

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA TOKO BANGUNAN KYLEA BERKAH DESA PANDAN JAYA TANJUNG JABUNG TIMUR

Dani Purnawan¹, Kurniawan², Sayida Khoiratun Nisak³

Institut Islam Al Mujaddid Sabak

danipurnawan2345@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan dan peningkatan daya saing pada Toko Bangunan Kylea Berkah di Desa Pandan Jaya. Pendekatan penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama yang dilakukan mencakup perbaikan sistem administrasi, optimalisasi pemasaran digital, diversifikasi produk, serta penguatan pelayanan pelanggan. Selain itu, toko juga menerapkan kerja sama dengan pemasok, pemberdayaan tenaga kerja lokal, dan strategi harga yang fleksibel sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi pasar. Penerapan strategi-strategi tersebut mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat loyalitas pelanggan. Faktor internal seperti komitmen pemilik dan kedisiplinan kerja, serta faktor eksternal seperti dukungan masyarakat dan ketersediaan bahan bangunan, menjadi penopang utama keberhasilan strategi ini. Secara keseluruhan, pengembangan usaha yang dilakukan menunjukkan potensi besar bagi Toko Kylea Berkah untuk menjadi usaha yang kompetitif dan berkelanjutan di sektor bahan bangunan skala lokal.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan, Daya Saing Usaha, Pemasaran Digital, Diversifikasi Produk, Usaha Mikro.*

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di tingkat lokal maupun nasional. Di tengah dinamika ekonomi global yang semakin kompetitif, sektor UMKM menjadi tulang punggung dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi angka pengangguran, dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Salah satu jenis UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang adalah usaha toko bangunan. Jenis usaha ini berperan penting dalam mendukung kegiatan pembangunan fisik masyarakat, baik untuk keperluan rumah tangga maupun proyek skala kecil. Dengan meningkatnya kebutuhan bahan bangunan di wilayah pedesaan, potensi pengembangan usaha toko bangunan menjadi semakin relevan untuk dikaji (Pasek, 2023).

Toko Bangunan Kylea Berkah yang berlokasi di Desa Pandan Jaya, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur, merupakan salah satu contoh usaha lokal yang berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan material bangunan. Usaha ini didirikan oleh warga setempat dengan modal terbatas, namun telah mampu bertahan di tengah persaingan bisnis yang cukup ketat. Dalam beberapa tahun terakhir, toko ini mengalami perkembangan dari segi jumlah pelanggan dan variasi produk yang dijual. Meski demikian, pengelolaan usaha masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, manajemen pemasaran yang belum optimal, dan keterbatasan akses terhadap

teknologi informasi (Susilowati et.al, 2024). Kondisi ini menjadi dasar perlunya strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Perkembangan usaha toko bangunan di daerah pedesaan seperti Pandan Jaya sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi manajemen keuangan, kemampuan sumber daya manusia, serta pengelolaan stok barang. Sementara faktor eksternal mencakup kondisi ekonomi daerah, daya beli masyarakat, serta tingkat persaingan antar toko bangunan di wilayah sekitar. Jika toko tidak mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen, maka keberlangsungan usahanya dapat terancam. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan daya saing sekaligus memperkuat posisi usaha di pasar lokal.

Dalam konteks bisnis modern, strategi pengembangan usaha tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada aspek efisiensi operasional dan inovasi pelayanan. Penggunaan teknologi digital, misalnya, dapat membantu usaha kecil dalam memperluas jangkauan pasar dan memperbaiki sistem pengelolaan stok (Atthoriq et.al, 2024). Namun, tantangan utama bagi UMKM di pedesaan adalah rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur teknologi. Hal ini juga dialami oleh Toko Bangunan Kylea Berkah yang masih menjalankan sistem transaksi dan pembukuan secara manual.

