena pelanggan yang merasa nyaman dan dihargai akan lebih cenderung untuk datang kembali. Setiap kali ada pelanggan yang datang, pemilik berusaha untuk menyapa mereka dengan senyum dan menawarkan bantuan, apakah mereka membutuhkan barang tertentu atau ingin mencari produk lain yang mungkin belum tersedia di rak. Pemilik juga berusaha untuk melayani mereka secepat mungkin agar mereka tidak merasa terganggu. Ketika warung sedang ramai, dipastikan semua barang yang mereka beli sudah terkemas dengan rapi dan harga yang sesuai. Dengan memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan, pemilik berharap mereka merasa puas dan ingin kembali.

Selain itu, berusaha untuk menambah variasi produk yang dijual di warung. Sembako memang produk utama yang selalu dicari pelanggan, tetapi pemilik sadar bahwa pelanggan juga membutuhkan barang-barang lain yang melengkapi kebutuhan rumah tangga mereka.

Oleh karena itu, pemilik menambah produk seperti bumbu dapur, snack, minuman kemasan, produk kebersihan rumah, Es cekek, Es Krim dan berbagai kebutuhan lain yang sering dicari oleh pelanggan. Dengan menambah variasi ini, pelanggan bisa lebih mudah menemukan barang yang mereka butuhkan dalam satu tempat. Misalnya, pelanggan datang hanya untuk membeli beras, tetapi mereka juga bisa membeli minyak goreng, gula, atau bahkan peralatan rumah tangga kecil seperti sabun cuci atau ingin membelikan cemilan untuk anaknya. Dengan begitu, warungnya bisa menjadi pilihan utama untuk belanja kebutuhan sehari-hari.

Selain variasi produk, harga yang bersaing juga sangat penting. pemilik mencoba mencari pemasok atau distributor yang menawarkan harga terbaik agar saya bisa memberikan harga yang kompetitif kepada pelanggan. Tentu saja, tidak hanya mencari harga murah, tetapi juga memastikan kualitas barang tetap terjaga. Seringkali, pemilik membeli barang dalam jumlah besar untuk mendapatkan harga yang lebih murah dan kemudian menawarkan harga yang lebih bersaing bagi pelanggan. Selain itu, juga memberikan promo dan diskon tertentu pada barang-barang yang sedang banyak dicari atau menjelang hari raya. Misalnya, saya memberikan diskon pada produk-produk pokok seperti beras dan gula, atau memberikan potongan harga saat pembeli membeli dengan jumlah harga barang yang banyak. Ini membantu menarik perhatian pelanggan, terutama mereka yang sangat memperhatikan harga.

Pemilik juga mencoba membuat program loyalitas pelanggan. Pemilik sadar bahwa pelanggan yang sering datang dan berbelanja di warungnya, sebaiknya diberikan penghargaan sebagai bentuk terima kasih. Oleh karena itu, pemilik menawarkan potongan harga atau hadiah kecil setelah mereka berbelanja dengan jumlah tertentu. Misalnya, setelah mereka membeli barang dengan total tertentu saat bulan ramadhan, pemilik memberikan bonus berupa satu paket hampres lebaran. Program loyalitas ini tidak hanya membuat pelanggan merasa dihargai, tetapi juga mendorong mereka untuk lebih sering berbelanja di warungnya.

Selain itu, penataan barang di warung juga sangat diperhatikan. Barang-barang sembako seperti beras, gula, minyak goreng, dan tepung saya letakkan di tempat yang mudah dijangkau oleh pelanggan. Pemilik juga sering merotasi barang agar barang yang lebih lama lebih cepat terjual, menghindari barang kedaluwarsa. Rak dan etalase selalu dipastikan dalam kondisi bersih dan rapi, karena kebersihan juga menjadi daya tarik bagi pelanggan. Sebuah warung yang bersih dan tertata rapi akan memberi kesan positif dan membuat pelanggan merasa nyaman berbelanja di sana..

Tentu saja, mendengarkan masukan dari pelanggan juga sangat penting bagi pemilik. Setiap kali ada pelanggan yang memberikan kritik atau saran mengenai produk atau pelayanan, pemilik selalu berusaha menanggapi dengan baik. Misalnya, ada pelanggan yang bilang produk tertentu kurang bagus atau stok barang sering habis, pemilik langsung mencari solusi dan mencoba untuk memperbaikinya. Dengan mendengarkan pelanggan, pemilik bisa terus beradaptasi dan memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik.

