

Strategi Pengembangan Usaha Toko bangunan UD. SINAR ALAM

Anak Agung Ngurah Thendes Pinandita¹, Gede Widiadnyana Pasek²

Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma²

ABSTRAK

Strategi merupakan rencana keputusan manajerial dan kegiatan yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan. Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu fenomena yang terjadi dalam sebuah perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha Toko Bangunan UD. Sinar Alam yang dapat bertahan dalam era persaingan yang sangat ketat di kota Singaraja. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik Toko Bangunan UD. Sinar Alam, karyawan UD. Sinar Alam dan konsumen yang bersedia untuk dijadikan narasumber. Dari hasil narasumber didapatkan analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang dapat ditampilkan lebih rinci mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi UD. Sinar Alam. Hasil dari penelitian ini yaitu pada UD. Sinar Alam memiliki strategi pengembangan yang sudah berlangsung sejak tahun 1998 hingga sekarang dengan melayani konsumen dengan optimal dengan penawaran harga barang yang menjadi daya tarik konsumen.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan, Toko Bangunan

ABSTRACT

Strategy is a plan of managerial decisions and activities that determine the company's long-term success in achieving its goals. The research uses qualitative methods which aim to obtain a complete picture of a phenomenon that occurs in a company. The aim of this research is to find out the strategies used in developing the UD Sinar Alam Building Store business that can survive in an era of very tight competition in Singaraja City. The informants in this research were the owner of the UD Sinar Alam building shop, UD Sinar Alam employees and consumers who were willing to serve as resource persons. From the results of the sources, an analysis of the internal environment and external environment can be obtained which can be displayed in more detail regarding the strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by UD Sinar Alam. The results of this research are that UD Sinar Alam has a development strategy that has been going on since 1998 until now by serving consumers optimally by offering prices for goods that attract consumers.

Keywords: Strategy, Development, Building Store

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan era globalisasi yang semakin kompleks, memberikan dampak besar bagi perkembangan dunia bisnis. Ekonomi merupakan salah satu bidang yang sangat penting untuk dinilai pada sebuah negara. Bagaimana kondisi perekonomian suatu negara mencerminkan kelayakan kehidupan masyarakat di negara tersebut. Salah satu yang mendorong perekonomian negara adalah kewirausahaan. Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, dan cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Mereka yang menjadi wirausaha adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkannya untuk menangkap peluang serta mengorganisasi usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh serta memiliki nilai. Syarat Indonesia menjadi negara maju salah satunya adalah melalui pembangunan infrastruktur, tetapi pandemi sepanjang tahun 2020 hingga sekarang telah membuat tekanan besar bagi segala aspek di kehidupan termasuk aspek

pembangunan. Terlepas dari tantangan yang ditimbulkan pandemi COVID19, Indonesia berencana meningkatkan kerjasama antara pemerintah dengan swasta untuk mempercepat pembangunan infrastruktur dan juga pertumbuhan ekonomi.

Salah satu pendorong terciptanya inovasi selain perubahan dan keharusan untuk beradaptasi adalah kesadaran akan adanya celah antara apa yang ada dan apa yang seharusnya ada, dan antara apa yang diinginkan oleh masyarakat dengan apa yang sudah ditawarkan ataupun dilakukan oleh pemerintah, sektor swasta maupun Lembaga Swadaya Masyarakat. Banyak orang mengatakan bahwa “ide atau gagasan” mahal harganya. Tentunya tidak sembarang ide, tetapi ide yang mempunyai nilai komersial dan ide itu ditulis dalam suatu rencana usaha atau rencana bisnis. Sebenarnya banyak orang mempunyai ide cemerlang, ide yang hebat-hebat serta mempunyai nilai komersial tinggi tetapi ide itu tetaplah hanya sekedar ide bahkan hanya sekedar impian yang numpang lewat, karena ide yang hebat tadi tidak pernah ditulis atau dikomunikasikan kepada pihak lain ataupun diimplementasikan.