Selain faktor manajerial, hubungan sosial dengan pelanggan juga menjadi aspek penting dalam pengembangan usaha toko bangunan. Kepercayaan dan loyalitas pelanggan merupakan modal utama yang menentukan keberhasilan suatu usaha lokal. Di Desa Pandan Jaya, masyarakat cenderung memilih toko bangunan yang memiliki pelayanan ramah, harga bersaing, dan ketersediaan barang yang lengkap. Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha perlu mempertimbangkan pendekatan sosial yang sesuai dengan karakter masyarakat setempat. Dengan menjaga hubungan baik dan komunikasi yang intensif dengan pelanggan, Toko Kylea Berkah dapat memperkuat citra dan memperluas basis konsumennya.

Strategi pengembangan usaha juga perlu memperhatikan aspek pemasaran yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen. Masyarakat saat ini semakin selektif dalam memilih produk, baik dari segi kualitas maupun harga. Pemasaran konvensional yang hanya mengandalkan penjualan langsung di toko perlu dilengkapi dengan promosi digital seperti penggunaan media sosial atau marketplace lokal. Melalui strategi tersebut, Toko Kylea Berkah dapat memperkenalkan produknya secara lebih luas dan menarik minat pelanggan baru. Inovasi dalam pemasaran menjadi kunci untuk bertahan di era kompetisi yang semakin terbuka (Fitriani & Soleha, 2024).

Dari sisi keuangan, banyak UMKM di sektor bahan bangunan yang belum memiliki pencatatan keuangan yang baik. Kondisi ini juga terjadi di Toko Kylea Berkah, di mana manajemen keuangan masih dilakukan secara sederhana tanpa laporan yang sistematis. Hal ini menyulitkan pemilik usaha dalam memantau keuntungan, arus kas, dan efektivitas penggunaan modal. Oleh karena itu, pengembangan usaha harus mencakup perbaikan sistem administrasi keuangan dengan cara sederhana namun teratur. Dengan pencatatan keuangan yang baik, pemilik dapat membuat keputusan bisnis yang lebih rasional dan terukur.

Di sisi lain, faktor sumber daya manusia (SDM) juga sangat menentukan keberhasilan pengembangan usaha. Kemampuan karyawan dalam melayani pelanggan, mengelola stok barang, serta menjaga hubungan kerja yang harmonis berpengaruh langsung terhadap produktivitas toko. Pelatihan dasar tentang pelayanan pelanggan, manajemen stok, dan penggunaan teknologi sederhana perlu diberikan untuk meningkatkan kapasitas SDM. Dalam konteks Toko Kylea Berkah, peningkatan kompetensi karyawan akan memperkuat kinerja operasional dan mendorong efisiensi pelayanan kepada masyarakat.

Faktor eksternal seperti dukungan pemerintah daerah juga berperan penting dalam mendukung pengembangan UMKM. Pemerintah Kabupaten Tanjung Jabung Timur melalui Dinas Koperasi dan UMKM telah menyediakan berbagai program pelatihan, bantuan modal, dan pendampingan usaha. Namun, partisipasi pelaku usaha kecil masih terbatas karena kurangnya informasi dan pendampingan berkelanjutan (Beni, 2021). Toko Kylea Berkah dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperluas jaringan usaha dan mendapatkan akses terhadap sumber pembiayaan formal. Kolaborasi antara pelaku usaha dan pemerintah menjadi langkah strategis dalam memperkuat ekosistem UMKM di daerah pedesaan.

Selain faktor dukungan eksternal, pengembangan usaha juga membutuhkan perencanaan jangka panjang yang disusun secara realistis. Pemilik Toko Kylea Berkah perlu menyusun rencana bisnis yang mencakup analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Dengan pendekatan ini, strategi pengembangan dapat disesuaikan dengan kondisi riil usaha dan lingkungan pasar. Perencanaan yang matang juga membantu toko dalam menghadapi risiko usaha, seperti fluktuasi harga bahan bangunan atau perubahan daya beli masyarakat.