Pada akhirnya, yang paling penting bagi pemilik adalah menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Pemilik percaya bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dalam meningkatkan penjualan. Pelanggan yang puas akan datang kembali, dan mereka juga akan merekomendasikan warungnya kepada orang lain. Dengan mengutamakan kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, serta keberagaman produk, pemilik yakin warungnya bisa berkembang dan terus menjadi pilihan utama bagi pelanggan yang membutuhkan sembako dan barang kebutuhan sehari-hari.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung sembako Cinta telah mengalami perkembangan yang signifikan sejak berdiri. Pada awalnya, usaha ini dimulai dengan modal sekitar Rp 5.000.000 dan hanya menjual produk sembako dasar. Namun, seiring berjalannya waktu dan meningkatnya jumlah pelanggan, pemilik warung berhasil memperluas variasi produk yang ditawarkan, termasuk bahan makanan, produk kebersihan, dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Sumber modal utama yang digunakan oleh pemilik warung adalah tabungan pribadi. Hal ini sejalan dengan praktik umum di kalangan pengusaha kecil, di mana mereka sering kali memulai usaha dengan modal dari tabungan pribadi sebelum mencari sumber pembiayaan lainnya. Pemilik telah melakukan perencanaan keuangan yang matang untuk memastikan penggunaan modal yang efisien dan menghindari risiko keuangan di masa depan. Tantangan utama yang dihadapi oleh pemilik warung adalah pengelolaan stok barang dengan modal terbatas. Keterbatasan modal membuat pemilik tidak dapat membeli barang dalam jumlah besar sekaligus, sehingga harus cermat dalam memilih produk yang akan dijual. Selain itu, fluktuasi harga sembako dan risiko barang kedaluwarsa juga menjadi tantangan yang signifikan. Untuk mengatasi masalah ini, pemilik menerapkan strategi pengelolaan stok yang lebih baik, termasuk rotasi barang dan pemantauan arus kas. Dalam hal peningkatan penjualan, pemilik warung menerapkan beberapa strategi, seperti meningkatkan kualitas pelayanan, menambah variasi produk, dan menawarkan harga yang kompetitif. Program

loyalitas pelanggan juga diperkenalkan untuk menarik pelanggan agar kembali berbelanja di warung. Dengan pendekatan ini, warung sembako Cinta berhasil mempertahankan pelanggan dan meningkatkan volume penjualan secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

3.1 Kesimpulan

Warung sembako Cinta yang dikelola oleh Nasti Hanafi Ali merupakan contoh nyata dari keberhasilan usaha kecil dan menengah di Indonesia. Meskipun menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, pengelolaan stok yang kurang optimal, dan persaingan dengan toko modern, warung ini berhasil bertahan dan berkembang berkat manajemen yang baik dan strategi yang efektif. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang terorganisir dan komitmen terhadap kualitas pelayanan, warung sembako dapat tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, saran bagi pemilik usaha kecil lainnya adalah untuk terus meningkatkan manajemen stok, memperhatikan kualitas produk, serta mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif. Melalui langkah-langkah ini, diharapkan usaha kecil dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

3.2 Saran

1. **Peningkatan Manajemen Stok dan Keuangan:** Menggunakan sistem pencatatan stok yang lebih modern, seperti pembukuan digital sederhana, akan membantu pemilik warung mengelola stok barang dengan lebih efisien, mengurangi risiko kehabisan barang, serta menjaga ketersediaan produk yang diminati konsumen.
2. **Pengembangan Strategi Pemasaran:** Pemilik warung bisa mempertimbangkan untuk melakukan promosi sederhana, seperti pemberian diskon pada produk tertentu atau penawaran harga khusus pada periode tertentu. Program loyalitas pelanggan juga bisa menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan.
3. **Penyediaan Produk yang Variatif:** Selain sembako, pemilik dapat menambahkan barang-barang lain yang sering dibutuhkan oleh pelanggan, seperti produk kebersihan, minuman, dan camilan. Keberagaman produk dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka di satu tempat.

4. **Peningkatan Kualitas Pelayanan:** Mempertahankan pelayanan yang ramah dan cepat dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini penting untuk menarik pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama tetap setia.
5. **Peningkatan Kebersihan dan Tata Letak Toko:** Tata letak yang rapi dan kebersihan warung akan membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan berkesan positif, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik warung bagi konsumen.

Dengan menjalankan strategi-strategi ini, warung sembako diharapkan dapat terus berkembang serta memberikan kontribusi lebih besar terhadap ekonomi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan Tahunan Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.