Pembangunan infrastruktur yang memberikan dampak berganda dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sangat mempengaruhi berbagai bidang. Misalnya saja terdapat manfaat jangka pendek dengan adanya pembangunan salah satunya yaitu tercipta lapangan pekerjaan baru selama berjalannya proyek tersebut, dengan begitu tingkat kemiskinan dan pengangguran akan menurun, lalu pendapatan perkapita juga akan meningkat. Manfaat jangka panjang akan dirasakan oleh masyarakat ketika pembangunan sudah selesai. Sehingga, kita sebagai masyarakat dapat menggunakan fasilitas yang telah dibangun tersebut. Membangun infrastruktur di seluruh negeri bukanlah hal yang mudah, pemerintah berhasil membangun infrastruktur bagi rakyatnya dengan kerja keras dan tekad yang bulat. Infrastruktur yang baik juga mengiringi pertumbuhan ekonomi yang mengikut baik. Seiring meningkatnya pembangunan infrastruktur maka kebutuhan akan bahan bangunan akan semakin bertambah pula. Oleh karena itu, bisnis bahan bangunan pada saat ini sedang sangat marak. Sehingga, timbul persaingan ketat antar pebisnis di bidang bahan bangunan yang tidak dapat dihindari. Bisnis bahan bangunan merupakan suatu usaha perdagangan jual beli alat-alat bangunan seperti semen, seng, bata, keramik, batako, pasir hingga paku dan lainnya. Bisnis bangunan juga menjanjikan keuntungan yang baik, sedangkan untuk resiko kerugiannya minim.

Usaha bisnis toko bangunan adalah jenis bisnis dengan modal yang tak sedikit. Memang membutuhkan modal yang tidak sedikit namun dapat berpeluang sangat sukses kedepannya jika mengerti seluk beluk usaha bisnis. Hal ini tentu akan didukung dengan semakin banyaknya penduduk di Indonesia yang juga meningkatkan daya beli masyarakat terhadap pembangunan. Selain itu usaha ini tidak hanya mampu mendatangkan omzet besar, tetapi juga menawarkan perluasan bisnis. Terbukti dari banyaknya pelaku usaha bisnis yang sama banyak bermunculan. Ketersediaan bahan bangunan juga menjadi kendala menjalankan usaha ini. Seorang wirausaha harus jeli dalam memilih produk bahan bangunan yang akan digunakan sebagai salah satu cara perusahaan menentukan target pemasaran. Kadang ketersediaan bahan bangunan yang dijual tidak dapat terkendali atas permintaan yang selalu naik turun. Maka persediaan bahan baku menjadi sangat terbatas jumlahnya, bahkan dalam pemesanan pun kita harus menunggu seminggu dua minggu untuk mendapatkan bahan baku yang kita inginkan. Menyetok bahan baku mungkin adalah salah satu cara untuk menghindari keterbatasan bahan baku. Menyimpan bahan bangunan untuk persediaan memanglah efektif untuk mengatasi permintaan pasar. Bahan bangunan memiliki ketahanannya masing masing, seperti triplek yang tersimpan dan ditata dengan rapi tidak akan bisa menghindari hama seperti rayap, namun menyimpannya diruangan tertutup akan membuat triplek menjadi berjamur. Begitu juga dengan semen yang sangat rentan mengeras jika terkena air atau ditempaikan ditempat yang lembab dan basah.

UD Sinar Alam adalah toko yang menyediakan persediaan barang bahan bangunan seperti pasir, semen dan alat-alat bangunan lainnya yang dilakukan oleh pemilik dan pegawai toko. Toko bangunan yang didirikan oleh I Ketut Werdiadi selaku pemilik dan pendiri UD Sinar Alam pada tahun 1998 yang didukung penuh oleh sang ayah. Hingga saat ini toko bangunan ini masih dipercaya masyarakat untuk kelengkapan bahan bangunan yang ditawarkan. UD Sinar Alam memiliki 1 toko bangunan yang menjadi satu bangunan dengan gudang penyimpanan barang bahan bangunan. Selain itu juga memiliki 2 gudang untuk penyimpanan barang bahan bangunan yang berskala besar. Dalam menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang perusahaan dituntut agar dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala-kendala dalam dunia usaha, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut.