Dalam konteks sosial-ekonomi, keberadaan Toko Kylea Berkah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Toko ini membuka peluang kerja bagi warga lokal dan mendukung kegiatan pembangunan di Desa Pandan Jaya. Dengan memperkuat strategi pengembangan usaha, kontribusi toko terhadap perekonomian lokal dapat meningkat secara signifikan. Peningkatan kapasitas usaha juga akan menciptakan efek berganda (multiplier effect) bagi sektor lain, seperti transportasi dan jasa tukang bangunan di wilayah tersebut.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor di atas, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha yang tepat bagi Toko Bangunan Kylea Berkah di Desa Pandan Jaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi eksisting usaha, mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangannya, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM lain di sektor yang sama. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekonomi lokal berbasis usaha kecil dan menengah (Badi'ati & Zulistini, 2023).

Secara keseluruhan, pentingnya penelitian ini terletak pada upaya mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa melalui penguatan usaha lokal yang berkelanjutan. Toko Bangunan Kylea Berkah merupakan representasi nyata dari potensi ekonomi masyarakat Pandan Jaya yang perlu terus dikembangkan. Dengan strategi pengembangan yang tepat, toko ini tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga berkembang menjadi usaha yang mampu bersaing dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih luas. Melalui penelitian ini diharapkan muncul kesadaran bahwa pengembangan UMKM bukan hanya tentang bisnis, tetapi juga tentang pembangunan sosial dan pemberdayaan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam kondisi nyata serta strategi pengembangan usaha pada Toko Bangunan Kylea Berkah di Desa Pandan Jaya, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha, serta langkah-langkah strategis yang telah atau dapat diterapkan oleh pemilik toko. Data dikumpulkan melalui teknik observasi langsung terhadap kegiatan operasional toko, wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan, serta dokumentasi berupa catatan keuangan sederhana, foto kegiatan usaha, dan arsip penjualan. Penggunaan metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dinamika usaha secara kontekstual dan realistis berdasarkan pengalaman lapangan.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyeleksi informasi yang relevan terkait kondisi usaha dan strategi pengembangannya. Data yang telah disederhanakan kemudian disajikan dalam bentuk uraian deskriptif untuk memudahkan interpretasi hasil temuan. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara mengaitkan hasil observasi dan wawancara dengan teori-teori strategi pengembangan usaha, manajemen UMKM, serta faktor keberlanjutan bisnis. Melalui proses ini, penelitian diharapkan dapat menghasilkan gambaran komprehensif tentang upaya pengembangan yang efektif bagi Toko Bangunan Kylea Berkah sekaligus memberikan rekomendasi praktis yang aplikatif bagi pelaku UMKM di daerah pedesaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Awal dan Profil Usaha Toko Bangunan Kylea Berkah

Toko Bangunan **Kylea Berkah** merupakan salah satu unit usaha kecil yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat Desa Pandan Jaya, Kecamatan Geragai, Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Usaha ini berfokus pada penjualan berbagai bahan bangunan seperti semen, cat, paku, peralatan listrik, hingga perlengkapan rumah tangga. Kehadiran toko ini menjadi bagian penting dari roda perekonomian desa karena menyediakan kebutuhan konstruksi bagi masyarakat setempat. Lokasi toko yang strategis di tepi jalan utama desa menjadikannya mudah diakses oleh warga sekitar dan pelanggan dari desa tetangga (Rohmah & Darajat, 2024).

Toko Kylea Berkah berdiri atas inisiatif pemilik yang melihat peluang bisnis di tengah meningkatnya pembangunan rumah dan infrastruktur desa. Berawal dari modal terbatas, usaha ini dikelola secara mandiri oleh pemilik bersama keluarga. Sistem pengelolaan yang digunakan masih sederhana, baik dalam hal pencatatan keuangan, pengaturan stok, maupun strategi penjualan. Meskipun demikian, komitmen dan kedisiplinan pemilik menjadi faktor utama dalam menjaga kelangsungan usaha ini hingga sekarang.



