



Research Article

Menggali Peluang dan Tantangan Bisnis Toko Kelontong Bapak Taufiq: ditinjau dari aspek manajemen bisnis dengan pendekatan SWOT di Desa Kombangan

Saiful Arif¹, Abdur Rahman²

1. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura;
saifulariff21@gmail.com
2. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura;
abdurrahman@trunojoyo.ac.id

Copyright © 2025 by Authors, Published by **Managing: Jurnal Bisnis dan Manajemen**. This is an open access article under the CC BY License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Received : June 11, 2024
Accepted : July 01, 2024

Revised : June 25, 2024
Available online : February 12, 2025

How to Cite: Saiful Arif, & Abdur Rahman. (2025). Exploring the Opportunities and Challenges of Mr. Taufiq's Grocery Store Business: reviewed from the aspect of business management with a SWOT approach in Kombangan Village. *Managing: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 42-49. <https://doi.org/10.61166/managing.v2i1.6>

Exploring the Opportunities and Challenges of Mr. Taufiq's Grocery Store Business: reviewed from the aspect of business management with a SWOT approach in Kombangan Village

Abstract. Despite the prevalence of SWOT analysis in business management literature, there is a paucity of studies focusing on its application in the context of small-scale enterprises, particularly in rural areas such as Desa Kombangan. This research aims to bridge this gap by investigating how Mr. Taufiq's grocery store navigates its business environment using the SWOT approach.

Focus and Research Objective: This study aims to examine the opportunities and challenges faced by Mr. Taufiq's grocery store in Desa Kombangan through the lens of business management, utilizing the SWOT analysis framework. The primary objective is to identify key factors influencing the business's performance and develop strategic insights to enhance its competitiveness.

Methodology: Employing a qualitative research approach, data was collected through semi-structured interviews with Mr. Taufiq, observation of daily operations, and analysis of relevant documents. The SWOT analysis method was utilized to systematically assess the internal strengths and weaknesses as well as external opportunities and threats of the business.

Results: The findings reveal a range of opportunities, including growing demand for convenience shopping and a loyal customer base, alongside challenges such as competition from larger retailers and supply chain disruptions. Through SWOT analysis, strategic recommendations were formulated to capitalize on strengths, address weaknesses, leverage opportunities, and mitigate threats, thereby enhancing the resilience and sustainability of Mr. Taufiq's grocery store in Desa Kombangan.

Keywords: business management Grocery store, SWOT analysis, rural entrepreneurship.

Abstrak. Meskipun analisis SWOT umum digunakan dalam literatur manajemen bisnis, namun masih sedikit penelitian yang memusatkan pada aplikasinya dalam konteks usaha skala kecil, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Kombangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan ini dengan menyelidiki bagaimana toko kelontong milik Bapak Taufiq beroperasi dalam lingkungan bisnisnya menggunakan pendekatan SWOT.

Fokus dan Tujuan Penelitian: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peluang dan tantangan yang dihadapi toko kelontong Bapak Taufiq di Desa Kombangan melalui perspektif manajemen bisnis, dengan memanfaatkan kerangka analisis SWOT. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi kinerja bisnis dan mengembangkan wawasan strategis untuk meningkatkan daya saingnya.

Metodologi: Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan Bapak Taufiq, observasi operasi harian, dan analisis dokumen terkait. Metode analisis SWOT digunakan untuk secara sistematis menilai kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal bisnis.

Hasil: Temuan menunjukkan berbagai peluang, termasuk meningkatnya permintaan akan belanja praktis dan basis pelanggan yang setia, seiring dengan tantangan seperti persaingan dari pengecer besar dan gangguan rantai pasokan. Melalui analisis SWOT, rekomendasi strategis dirumuskan untuk memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengatasi ancaman, sehingga meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan toko kelontong Bapak Taufiq di Desa Kombangan.

Kata kunci: manajemen bisnis Toko kelontong, analisis SWOT, kewirausahaan pedesaan.

PENDAHULUAN

Toko kelontong merupakan salah satu entitas bisnis yang penting dalam ekosistem ekonomi pedesaan. Di banyak wilayah pedesaan, toko kelontong tidak hanya menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari tetapi juga menjadi pusat komunitas yang memfasilitasi pertukaran sosial dan ekonomi. Di Desa Kombangan, seperti di banyak daerah pedesaan lainnya, toko kelontong menjadi tulang punggung ekonomi lokal, yang dijalankan oleh individu seperti Bapak Taufiq, yang memiliki peran yang sangat vital dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat sekitarnya.