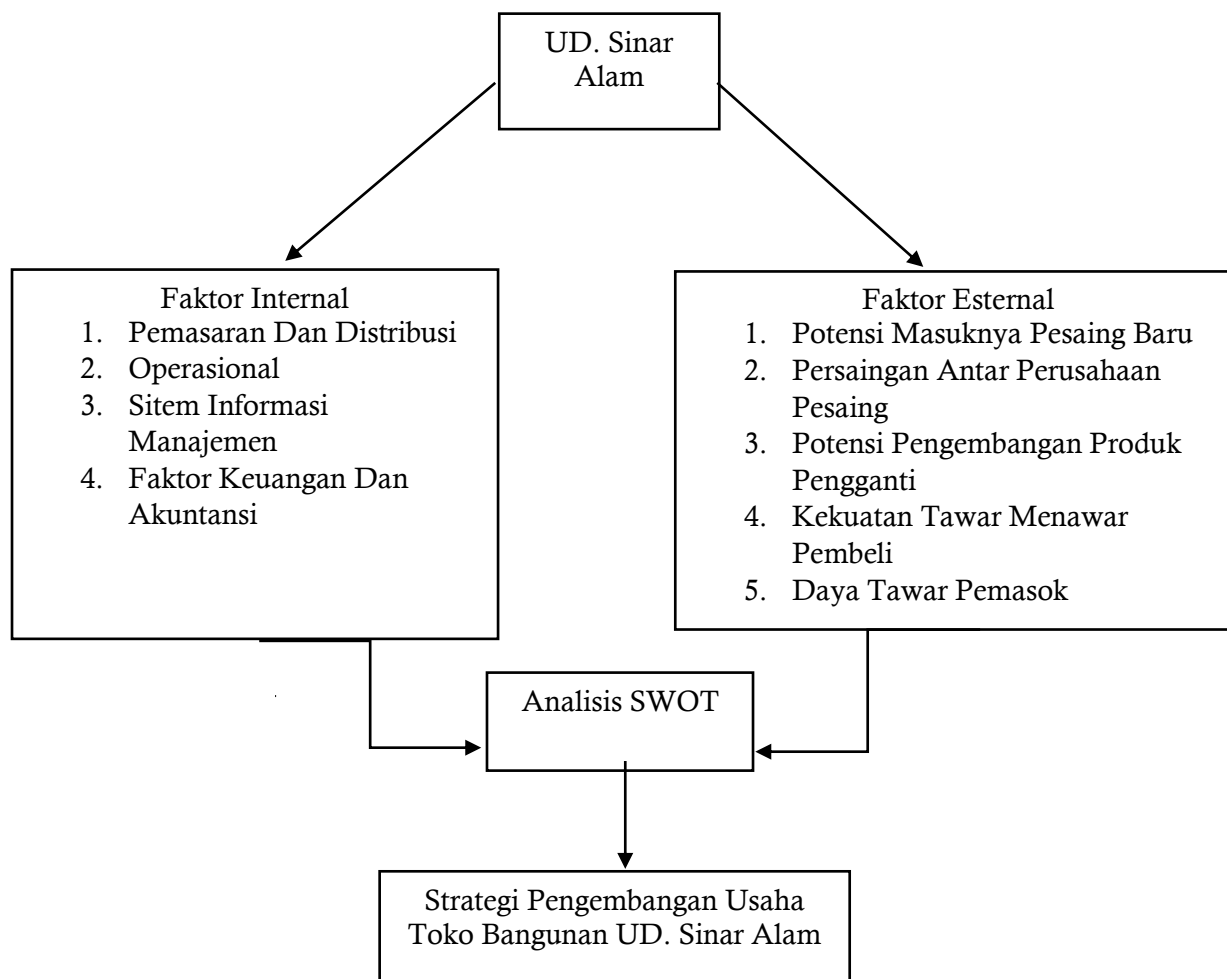
Tabel 1. Data Penjualan Bulanan Pada tahun 2019 - 2022

BULAN	TAHUN			
	2019(Rp)	2020(Rp)	2021(Rp)	2022(Rp)
Januari	496.914.000	498.330.000	442.677.000	482.578.000
Februari	492.596.000	491.213.000	439.355.000	486.376.000
Maret	488.578.000	483.598.000	464.021.000	493.995.000
April	483.893.000	475.450.000	459.003.000	491.579.000
Mei	495.342.000	466.731.000	452.483.000	489.002.000
Juni	489.441.000	457.402.000	467.906.000	487.604.000
Juli	471.526.000	447.420.000	458.770.000	508.965.000
Agustus	498.615.000	436.740.000	471.592.000	512.572.000
September	486.519.000	425.965.000	476.329.000	515.774.000
Oktober	496.158.000	432.084.000	459.873.000	507.432.000
November	484.111.000	437.632.000	466.981.000	514.891.000
Desember	492.324.000	444.939.000	473.912.000	516.301.000
Total	5.876.017.000	5.497.504.000	5.532.902.000	6.007.069.000