Gambar 1

Berkunjung dengan Pemilik Toko

Dari hasil observasi lapangan, terlihat bahwa toko ini memiliki lingkungan usaha yang cukup padat dengan berbagai barang dagangan tertata di rak dan etalase. Produk-produk seperti semen, cat, lem, dan alat pertukangan tersusun rapi, menunjukkan tingginya variasi barang yang ditawarkan. Namun, tata letak toko masih belum sepenuhnya efisien karena ruang penyimpanan yang terbatas. Kondisi tersebut sering menyebabkan kesulitan dalam pengelolaan stok dan penataan ulang barang ketika permintaan meningkat.

Secara operasional, toko ini masih mengandalkan metode manual untuk mengatur transaksi dan stok barang. Pencatatan penjualan dan pembelian dilakukan dengan menggunakan buku tulis, tanpa bantuan sistem digital. Hal ini menimbulkan tantangan dalam hal akurasi dan efisiensi pencatatan, terutama ketika volume transaksi meningkat. Namun, pemilik menunjukkan ketelitian yang tinggi dalam mencatat setiap transaksi sehingga kesalahan dapat diminimalkan (Cahyo et.al, 2023).

Dari sisi sumber daya manusia, pengelolaan toko masih dilakukan secara kekeluargaan. Pemilik bertindak langsung sebagai pengelola utama yang menangani transaksi, mengatur stok, dan melayani pelanggan. Beberapa anggota keluarga atau pekerja lokal membantu dalam bongkar muat barang dan pengantaran pesanan. Meskipun sederhana, sistem kerja seperti ini menunjukkan nilai gotong royong dan rasa tanggung jawab bersama yang menjadi karakteristik khas usaha kecil di pedesaan.

Pelayanan pelanggan menjadi salah satu keunggulan utama toko Kylea Berkah. Pemilik berupaya membangun hubungan baik dengan pelanggan melalui pendekatan yang ramah dan fleksibel. Beberapa pelanggan tetap bahkan diberikan kemudahan pembayaran secara kredit sebagai bentuk kepercayaan. Pendekatan personal seperti ini menumbuhkan loyalitas pelanggan dan membantu menjaga stabilitas pendapatan toko meskipun kondisi ekonomi masyarakat fluktuatif (Sukarno & Ahsan, 2021).

Dari segi ketersediaan produk, toko ini berusaha menyediakan berbagai jenis bahan bangunan sesuai kebutuhan pasar lokal. Barang-barang yang dijual diperoleh dari distributor di kota Jambi dan sekitarnya. Namun, fluktuasi harga dari pemasok sering menjadi tantangan bagi pemilik toko karena berdampak pada harga jual ke pelanggan. Untuk mengatasinya, pemilik biasanya menyesuaikan harga secara bertahap agar tetap kompetitif tanpa mengurangi keuntungan secara signifikan.



Gambar 2

Macam-macam kebutuhan pokok

Selain menyediakan kebutuhan bangunan, toko Kylea Berkah juga menjadi tempat konsultasi informal bagi masyarakat yang ingin membangun atau merenovasi rumah. Pemilik kerap memberikan saran terkait pemilihan bahan bangunan yang tepat dan hemat biaya. Hubungan sosial yang terjalin dengan pelanggan membuat toko ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat jual beli, tetapi juga sebagai mitra masyarakat dalam kegiatan pembangunan.

Dari sisi keuangan, sistem pencatatan masih dilakukan secara manual tanpa pemisahan antara uang pribadi dan uang usaha. Hal ini sering menyulitkan pemilik untuk mengetahui kondisi keuangan usaha secara akurat. Meskipun demikian, kesadaran akan pentingnya pembukuan mulai tumbuh setelah adanya pendampingan dan edukasi dari pihak kampus atau lembaga terkait. Penerapan sistem pencatatan sederhana menjadi langkah awal menuju tata kelola keuangan yang lebih baik.