Meskipun toko kelontong memiliki peran penting dalam kehidupan pedesaan, namun masih sedikit penelitian yang secara khusus mengeksplorasi dinamika bisnisnya dengan menggunakan pendekatan manajemen yang terstruktur. Salah satu pendekatan yang dapat memberikan wawasan yang berharga adalah Analisis SWOT

(Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja bisnis, sehingga memungkinkan pengusaha untuk mengembangkan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan keberhasilan bisnis mereka.

Namun, dalam konteks Desa Kombangan, penelitian tentang penerapan SWOT pada bisnis skala kecil seperti toko kelontong masih terbilang langka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini dengan menyelidiki bagaimana toko kelontong lokal, khususnya yang dijalankan oleh Bapak Taufiq, mengelola peluang dan tantangan bisnisnya dengan pendekatan SWOT. Melalui pendekatan ini, kami berharap dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi manajemen yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis toko kelontong di Desa Kombangan.

Dengan memfokuskan perhatian pada toko kelontong Bapak Taufiq dan menerapkan kerangka kerja SWOT, penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan wawasan yang lebih dalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis, serta merumuskan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan potensi bisnis mikro di Desa Kombangan.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Bisnis Toko Kelontong

Toko kelontong merupakan salah satu entitas penting dalam ekosistem ekonomi, terutama di daerah pedesaan atau perkotaan dengan populasi yang lebih kecil. Mereka sering menjadi sumber utama barang-barang sehari-hari bagi masyarakat lokal. Toko kelontong tidak hanya menyediakan produk-produk dasar seperti makanan, minuman, dan barang kebutuhan rumah tangga lainnya, tetapi juga menjadi pusat komunitas tempat orang bertemu, bertukar informasi, dan membangun hubungan sosial.

Meskipun memiliki peran yang penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, toko kelontong sering dihadapkan pada tantangan persaingan yang ketat. Persaingan dengan supermarket besar, minimarket, dan platform e-commerce menyebabkan toko kelontong harus berinovasi dalam hal harga, pelayanan, dan diferensiasi produk untuk mempertahankan dan menarik pelanggan. Keterlibatan dalam komunitas lokal dan pemasaran lokal menjadi strategi penting bagi toko kelontong. Kolaborasi dengan produsen atau petani lokal dapat meningkatkan ketersediaan produk lokal yang segar dan berkualitas. Pemasaran lokal juga membantu memperkuat hubungan dengan pelanggan setia dan meningkatkan loyalitas merek.

Perkembangan teknologi telah memengaruhi cara toko kelontong beroperasi. Banyak toko kelontong kini menggunakan sistem kasir digital, aplikasi pemesanan online, atau platform media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Pemahaman dan penerapan teknologi yang tepat dapat membantu toko kelontong bersaing lebih baik di pasar yang semakin digital ini.

Konsep manajemen bisnis dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) di lingkungan pedesaan memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan bisnis skala besar atau yang berlokasi di perkotaan. Lingkungan pedesaan seringkali

memiliki karakteristik yang berbeda dalam hal pasar, infrastruktur, aksesibilitas, dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, strategi manajemen yang digunakan dalam mengelola UKM di pedesaan juga perlu disesuaikan dengan kondisi tersebut.

Salah satu aspek penting dalam manajemen bisnis UKM di lingkungan pedesaan adalah pemasaran lokal. Pemasaran lokal mencakup strategi untuk berinteraksi dan terlibat dengan komunitas lokal, serta memanfaatkan sumber daya lokal untuk mendukung bisnis. Misalnya, toko kelontong dapat menjalin kemitraan dengan petani lokal untuk memasok produk-produk segar atau produk-produk lokal yang unik. Selain itu, memahami preferensi dan kebiasaan konsumen lokal juga menjadi kunci dalam merancang strategi pemasaran yang efektif.