Berdasarkan **Tabel 1** dapat dilihat bahwa mengalami penurunan penjualan saat dimana COVID 19 membawa pengaruh terhadap penjualan. Dampak yang dihasilkan dapat dilihat pada tahun 2020, penjualan dari bulan Januari 2020 mengalami penurunan hingga bulan Oktober 2020. Saat memasuki tahun 2021, penjualan pada UD. Sinar Alam mulai menunjukkan peningkatan penjualan hingga tahun 2022. Usaha toko bangunan UD. Sinar Alam belum bisa dikatakan berkembang walau sudah berjalan sejak lama. Namun usaha toko bangunan ini sudah dikenal seluruh Buleleng hanya saja belum memiliki cabang di daerah Buleleng lainnya. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana UD. Sinar Alam dapat mengembangkan usahanya dilihat dari kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman ditinjau dari faktor eksternal dan faktor internal perusahaan itu sendiri.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh gambaran seutuhnya mengenai suatu fenomena yang terjadi pada Toko Bangunan UD. Sinar Alam. Meningkatnya kebutuhan, adapun adanya usaha UD. Sinar Alam memberikan pelayanan yang baik yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan bahan bangunan. Meningkatnya para pelaku usaha dibidang yang sama menjadi tantangan terberat dalam menjalankan usaha, maka perlu diambil langkah-langkah strategi pengembangan usaha yang tepat dalam pengembangan usaha UD. Sinar Alam adanya faktor internal dan faktor eksternal, dimana kedua faktor ini memiliki indikator yaitu peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan. Dalam mengembangkan suatu usaha, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat untuk mengembangkan usahanya. Untuk mengetahui ketepatan dalam merencanakan sebuah strategi, pengusaha harus melihat faktor internal dan faktor internal yang kemudian dari hal tersebut dapat dianalisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam perusahaan tersebut. Berikut dapat dilihat gambar kerangka pemikiran dalam menumbuh kembangkan strategi berwira usaha UD. Sinar Alam:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

UD. Sinar Alam yang bergerak pada bidang usaha bahan bangunan yang beralamatkan di Jalan A. Yani No. 125 Singaraja, Bali yang merupakan salah satu toko bangunan yang berdiri di kota Singaraja. Alasan pemilihan lokasi ini adalah, dekat dengan jalan raya yang mudah diakses dan ditemukan, tempat yang cukup strategis dimana mudah mendapat pemasok bahan baku terdekat. Sehingga lokasi ini sangat tepat dalam melakukan penelitian. Perusahaan ini telah mendapat persetujuan dari lingkungan sekitar, karena menurut masyarakat perusahaan ini menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat yang pengangguran. Secara tidak langsung perusahaan ini telah menciptakan lapangan kerja. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik Toko Bangunan UD. Sinar Alam, karyawan UD. Sinar Alam dan konsumen yang bersedia untuk dijadikan narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil dari penelitian ini diperoleh dari beberapa tahapan yaitu, tahap pertama adalah pengumpulan data, data yang berhasil dikumpulkan dengan melalui wawancara dan dokumentasi. Adapun yang diwawancarai yaitu pemilik UD. Sinar Alam, karyawan UD. Sinar Alam, dan pelanggan UD. Sinar Alam yang dianggap dapat memberikan informasi tentang perkembangan UD. Sinar Alam, baik dalam pelayanan dan juga kelengkapan produk yang dipasarkan.

UD. Sinar Alam merupakan wirausaha yang bergerak pada bidang perdagangan bahan material dan perlengkapan bahan bangunan, seperti yang dijelaskan oleh bapak I Ketut Werdiadi yang merupakan pemilik UD. Sinar Alam (02-05-2023) bahwa:

“Pembangunan di Singaraja tidak ada hentinya, contoh nyatanya saat ini lahan sawah yang ada depan toko cat citra warna warni itu sudah mulai menghilang karna pembangunan, toko ini berdiri karna bapak melihat peluang tersebut. Bukan berarti setelah tamat pendidikan bapak langsung membuat

usaha ini, bapak sama seperti yang lain, kerja ditempat orang juga. bapak dulu sebagai tukang gambar bangunan, dari sana bapak juga belajar membuat RAB (Rencana Anggaran Bangunan) dari sana bapak mengetahui naik turunnya harga dipasaran dan juga perbedaan harga dari toko satu dengan toko yang lain. Dari pengalaman tersebut pada akhirnya bapak memutuskan membuka usaha sendiri.”