Kondisi fisik toko menunjukkan bahwa ruang usaha masih terbatas, sehingga perlu penataan ulang agar sirkulasi pelanggan lebih nyaman. Beberapa rak dan tumpukan barang terlihat penuh, menandakan tingginya aktivitas penjualan, tetapi juga kurangnya sistem inventaris yang tertata. Dengan tata ruang yang lebih efisien, toko ini berpotensi meningkatkan daya tarik visual dan kenyamanan pelanggan dalam berbelanja.

Dari segi tantangan, toko Kylea Berkah menghadapi beberapa kendala seperti keterbatasan modal kerja, keterlambatan pasokan barang, serta minimnya promosi digital. Di era modern seperti sekarang, penggunaan media sosial atau platform online masih belum dimanfaatkan secara optimal. Padahal, strategi digital dapat memperluas jangkauan pasar hingga ke luar desa (Ardiansyah, 2018). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas digital dan manajerial menjadi hal yang penting untuk dikembangkan.

Secara keseluruhan, Toko Bangunan Kylea Berkah memiliki potensi besar untuk terus berkembang apabila didukung dengan strategi pengelolaan yang lebih modern dan terarah. Usaha ini sudah memiliki reputasi baik di masyarakat, memiliki pelanggan tetap, serta komitmen pemilik yang tinggi terhadap kemajuan usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan, diharapkan toko ini dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jaringan pemasaran, dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat sekitar.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Usaha

Analisis faktor internal dan eksternal merupakan langkah penting dalam memahami posisi usaha serta arah strategi pengembangannya. Pada Toko Bangunan Kylea Berkah, kedua faktor ini berperan besar dalam menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi di lingkungan usaha. Melalui pendekatan analisis ini, pemilik toko dapat mengidentifikasi potensi yang perlu dimaksimalkan serta kendala yang harus diatasi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Dari sisi faktor internal, kekuatan utama toko Kylea Berkah terletak pada kualitas hubungan dengan pelanggan. Pemilik toko dikenal memiliki reputasi baik karena sikap ramah, jujur, dan memberikan pelayanan cepat serta solutif. Hubungan sosial yang kuat dengan masyarakat sekitar menjadi modal penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Selain itu, lokasi toko yang strategis di jalan utama desa memudahkan akses pembeli dari berbagai wilayah, sehingga mendukung peningkatan penjualan secara konsisten (Defaz, 2025).

Modal pengalaman juga menjadi salah satu kekuatan internal yang berpengaruh besar. Pemilik toko telah menjalankan usaha ini selama beberapa tahun, sehingga memiliki pemahaman yang mendalam terhadap pola permintaan pasar lokal. Pengalaman ini membantu pemilik menyesuaikan stok barang dengan kebutuhan pelanggan di setiap musim, seperti meningkatnya penjualan semen dan cat saat musim pembangunan rumah. Hal ini menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap dinamika pasar. Dari sisi kelemahan internal, pengelolaan administrasi dan keuangan masih menjadi kendala utama. Sistem pencatatan manual sering menimbulkan ketidakakuratan data, terutama dalam hal penghitungan stok dan laba bersih. Selain itu, belum adanya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan usaha menjadikan proses evaluasi bisnis sulit dilakukan secara

objektif. Kelemahan ini juga berdampak pada keterbatasan pemilik untuk mengakses bantuan modal dari lembaga keuangan formal (Kineta, 2024).

Faktor internal lainnya yang masih perlu diperbaiki adalah aspek manajemen pemasaran. Promosi yang dilakukan selama ini hanya mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Di era digital, kurangnya kehadiran toko di media sosial membuat potensi pelanggan dari luar desa belum tergarap secara optimal. Padahal, dengan strategi promosi sederhana seperti melalui WhatsApp Business atau Facebook Marketplace, toko ini bisa menjangkau pasar yang lebih luas tanpa biaya besar. Dari aspek sumber daya manusia, toko Kylea Berkah masih dikelola secara kekeluargaan tanpa pembagian tugas yang jelas. Hal ini membuat beban kerja menumpuk pada pemilik, terutama ketika toko sedang ramai pelanggan. Ketidadaan tenaga administrasi atau bagian logistik khusus menyebabkan pengelolaan stok dan pelayanan sering terganggu. Oleh karena itu, perlu adanya pembagian peran yang lebih terstruktur untuk meningkatkan efisiensi kerja dan kualitas layanan.