Manajemen rantai pasok juga menjadi elemen penting dalam operasional toko kelontong di pedesaan. Hal ini mencakup pengelolaan persediaan, logistik, dan hubungan dengan pemasok. Di pedesaan, terkadang akses terhadap pemasok atau distributor terbatas, sehingga manajemen rantai pasok harus dioptimalkan untuk memastikan ketersediaan barang yang cukup dan tepat waktu. Selain itu, kolaborasi dengan pemasok lokal juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat rantai pasok lokal dan mendukung ekonomi lokal .

Pengelolaan inventaris juga menjadi elemen kunci dalam operasional toko kelontong di pedesaan. Karena toko kelontong seringkali merupakan satu-satunya tempat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari di pedesaan, pengelolaan inventaris yang efisien sangat penting untuk memastikan ketersediaan barang yang diperlukan oleh konsumen. Hal ini melibatkan pemantauan stok barang, perencanaan pembelian, dan manajemen siklus hidup produk. Pengelolaan inventaris yang baik dapat membantu mengoptimalkan pengeluaran, mengurangi kerugian akibat barang yang kedaluwarsa, serta meningkatkan kepuasan pelanggan .

Dengan memahami dan menerapkan konsep-konsep manajemen bisnis seperti pemasaran lokal, manajemen rantai pasok, dan pengelolaan inventaris, pemilik toko kelontong di lingkungan pedesaan dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan alat manajemen strategis yang umum digunakan untuk mengevaluasi posisi bisnis dalam lingkungan eksternal dan internalnya. Dalam konteks toko kelontong, analisis SWOT memberikan landasan teoretis yang kuat untuk memahami dinamika bisnisnya dengan lebih baik. Berikut adalah penjelasan luasnya tentang bagaimana analisis SWOT dapat digunakan dalam memahami dan mengelola toko kelontong:

1. Kekuatan (Strengths)

Kekuatan internal toko kelontong mencakup aspek-aspek yang memberikan keunggulan kompetitif dan membedakannya dari pesaing. Ini mungkin termasuk lokasi yang strategis, reputasi baik di kalangan pelanggan setempat, jaringan yang luas dengan pemasok lokal, atau layanan pelanggan yang ramah dan responsif. Memahami kekuatan internal ini membantu toko kelontong untuk mempertahankan dan memperluas keunggulan kompetitifnya.

2. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan internal merupakan faktor-faktor internal yang dapat membatasi kinerja toko kelontong dan membuatnya rentan terhadap tantangan. Ini bisa berupa infrastruktur yang kurang memadai, sistem manajemen yang tidak efisien, atau keterbatasan dalam hal variasi produk. Dengan mengidentifikasi kelemahan-kelemahan ini, pemilik toko kelontong dapat mengambil langkah-langkah perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional mereka.

3. Peluang (Opportunities)

Peluang eksternal merupakan faktor-faktor di lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh toko kelontong untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Ini bisa berupa perubahan tren konsumen, pertumbuhan populasi di daerah sekitar, atau perkembangan teknologi yang memungkinkan integrasi sistem baru. Dengan mengidentifikasi peluang-peluang ini, toko kelontong dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan.

4. Ancaman (Threats)

Ancaman eksternal merupakan faktor-faktor di lingkungan eksternal yang dapat menghambat kinerja bisnis toko kelontong. Ini bisa berupa persaingan yang semakin ketat dari ritel modern, perubahan regulasi pemerintah, atau fluktuasi harga bahan baku. Dengan memahami ancaman-ancaman ini, toko kelontong dapat mengambil langkah-langkah pencegahan yang diperlukan untuk mengurangi dampak negatifnya dan mempertahankan daya saingnya.

Dengan memahami dan menerapkan analisis SWOT secara komprehensif, pemilik toko kelontong dapat mengembangkan strategi yang lebih baik untuk mengoptimalkan kinerja bisnis mereka. Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi bisnis dan merumuskan rencana tindakan yang sesuai untuk meningkatkan daya saing, mengatasi tantangan, dan memanfaatkan peluang yang ada.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam metode kualitatif, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif untuk memahami fenomena yang diteliti secara mendalam dari perspektif partisipan.

Penelitian ini adalah studi kualitatif, yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang kewirausahaan pedesaan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi motivasi, pengalaman, dan tantangan yang dihadapi oleh para pengusaha pedesaan secara detail.