Pada awal memulai usaha UD. Sinar Alam ini hanya fokus menjual bahan material bangunan, diantaranya pasir, bata merah, batako, semen, besi, kawat, paku, dan genteng. Itu saja dengan jumlah yang terbatas karna lahan bangunan yang tidak memungkinkan. Saat itu hanya ada 4 karyawan yaitu, 1 supir dengan 2 buruh, dan 1 karyawan toko. Namun sekrang sudah memiliki 12 karyawan. Selain itu perkembangan juga dapat dilihat dari penambahan fasilitas membantu dalam beroprasinya perusahaan. Seperti yang diungkapkan I Ketut Werdiadi (02-05-2023) bahwa :

“penjualan dulu masih sedikit bahkan bisa dikatakan minus karna ada tenaga yang harus dibayar. Waktu itu bapak sudah mau menyerah pengen kembali berkerja dengan orang, namun orang tua bapak membantu memijamkan modal menggunakan namanya, kalau tidak salah dulu orang tua bapak memberi meminjam uang sebesar 15 juta dengan harapan modal itu dapat terbayarkan, itu saja dulu. Dulu uang segitu sudah besar berbeda dengan saat ini 15 juta hanya cukup untuk membuat pondasi bangunan saja”

Untuk melakukan pemasaran maupun mempromosikan usaha yang dimilikinya hanya melalui dari mulut ke mulut, karna saat itu menurut keterangan bapak I ketut Werdiadi, “uangnya kasian kalau hanya untuk membuat iklan, lebih baik uang diputar kembali denan menambah barang dagangan”.

UD. Sinar Alam bukan merupakan toko bangunan satu satunya yang ada di kota Singaraja, melainkan bahkan sebelumnya sudah ada toko bangunan yang sudah memiliki nama dimasyarakat sendiri. Dan datangnya pesaing baru yang menekuni bidang yang sama juga menjadi penghalang bekembangnya usaha.

Tabel 2. Tringulasi Data Hasil Wawancara Dengan Pemilik Usaha

No	Pertanyaan	Informan
1	Apa yang mejadi alasan memilih usaha dan lokasi tempat usaha toko bangunan?	Karena masih ada permintaan pasar,selain itu barang maupun bahan yang dijual tidak memiliki tanggal kadaluwarsa. Untuk pemilihan tempat sendiri karena berada pada jalan utama yang mudah diakses jadi toko ini mudah ditemukan.
2	Sudah berapa lama usaha ini berdiri dan bagaimana dapat bertahan hingga saat ini?	Sudah 25 tahun, bisa bertahan hingga saat in, harus bisa membaca situasi pasar dan yang terpenting dapat mengendalikan keuangan dan barang.
3	Apakah ada upaya dalam meningkatkan penjualan dalam menghadapi persaingan pada bidang yang sama?	Tentu saja ada, tentu saja itu merupakan rahasia perusahaan, dan untuk menghadapi para pesaing sendiri kita harus jeli melihat harga pasar dan mengendalikan produk.
4	Apa masalah maupun kendala terbesar yang bahkan menjadi pembelajaran dalam menjalankan usaha?	Yang pertama hal yang paling sensitif adalah keuangan, dulu bapak berpikir membuat laporan saja sudah cukup seperti laba rugi saja, laba dari penjualan harus dibagi, untuk menambahkan modal, uang untuk jaga jaga, dan juga tabungan perusahaan. Yang kedua pengendalian stock barang juga penting, kita harus tahu mana barang yang sering dicari dengan yang jarang dicari. yang ke tiga adalah kenyamana tenaga kerja yang bekerja dengan kita.
5	Untuk pemasaran dan distribusinya sudah sampai kemana saja?	Bisa dikatakan sudah diluar kota Singaraja, kemarin kita mengirim besi ke Busung Biu dan ke Kubutambahan.
6	Apakah ada perbedaan untuk pelanggan baru dengan pelanggan tetap?	Tidak ada pebedaan, mereka harus memperlakukannya sama, mau pelanggan tetap maupun pelanggan baru.

7	Pencapaian apa yang telah dicapai dengan menjalankan usaha ini?	Memiliki karyawan lebih banyak, pemasaran lebih luas, yang dulunya belum memiliki gudang kini sudah memiliki 2 gudang, dan menambah fasilitas untuk membantu mempermudah pekerjaan toko.
8	Bagaimana dengan ketersediaan barang dengan permintaan pasar?	Tidak menentu, contohnya semen, biasanya 200 sak semen habis dalam seminggu, kadang 3 hari saja sudah habis, bahkan terkadang 2 minggu belum habis terjual. Namun bapak tidak membiarkan stok hingga benar benar habis, jika sudah sisa sedikit bapak pesankan lagi. Untuk barang yang jarang atau susah terjual, stoknya sedikit.
9	Bagaimana perlakuan atau tindakan bapak kepada karyawan?	Memperlakukan mereka semua dengan adil, tidak ada yang di bedakan. Membuat mereka nyaman dalam bekerja, dan mau mendengarkan mereka. Mereka juga harus dihargai.