Beranjak ke faktor eksternal, peluang utama usaha ini datang dari meningkatnya aktivitas pembangunan rumah di Desa Pandan Jaya dan sekitarnya. Pertumbuhan penduduk dan perbaikan infrastruktur desa menciptakan permintaan tinggi terhadap bahan bangunan. Selain itu, adanya proyek pemerintah seperti pembangunan jalan desa dan rumah layak huni juga membuka potensi besar bagi toko bangunan lokal untuk menjadi pemasok utama. Dukungan dari masyarakat dan relasi dengan kontraktor lokal turut memperkuat posisi toko di pasar. Beberapa kontraktor kecil sudah menjadikan Kylea Berkah sebagai tempat langganan dalam pembelian semen dan peralatan tukang. Hubungan ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi tetapi juga memperluas jaringan kerja sama yang berkelanjutan. Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan memperkuat stok barang serta menawarkan harga yang kompetitif (Wirakarsa, 2024).

Dari sisi kebijakan, pemerintah juga mendorong pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui berbagai program pendampingan dan akses permodalan. Toko Kylea Berkah berpotensi untuk memanfaatkan program tersebut, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan pelatihan manajemen keuangan. Dengan dukungan pemerintah, usaha ini bisa mengembangkan sistem manajemen yang lebih modern dan memperluas kapasitasnya.

Strategi Pengembangan dan Peningkatan Daya Saing Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan upaya sistematis yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan bisnis. Pada Toko Bangunan Kylea Berkah, pengembangan diarahkan untuk memperkuat aspek manajerial, pemasaran, serta pelayanan pelanggan. Pemilik toko menyadari bahwa persaingan antar toko bangunan di wilayah Tanjung Jabung Timur semakin ketat, sehingga diperlukan strategi adaptif dan inovatif. Salah satu langkah awal yang ditempuh adalah melakukan evaluasi terhadap sistem operasional yang sudah berjalan, guna menemukan area yang masih perlu perbaikan. Evaluasi ini menjadi dasar dalam menentukan arah strategi pengembangan ke depan.

Langkah strategis pertama yang dilakukan adalah memperbaiki sistem pencatatan dan administrasi keuangan. Selama ini, pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual

sehingga sering terjadi ketidaksesuaian antara stok dan laporan keuangan. Dengan menggunakan aplikasi sederhana seperti Excel atau aplikasi kasir digital, pemilik dapat lebih mudah memantau arus kas, laba rugi, serta kebutuhan stok barang. Peningkatan kemampuan administrasi ini diharapkan mampu mempermudah toko dalam mengakses bantuan modal dari lembaga keuangan. Selain itu, transparansi keuangan juga menjadi dasar untuk perencanaan bisnis yang lebih akurat dan efisien.

Strategi berikutnya difokuskan pada penguatan pemasaran digital. Meskipun berada di wilayah pedesaan, pemanfaatan media sosial menjadi peluang besar untuk menjangkau pelanggan baru. Toko dapat memanfaatkan platform seperti Facebook Marketplace, WhatsApp Business, atau Instagram untuk menampilkan katalog produk dan promosi harga. Dengan promosi digital, toko Kylea Berkah bisa menjangkau konsumen di luar desa tanpa harus menambah biaya operasional besar. Strategi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha, tetapi juga memperkuat citra toko sebagai penyedia bahan bangunan yang modern dan responsif terhadap perkembangan zaman.