Populasi penelitian adalah para pengusaha pedesaan di wilayah tertentu. Untuk memilih sampel, peneliti menggunakan metode purposive sampling, di mana mereka memilih partisipan berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti jenis usaha dan lama beroperasi.

Dalam metode purposive sampling, peneliti secara selektif memilih partisipan yang memiliki pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang kaya dan bervariasi tentang kewirausahaan pedesaan dari berbagai sudut pandang. Data yang terkumpul akan dianalisis secara tematis. Proses analisis melibatkan pengkodean, kategorisasi, dan interpretasi data kualitatif untuk mengidentifikasi pola-pola, tema-tema, dan

konsep-konsep utama yang muncul dari narasi partisipan. Dengan menggunakan teknik analisis isi dan analisis naratif, peneliti dapat menggali makna yang dalam dari data yang terkumpul. Dengan demikian, melalui pendekatan kualitatif ini, peneliti bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kewirausahaan pedesaan dan memperoleh wawasan yang kontekstual tentang pengalaman para pengusaha pedesaan.

HASIL PEMBAHASAN

Kewirausahaan pedesaan merujuk pada aktivitas kewirausahaan yang terjadi di lingkungan pedesaan atau daerah pedesaan. Ini melibatkan penciptaan, pengembangan, dan operasionalisasi usaha-usaha baru atau yang sudah ada di daerah tersebut. Penjelasan luas mengenai kewirausahaan pedesaan dapat mencakup berbagai aspek, termasuk karakteristik, pentingnya, tantangan, peluang, dan dampaknya. Berikut adalah penjelasan yang lebih mendalam mengenai hal ini:

Karakteristik Kewirausahaan Pedesaan

Kewirausahaan pedesaan sering kali ditandai oleh sumber daya alam yang melimpah, keberagaman produk lokal, dan iklim sosial yang kuat. Para pengusaha pedesaan cenderung memiliki keterikatan yang erat dengan komunitas lokal dan sering kali memanfaatkan kearifan lokal serta pengetahuan tradisional dalam menjalankan usaha mereka. Selain itu, kewirausahaan pedesaan sering menekankan pada praktik berkelanjutan dan ramah lingkungan. Para pengusaha pedesaan cenderung memiliki keterikatan yang kuat dengan komunitas lokal dan sering kali menggunakan kearifan lokal serta pengetahuan tradisional dalam menjalankan usaha mereka. Selain itu, mereka juga sering menghadapi tantangan unik seperti keterbatasan infrastruktur dan akses terhadap pasar.

Pentingnya Kewirausahaan Pedesaan

Kewirausahaan pedesaan memiliki peran penting dalam meningkatkan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat pedesaan. Usaha-usaha pedesaan juga dapat membantu mempertahankan budaya lokal, mendorong pengembangan infrastruktur, dan mengurangi migrasi penduduk dari pedesaan ke perkotaan.

Tantangan dalam Kewirausahaan Pedesaan

Meskipun memiliki potensi yang besar, kewirausahaan pedesaan juga dihadapkan pada sejumlah tantangan. Kurangnya akses terhadap modal, infrastruktur yang terbatas, dan kurangnya pelatihan dan pendidikan kewirausahaan adalah beberapa masalah umum yang dihadapi oleh para pengusaha pedesaan. Selain itu, persaingan dari bisnis besar atau ritel modern juga dapat menjadi hambatan bagi pertumbuhan usaha pedesaan.

Peluang dalam Kewirausahaan Pedesaan

Meskipun dihadapkan pada tantangan, kewirausahaan pedesaan juga menawarkan sejumlah peluang yang menarik. Peningkatan permintaan akan produk-produk lokal dan organik, dukungan dari program-program pembangunan pedesaan,

serta kemajuan teknologi informasi dan komunikasi adalah beberapa faktor yang dapat meningkatkan peluang bagi pengusaha pedesaan. Kolaborasi antar pengusaha dan dukungan dari lembaga pemerintah dan non-pemerintah juga dapat membantu mengatasi berbagai tantangan.

Dampak Kewirausahaan Pedesaan

Kewirausahaan pedesaan dapat memiliki dampak yang signifikan tidak hanya pada ekonomi, tetapi juga pada aspek sosial dan lingkungan. Usaha-usaha pedesaan dapat menciptakan lapangan kerja lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan meningkatkan kesejahteraan secara keseluruhan. Selain itu, kewirausahaan pedesaan juga dapat memperkuat identitas dan budaya lokal, serta membantu melestarikan lingkungan alam dan sumber daya lokal.