Berdasarkan **Tabel 2** hasil wawancara dengan pemilik usaha UD. Sinar Alam yaitu usaha yang sudah berlangsung selama 25 tahun hingga saat ini bukan perkara hal yang mudah dengan melihat persaingan yang terjadi pada usaha yang menggeluti bidang yang sama. Dengan adanya permintaan pasar dan lokasi berdirinya usaha menjadi kemudahan perusahaan dalam melakukan usaha karna berada langsung ditengah – tengah kota dengan akses jalan utama yang mudah ditemukan. Masalah keuangan perusahaan menjadi hal yang sensitif untuk dapat suatu usaha dapat berjalan dengan baik. Dengan hal tersebut maka dalam pengendalian keuangan dipegang langsung oleh pemilik usaha itu sendiri. Dalam hal pemasaran yang harus diperhatikan adalah harus jeli melihat harga pasar dan pengendalian produk bertujuan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, peran pemimpin juga berperan penting dalam mengambil keputusan dan tindakan dalam menjalankan usaha. Komunikasi yang baik antara pemimpin dengan karyawan mau bertukar pendapat dan saling mendukung satu sama lain menjadi kunci kenyamanan bekerja. Dalam hal tersebut strategi yang berlangsung selama ini dengan melakukan pengaturan keuangan yang baik dalam perusahaan. Pengendalian ketersediaan produk yang baik dapat menghindari kerusakan pada produk itu sendiri dan dapat memenuhi keinginan konsumen. Pemimpin yang mengayomi karyawan dapat membuat suasana bekerja menjadi lebih nyaman.

Tabel 3. Triangulasi Data Hasil Wawancara Dengan Karyawan

No	Pertanyaan	Karyawan 1	Karyawan 2
1	Apakah toko ramai setiap harinya?	Selama ini bisa dikatakan cukup stabil	Tidak Menentu
2	Apa konsumen selalu mendapatkan barang yang diinginkan?	Tidak selalu, karna mereka membawa contoh barang dan merk yang diinginkan	Tidak Selalu, walau pun barang yang mereka bawa sama yang jual di toko, tapi mereka tidak mau dengan merek yang lain
3	Bagaimana fasilitas yang ada ditempat kerja, apa membantu dalam bekerja?	Sangat membantu, dan memudahkan dalam bekerja, dulu tidak seperti ini	Sangat membantu
4	Bagaimana cara mengatasi komplain dari konsumen, dan biasanya apa yang paling sering?	untuk yang komplain jarang, biasanya perbedaan barang, jika mau menukar barang atau meminta uang kembali mereka harus membawa nota dan juga barang yang dikembalikan tidak boleh rusak.	Bisanya mereka komplain karna barang tidak sesuai, dan kami akan memberikan barang yang sesuai atau mengembalikan uang mereka.

5	Apa tantangan atau masalah terbesar yang pernah dihadapi?	Melayani turis, tidak semua bule bisa berbahasa inggris.	Melayani <i>bule</i> , selain cerewet, kadang ada bule yang tidak bisa berbahasa inggris.
6	Untuk harga barang sendiri apakah karyawan diberikan kesempatan dalam memberi harga atau ada harga yang sudah ditetapkan?	Tidak sepenuhnya, atasan memberikan rincian harga sampai mana konsumen boleh menawar.	Tidak sepenuhnya, harus meminta persetujuan atasan untuk harga yang ditawarkan.
7	Sudah berapa lama bekerja disini? Dan apa alasannya?	10 tahun, karna nyaman dan kebetulan atasan kami orang bali jadi meminta ijin lebih mudah, tentu dengan konsekuensinya seperti gaji harus dipotong	7 tahun, karena dekat rumah selain itu atasan orang bali dan ramah, kalau ada kendala, atasan mau mendengarkan dan membantu

