

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA TOKO SAQILA AZAHRA DI KEL.PATUNAS

Sri Kasnelly¹ Amelia Nabila² Indah Rahimah³ Samsiyah⁴

¹Dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah, IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

²⁻⁴Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah, IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

Email: srikasnelly@gmail.com; amelianabila580@mail.com;

indahrahimah78@email.com, siyah1088@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor pendukung keberlanjutan usaha Toko Saqila Azahra di Kelurahan Patunas di Jalan Sriwijaya Kuala Tungkal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengamatan dan wawancara serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor pendukung keberlanjutan usaha toko Saqila Azahra adalah kemampuan toko meningkatkan penjualan, harga yang sama dengan pesaing, melayani dengan ramah dan memberikan kesempatan utang kepada pelanggan yang telah dikenal dengan baik.

Kata Kunci: Faktor Pendukung, Keberlanjutan Usaha

PENDAHULUAN

Keberhasilan usaha dapat dilihat dari kemampuan promosi yang dapat merubah sikap dan tingkat laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan mengingat produk tersebut. Salah satu media promosi yang saat ini sedang marak digunakan adalah media sosial. Pengusaha dapat memasarkan melalui media sosial yang terdapat pada smartphone. Keberlanjutan usaha memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan, yang dapat dicapai jika pelaku usaha memiliki kemampuan usaha Usaha harus tetap dipertahankan dan dikembangkan agar dapat terus berperan dalam meningkatkan taraf kehidupan ekonomi.¹ Faktor-faktor yang dapat meningkatkan penjualan adalah hal yang wajib dilakukan oleh pihak toko. Karena, dengan cara ini pihak toko dapat memaksimalkan penjualan ketika keadaan bisnis atau penjualan sedang berada pada tren penurunan. Ketika pihak toko hanya mampu bertahan dengan kondisi tersebut sudah pasti toko

¹Tambunan, J. 2010. *Usaha Kecil dan Menengah* di Indonesia. Jakarta. Salemba Empat, h. 29

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA TOKO SAQILA AZAHRA DI KEL.PATUNAS

akan mengalami kesulitan untuk mencapai target penjualan seperti yang diharapkan oleh pemilik toko. Faktor-faktor penting yang bias meningkatkan penjualan adalah 1) Memastikan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Produk dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu barang fisik, jasa dan gagasan. Produk juga mempunyai arti kata barang-barang fisik maupun jasa yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen². 2) Pelanggan untuk mengenali keunggulan produk yang ada. 3) Faktor harga. 4) Faktor pelayanan.³

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁴ Kepercayaan bahwa pengetahuan dihasilkan dari setting sosial dan bahwa pemahaman pengetahuan sosial adalah suatu proses ilmiah yang sah.⁵ Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.⁶

Metode pengumpulan data adalah diperoleh data yang otentik berupa keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu hal yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan. Atau suatu fakta yang digambarkan lewat angka, simbol, kode, dan lain-lain.⁷ Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama dan dokumen atau sumber tertulis lainnya merupakan data tambahan.⁸

Jenis sumber data terutama dalam penelitian kualitatif dapat diklasifikasi sebagai berikut:

1). Narasumber (Informan) 2). Tempat atau lokasi. 3) Dokumen.⁹

Teknik pengumpulan data dilakukan langkah pertama observasi secara berkesinambungan yang memanfaatkan indera, baik secara langsung maupun tidak langsung,¹⁰ yang mana peneliti mengamati gejala yang nampak pada obyek di tempat terjadi atau

²Jeff Madura, Pengantar Bisnis. Buku 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 393

³Roifah, Fadi, Hoirunnas “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan di toko Metro Store dan Fashion Banyuwang-Probolinggo”, Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, Vol.5 No 2 (Agustus 2023) h. 65

⁴Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2007), h.4

⁵Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, cet.2 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h.2.

⁶Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada, 2009) cet.1 h. 11

⁷Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), h. 82.

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012), h. 12

⁹Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional, 2020), h. 52

¹⁰Nur Hasanah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022), h 106

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA TOKO SAQILA AZAHRA DI KEL.PATUNAS

berlangsungnya suatu peristiwa yang diselidiki.¹¹ Langkah kedua wawancara adalah percakapan antara pewawancara sebagai pengaju/pemberi pertanyaan yang diwawancarai sebagai pemberi jawaban atas pertanyaan itu,¹² bertujuan memperoleh informasi berdasarkan tujuan tertentu.¹³ Dengan melakukan mempersiapkan desain wawancara, peneliti akan dipermudah dalam mendapatkan informasi/data yang lebih akurat dan terpercaya sehingga peneliti dapat memahami kondisi, fenomena, konteks penelitian yang sedang dikaji dan dapat melakukan pendalaman informasi terhadap hal-hal yang belum diketahui.¹⁴

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Faktor Yang Membuat Toko Saqila Azahra Mampu Meningkatkan Penjualan

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, bahwa produk yang dijual toko Saqila Azahra adalah beraneka ragam kebutuhan pokok rumah tangga. Konsumen datang sendiri ke toko, melakukan penjualan tunai dan kredit ada juga yang ngutang. Promosi, dalam upaya menjual sebuah produk dengan cara pemanfaatan manual melalui mulut ke mulut untuk meningkatkan penjualan produk kebutuhan sehari-hari. Memanfaatkan konsumen dan orang-orang yang ada di sekitar untuk mempromosikan.



Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada Saqila Azahra selaku pemilik dan pengelola toko Saqila Azahra, menyatakan bahwa strategi pemasaran dalam menjual produk bahan pokok rumah tangga dengan cara dari mulut ke mulut, juga fokus mengenai kualitas pelayanan. Terdapat fasilitas yang mendukung seperti tersedia tempat parkir dan menerapkan layanan ramah senyum, sapa, sopan dan santun, memaksimalkan pelayanan kepada konsumen,

¹¹ Hadari Nawani, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007), h. 106.

¹² Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 130

¹³ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001), h. 180.

¹⁴ Imam Mashudi, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: Pt. Global Eksekutif Teknologi, 2022), h. 94

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA TOKO SAQILA AZAHRA DI KEL.PATUNAS

dan menerima masukan baik secara kritik maupun saran. Dalam menjalankan usaha selama ini tidak memiliki strategi pemasaran khusus yang digunakan, kegiatan pemasaran yang dijalankan adalah ide-ide yang timbul dari pemikiran sederhana, tanpa terlebih dahulu melakukan sebuah pelatihan khusus. Awalnya hanya berencana dan menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan situasi dan kondisi kebutuhan masyarakat saat ini akan perlengkapan alat-alat rumah tangga.¹⁵

B. Hambatan dalam meningkatkan penjualan

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan pengelola toko Saqila Azahra bahwa setiap usaha ada yang namanya hambatan, yaitu:¹⁶

Pertama, yaitu persaingan dalam memasarkan produk yang ada di toko Saqila Azahra ini, karena itu salah satu hambatan yang tergolong lumayan sulit dalam memasarkan produk atau barang di toko ini. Banyaknya toko sejenis dan berdekatan dengan lokasi toko merupakan persaingan yang harus terus diperhatikan. Jangan sampai pembeli menginginkan barang tertentu tetapi barangnya tidak ada atau habis. Jadi harus dijaga stok barang tersebut harus selalu ada.

Kedua, yaitu harga, dalam menentukan sebuah harga pemilik toko masih mempertimbangkan tingkat keberhasilan dalam pemasaran maupun keuntungan. Banyaknya toko yang sejenis berdekatan lokasinya dengan toko Saqila Azahra, menyebabkan tidak dapat menjual produk yang sama dengan harga yang tinggi karena dengan cepat pembeli atau pelanggan beralih ke toko lain.

Ketiga, yaitu pelayanan, dalam memberikan pelayanan masih kurang maksimal, seperti bersikap cuek dan kurang peka dalam melayani pelanggan sehingga dapat menurunkan kunjungan pembeli di toko Saqila Azahra ini.

C. Langkah-langkah Mengatasi Hambatan

Menurut Saqila Azahra selaku pemilik dan pengelola toko menjelaskan langkah-langkah dalam mengatasi hambatan, antara lain yaitu:¹⁷

¹⁵Saqila Azahra, Selaku Pemilik Toko, Wawancara 22 Juni 2024, Pukul 09:20 Wib, Di Toko Saqila Azahra

¹⁶SaqilaAzahra, SelakuPemilikToko, WawancaraDenganPenulisPada 22 Juni 2024 PadaPukul 10:00 WIB, Di TokoSaqilaAzahrakelPatunasJlnSriwijaya Ujung.

¹⁷Saqila Azahra, selaku pemilik toko, wawancara 22 Juni 2024 pukul 10:44 WIB, di toko Saqila Azahra Kel. Patunas Jln. Sriwijaya Ujung Kuala Tungkal.

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA TOKO SAQILA AZAHRA DI KEL.PATUNAS

Pertama, yaitu memenangkan persaingan dengan menjaga kualitas produk yang dijual dan memperhatikan barang yang *expired*. Untuk kualitas barang selalu dilakukan pengecekan sehingga barang-barang jualan yang ada di toko dipastikan masih bagus semua.

Kedua, yaitu harga, dalam menentukan keuntungan yang didapat dengan menghitung modal dan biaya yang dikeluarkan serta memperhatikan harga pasar

Ketiga, yaitu pelayanan, dalam memberikan pelayanan maksimal, seperti mengurangi sikap cuek dan memperhatikan kemauan pembeli.

SIMPULAN

Toko Saqila Azahra menjual bahan pokok kebutuhan sehari-hari untuk mendapatkan keuntungan yang optimal menempuh langkah memberikan harga yang sama dengan harga pasar dan memberikan utang kepada pelanggan serta melakukan promosi dari mulut ke mulut dengan memperhatikan kualitas pelayanan, memenuhi permintaan pelanggan, melakukan komunikasi dengan ramah serta antusias dalam melayani pelanggan.

REFERENSI

- Tambunan, J. 2010. *Usaha Kecil dan Menengah* di Indonesia. Jakarta. Salemba Empat
- Jeff Madura, Pengantar Bisnis. Buku 1, (Jakarta: Salemba Empat, 2001).
- Roifah, Fadi, Hoirunnas “*Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan di toko Metro Store dan Fashion Banyuwangor-Probolinggo*”, Jurnal Kajian Ekonomi Syariah, Vol.5 No 2 (Agustus 2023).
- Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2007).
- Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, cet.2 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011).
- Iskandar, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Gaung Persada, 2009).
- Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002).
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2012).
- Eko Murdiyanto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Universitas Pembangunan Nasional, 2020).
- Nur Hasanah, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022).
- Hadari Nawani, *Metode Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2007).

FAKTOR-FAKTOR PENDUKUNG KEBERLANJUTAN USAHA
TOKO SAQILA AZAHRA DI KEL.PATUNAS

Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006).

Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:PT.RemajaRosda Karya,2001).

Imam Mashudi, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Padang: Pt. Global EksekutifTeknologi, 2022)*.

Saqila Azahra, Selaku Pemilik Toko Saqila Azahra Kel. Patunas Jln. Sriwijaya Ujung Kuala Tungkal.