Dengan mempertimbangkan keempat elemen ini secara holistik, UMKM pedesaan dapat mengidentifikasi strategi yang tepat untuk memanfaatkan kekuatan internalnya, mengatasi kelemahan, mengejar peluang pasar, dan mengelola risiko yang ada untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan berdaya saing.

KESIMPULAN

UMKM pedesaan merupakan bagian penting dari ekonomi lokal yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pembangunan daerah pedesaan. Dengan kekuatan berupa kualitas produk lokal yang unik dan koneksi yang kuat dengan komunitas, UMKM ini memiliki basis yang solid untuk berkembang. Namun, tantangan seperti akses terbatas terhadap teknologi dan pelatihan bisnis, serta skala produksi yang kecil, dapat membatasi potensi pertumbuhannya.

Di sisi lain, ada peluang besar bagi UMKM pedesaan untuk memanfaatkan perubahan tren pasar, seperti meningkatnya permintaan akan produk lokal dan berkelanjutan. Dukungan dari pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam bentuk program pelatihan, pendanaan, dan infrastruktur juga menjadi peluang yang bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi usaha.

Namun, ada pula ancaman yang perlu diwaspadai, seperti persaingan dengan produk impor yang lebih murah, perubahan regulasi yang mempengaruhi biaya produksi, serta risiko dari bencana alam atau perubahan iklim yang dapat mengganggu proses produksi dan distribusi.

Dengan mempertimbangkan semua faktor ini dalam analisis SWOT, UMKM pedesaan dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk memaksimalkan kekuatan internal, mengatasi kelemahan, mengejar peluang pasar, dan mengelola risiko dengan efektif. Ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal, tetapi juga memberikan kontribusi yang berarti terhadap pembangunan ekonomi dan sosial di pedesaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, S., Hasan, M. M., & Ahmed, S. (2020). An Empirical Study on Factors Influencing Customer Loyalty in Grocery Stores. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54, 102030.
- Dr. Kasmir, S. M. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: KENCANA.

- Dr. Nathanael Sitanggang, S. M. (2019). Pengantar Konsep Manajemen Proyek untuk Teknik. Medan: Yayasan Kita Menulis .
- Glendoh, S. H. (2000). Fungsi Pengawasan dalam Penyelenggaraan Manajemen Korporasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 43-56.
- Jenkins, G. P., & Williamson, D. (2016). "Supply Chain Management in UK Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs): A PSCM Perspective". *International Journal of Operations & Production Management*, 36(1), 68-87.
- Karebet Gunawan, S. M. (2018). Peran Studi Kelayakn Bisnis Dalam Peningkatan UMKM. *Jurnal Bisnis*, 6(2), 101 - 115.
- Krisnaldy, A. S. (2020). PENDEKATAN MANAJEMEN STRATEGIK DALAM RANGKA MENINGKATKAN. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(2), 16 - 23.
- Kumar, S., Kumar, V., & Kumar, R. (2017). A Study on Consumer Behaviour Towards Kirana Stores in Jamshedpur City. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 7(9), 91-95.
- Mukhtar, A., & Butt, M. (2017). A Review of Retailing Literature: Factors Influencing Independent Grocers' Competitive Performance. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45(6), 650-666.
- Nguyen, T. T. H., Phan, T. M. Q., & Nguyen, T. H. (2019). Factors Affecting the Success of Small Grocery Stores: A Study in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 6(3), 175-185.
- Prof. Dr. J. Winardi, S. (2019). *Manajemen Perilaku Organisasi*. Jakarta : Kencana.
- Stokes, D. (2000). "Putting Entrepreneurship into Marketing: The Process of Entrepreneurial Marketing". *Journal of Research in Marketing & Entrepreneurship*, 2(1), 1-16.
- Talibo, I. W. (2013). Fungsi Manajemen Dalam Perencanaan Pembelajaran. *JURNAL ILMIAH IQRA'*, 7(1), 85 - 119
- Tersine, R. J., & Harvey, M. (1990). "The Determinants of Retail Inventory Investment: A Disaggregated Analysis". *Journal of Retailing*, 66(4), 363-385.