Berdasarkan **Tabel 3** hasil wawancara dengan 2 karyawan yang bekerja pad UD. Sinar Alam yaitu jenis merek produk yang ditawarkan kurang beragam sehingga untuk konsumen yang memang sulit beralih merek perusahaan tidak dapat memenuhi keinginan konsumen tersebut, namun masih ada konsumen yang mau menggunakan produk dari merek yang lain selama sesuai dengan yang diinginkan. Dalam melakukan pekerjaan, karyawan diberikan fasilitas yang memadai baik untuk menjaga kebersihan tempat kerja maupun untuk keberlangsungan menjalankan usaha. Pelayanan yang baik menjadi hal utama yang dilakukan karyawan dalam melayani konsumen. Untuk menghindari terjadinya komplain karyawan harus menjelaskan dengan baik produk yang dijual. Harga barang yang dibeikan merupakan harga yang telah dibuat oleh pemilik perusahaan langsung, saat terjadinya tawar menawar karyawan dapat memberika harga terbaik, jika belum berhasil maka atasan juga berperan membantu karyawan dalam memberikan harga yang sesuai untuk menghindari kerugian penjualan. Tantangan terbesar yang dihadapi karyawan adalah melayani konsumen turis asing, keterbatasan bahasa menjadi kendala terbesar walau dengan kemajuan teknologi dapat membantu walau tidak sepenuhnya dapat membantu para karyawan melayani konsumen tersebut. Dengan begitu pimpinan mengambil peran untuk melayani konsumen turis asing tersebut. Pelayan optimal menjadi strategi yang kuat untuk mendapatkan konsumen dan mempertahankan konsumen tetap datang dan berbelanja memenuhi kebutuhan keperluan akan bahan bangunan. Dalam hal tersebut, pelayanan yang optimal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka nyaman berbelanja ke toko, yang memungkinkan pelanggan tersebut datang kembali dan menjadi pelanggan setia. Harga yang diberikan dapat ditawarkan oleh konsumen merupakan nilai tambah bagi konsumen untuk berbelanja kembali merupakan strategi yang sudah berlangsung.

Tabel 4. Tringulasi Data Hasil Wawancara Dengan Konsumen

No	Pertanyaan	Konsumen 1	Konsumen 2	Konsumen 3	Konsumen 4	Konsumen 5
1	Apa pelayanan yang diberikan memuaskan?	Cukup memuaskan	Memuaskan	Memuaskan	Memuaskan	Cukup Memuaskan
2	Apakah barang yang dicari selalu didapatkan?	Iya, dengan merek yang lain	tidak karna merek yang dicari tidak ada	Iya	Iya	Iya
3	Bagaimana dengan harga yang ditawarkan?	Mirip dengan toko yang lain	Lebih Murah dari toko yang lain	Sama dengan toko yang lain	Sama dengan toko yang lain	Sama dengan toko yang lain

4	Apa yang membedakan dengan toko yang lain?	Ketersediaan barangnya lebih lengkap	lokasinya mudah diakses mobil	Barang lebih banyak	Bisa menawar harga barang	Ketersediaan barangnya lebih lengkap
5	Apa kelemahan dibanding dengan toko yang lain?	Tidak ada	Pengiriman kadang lama	Tidak Ada	Tidak Ada	Kalau ramai pelayanannya lama
No	Pertanyaan	Konsumen 6	Konsumen 7	Konsumen 8	Konsumen 9	Konsumen 10
1	Apa pelayanan yang diberikan memuaskan?	Cukup memuaskan	Cukup Memuaskan	Cukup Memuaskan	Memuaskan	Cukup Memuaskan
2	Apakah barang yang dicari selalu didapatkan?	iya, walau merek yang berbeda	iya	Iya	tidak, karna barangnya susah didapatkan	tidak, karna barangnya habis
3	Bagaimana dengan harga yang ditawarkan?	Lebih Murah dari toko yang lain	Sama dengan toko yang lain	Sama dengan toko yang lain	Sama dengan toko yang lain	Lebih murah dengan toko yang lain
4	Apa yang membedakan dengan toko yang lain?	lokasinya mudah diakses mobil	lokasinya mudah diakses mobil	bisa menawar harga barang	bisa menawar harga barang	lokasinya mudah diakses mobil
5	Apa kelemahan dibanding dengan toko yang lain?	Kalau ramai pelayanannya lama	Kalau ramai pelayanannya lama	Kalau ramai pelayanannya lama	Pengiriman kadang lama	Pengiriman kadang lama