Dalam hal pelayanan pelanggan, pemilik toko mengedepankan strategi relationship marketing, yaitu membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hubungan yang baik akan menciptakan loyalitas, yang pada akhirnya berdampak pada kestabilan penjualan. Toko berusaha memahami kebutuhan pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat serta ramah. Selain itu, adanya sistem pemesanan barang melalui telepon atau pesan singkat juga menjadi nilai tambah. Strategi ini menjadikan toko Kylea Berkah bukan sekadar tempat transaksi, melainkan mitra kepercayaan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan bahan bangunan.

Dari sisi pengembangan produk dan stok, toko berusaha memperluas variasi barang agar dapat memenuhi permintaan pasar yang lebih luas. Sebelumnya, toko hanya menyediakan bahan bangunan dasar seperti semen, cat, dan peralatan tukang. Kini, toko mulai menambah stok alat listrik, pipa PVC, dan perlengkapan rumah tangga sederhana. Diversifikasi produk ini tidak hanya meningkatkan omset, tetapi juga memperkuat posisi toko sebagai pusat kebutuhan rumah tangga dan bangunan di Desa Pandan Jaya. Langkah ini terbukti efektif karena pelanggan tidak perlu mencari produk ke tempat lain.

Selain pengembangan produk, peningkatan kerja sama dengan pemasok (supplier) juga menjadi strategi penting. Dengan menjalin hubungan baik dengan distributor bahan bangunan besar, toko dapat memperoleh harga beli yang lebih kompetitif serta jaminan ketersediaan barang. Pemilik toko Kylea Berkah aktif berkomunikasi dengan pemasok untuk menyesuaikan pengiriman dan harga berdasarkan kondisi pasar. Kerja sama ini menciptakan sistem pasokan yang stabil, mengurangi risiko kekurangan barang saat permintaan tinggi. Selain itu, toko juga mendapatkan kesempatan untuk memperoleh promo atau diskon khusus dari pemasok tertentu.

Peningkatan daya saing juga ditunjang dengan strategi pemberdayaan tenaga kerja lokal. Pemilik toko mulai melibatkan beberapa warga sekitar untuk membantu dalam aktivitas bongkar muat barang dan pelayanan pelanggan. Hal ini tidak hanya membantu mengurangi beban kerja, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antara usaha dan

masyarakat setempat. Tenaga kerja yang dilatih dengan baik mampu memberikan pelayanan yang lebih profesional, sehingga menciptakan citra positif bagi toko. Keterlibatan masyarakat ini menjadi bentuk sinergi antara bisnis lokal dan pembangunan ekonomi desa.

Dalam menghadapi persaingan, toko juga menerapkan strategi penetapan harga yang fleksibel. Pemilik toko berusaha menyesuaikan harga sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat tanpa mengorbankan keuntungan usaha. Selain itu, toko memberikan potongan harga bagi pelanggan tetap dan pembelian dalam jumlah besar. Kebijakan ini terbukti meningkatkan loyalitas pelanggan dan menjaga daya saing di pasar lokal. Dengan sistem harga yang adaptif, toko mampu bertahan meskipun terjadi fluktuasi harga di tingkat distributor.

Untuk meningkatkan kepercayaan dan profesionalisme, toko Kylea Berkah juga mulai menerapkan strategi branding sederhana. Salah satunya adalah dengan membuat label harga dan nota pembelian resmi menggunakan nama toko. Langkah kecil ini memperkuat identitas usaha di mata pelanggan dan menciptakan kesan bahwa toko dikelola secara profesional. Branding juga bisa diperkuat melalui penggunaan seragam kerja dan papan nama toko yang lebih informatif. Citra profesional akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan (Novialdi et.al, 2024).

Secara keseluruhan, strategi pengembangan dan peningkatan daya saing yang diterapkan oleh Toko Bangunan Kylea Berkah menunjukkan upaya nyata dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Melalui pembenahan administrasi, pemasaran digital, diversifikasi produk, dan peningkatan layanan, toko ini telah menunjukkan komitmen untuk tumbuh secara berkelanjutan. Dengan dukungan masyarakat dan adaptasi terhadap teknologi, toko Kylea Berkah berpotensi menjadi usaha kecil yang tangguh dan mandiri di tengah kompetisi industri bahan bangunan di wilayah pedesaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, strategi pengembangan dan peningkatan daya saing yang diterapkan oleh Toko Bangunan Kylea Berkah menunjukkan adanya upaya terarah dalam memperkuat posisi usaha di tengah persaingan pasar lokal. Melalui perbaikan sistem administrasi, penguatan pemasaran digital, diversifikasi produk, serta peningkatan pelayanan pelanggan, toko ini mampu meningkatkan efisiensi operasional dan kepercayaan konsumen. Kerja sama dengan pemasok, pemberdayaan tenaga kerja lokal, serta penerapan strategi harga yang fleksibel menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan kestabilan usaha. Selain itu, penguatan identitas usaha melalui strategi branding sederhana turut mendorong citra positif dan profesionalisme toko di mata masyarakat. Secara keseluruhan, strategi yang dijalankan bersifat realistis dan adaptif terhadap kondisi ekonomi desa serta perubahan perilaku konsumen. Dengan konsistensi penerapan dan pengembangan inovasi, Toko Kylea Berkah berpotensi tumbuh menjadi usaha mikro yang berdaya saing tinggi, mandiri, dan berkelanjutan dalam mendukung perekonomian masyarakat setempat.

DAFTAR PUSTAKA

- Pasek, G. W. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Toko bangunan UD. SINAR ALAM. *JNANA SATYA DHARMA*, 11(1).
- Susilowati, E., Rezika, H. N., Rifaldo, M. I., Azzahra, M. P., Hidayat, T., & Muttaqien, D. D. (2024). Strategi Manajemen Inovasi Dan Kreatifitas Dalam Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Imah Uing (IU). *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 17-26.
- Atthoriq, D. N., Andrian, A., Sulastri, F. D., Meilany, W. D., Rahmantya, Y. E. K., & Muhsidi, A. M. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Inovasi Dan Kreasi Guna Meningkatkan Penjualan Pada Toko Bangunan Mandala. *Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 42-48.
- Fitriani, A., & Soleha, L. K. (2024). Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis Toko Bangunan Sukses Mutiara. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(6), 1235-1242.
- Beni, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Toko Sembako Injek Balanja Menggunakan Asset Based Community Development. *Business, Economics and Entrepreneurship*.
- Badi'ati, N., & Zulistiani, Z. (2023). Peningkatan daya saing toko bangunan Sumber Rejeki Kabupaten Blitar melalui strategi pemasaran berbasis analisis SWOT. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 452-462.
- Rohmah, Z. A., Darajat, A. H., & Siswati, E. (2024). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Toko Bangunan Mandiri Jaya Tlogo Kanigoro Blitar. *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 1(1), 45-52.
- Cahyo, B. D., Sari, M. I., & Hermawan, H. (2023). ANALISIS SWOT UNTUK PEMASARAN DI TOKO BANGUNAN æBIMA JAYAæ. *Growth*, 21(1), 1-11.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan business model canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51-61.
- Ardiansyah, M. S. (2018). Strategi pengembangan usaha toko pulau biru surabaya menggunakan asset based community development. *Undergraduate Thesis: UIN Sunan Ampel Surabaya*.
- Defaz, F. P. (2025). Analisis Business Model Canvas Pada Toko Bangunan Persada Jaya Bukittinggi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 35-44.
- Kineta, A., & Suryaningrum, D. H. (2024). Strategi Pengembangan Toko Kelontong di Kecamatan Gayungan. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(4), 163-177.
- Wirakarsa, A. C. (2024). *Produk Inovasi Baru "Buis Beton Dan Tutup Buis Beton" Sebagai Pengembangan Usaha Toko Bangunan Karso Lancar* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta).
- Noviadi, K., Isyanto, P., & Yani, D. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Analisis SWOT pada Toko Bangunan Enggal Family Karawang. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12), 19291-19304.