Berdasarkan **Tabel 4** hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang berkunjung ke UD. Sinar Alam yaitu pelayanan yang optimal membuat para konsumen nyaman untuk berbelanja walau keterbatasan merek produk yang ditawarkan sangatlah terbatas, namun ada jenis barang yang sama dengan merek yang berbeda. Terkadang pelayanan kurang optimal disaat konsumen yang berkunjung sangat ramai. Untuk harga barang yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan toko lain dan yang menjadi nilai tambah harga yang ditawarkan dapat tawar oleh konsumen. Lokasi yang mudah dijumpai dan tempat parkir yang cukup memadai membuat konsumen mudah memikirkan kendaraannya. Tertapat kelamahan yang konsumen jumpai yaitu terbatasnya merek barang, tidak adanya promosi dan juga keterbatasan komunikasi dengan menggunakan bahasa asing. Dalam hal tersebut dapat dilihat strategi perusahaan yaitu pemilihan lokasi yang tepat dan mudah diakses, juga lahan parkir yang cukup memadai menampung kendaraan konsumen. Harga yang diberikan tergolong terjangkau bahkan dapat dilakukannya proses tawar menawar. Dan barang yang dipasarkan cukup memadai.

Tabel 5. Hasil Reduksi Data

Indikator	Pemilik	Karyawan 1	Karywan 2	
Kekuatan	Baginya pelayanan dan memiliki banyak pelanggan sangat penting, usaha akan tetap berada dipinggir jalan dan juga fokus pengendalian harga pasar. Memiliki relasi yang dapat bekerjasama.	Fasilitas kerja cukup memadai dan sangat membantu, memiliki pelanggan yang loyal.	pelayanan yang ramah dan sopan.	
Kelemahan	Baginya ketersediaan barang masih belum dapat memenuhi keinginan pasar secara keseluruhan.	Keterbatasan merek barang dan keterbatasan bahasa.	Tidak ada promosi dan keterbatasan bahasa.	
Peluang	Baginya mampu memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan dan memberikan harga yang terbaik dengan kelengkapan ketersediaan barang. Adanya pembangunan yang terus menerus berlangsung.	Konsumen dapat menawar harga barang dengan jumlah tertentu.	Harga barang cukup bersaing dan menarik minat pembeli.	
Ancaman	Baginya bermunculan usaha yang menggeluti pada bidang yang sama, dan juga naik turunnya harga dipasar	Ada barang yang sulit dicari dan pesaing baru.	Adanya pesaing baru.	
Indikator	Konsumen 1	Konsumen 2	Konsumen 3	
Kekuatan	Pelayanan yang ramah	Memiliki harga yang bersaing	Selalu menyapa dan tersenyum	
Kelemahan	Merek kurang lengkap	Pengiriman agak lama	kalau ramai pelayanannya agak lama	
Peluang	Sudah menjadi langganan	Harga bisa ditawar	Toko mudah ditemukan	
Ancaman	Kurangnya promosi	Beberapa barang harganya mahal	Adanya toko bangunan baru	
Indikator	Konsumen 4	Konsumen 5	Konsumen 6	
Kekuatan	Mobil bisa diparkir	Selalu ada konfirmasi jika terjadi keterlambatan pengiriman	Pelayanan yang ramah	
Kelemahan	Terbatasnya ketersediaan merek	Tidak Ada	Kalau ramai pelayanannya agak lama	
Peluang	Barang cukup lengkap	Harga bisa ditawar	Ketersediaan barang	
Ancaman	Kurangnya promosi	Merek kurang lengkap	Adanya toko bangunan baru	
Indikator	Konsumen 7	Konsumen 8	Konsumen 9	Konsumen 10
Kekuatan	Tempat parkir luas	Tempat mudah ditemukan	Mudah diakses mobil	Selalu ada konfirmasi jika terjadi keterlambatan pengiriman

Kelemahan	Terbatasnya ketersediaan merek	Pengiriman lama	Kalau ramai pelayanannya agak lama	kalau ramai pelayanannya agak lama
Peluang	Harga bisa ditawarkan	Barang cukup lengkap	Harga bisa ditawarkan	Harga bisa ditawarkan
Ancaman	Kurangnya promosi	Merek kurang lengkap	Adanya toko bangunan baru	Adanya toko bangunan baru

Berdasarkan **Tabel 5** data yang telah direduksi yaitu Strategi Pengembangan Usaha Toko Bangunan UD. Sinar Alam yang memiliki kekuatan dengan pelayanan yang optimal sehingga konsumen menjadi nyaman, tempat yang mudah dijumpai dan ketersediaan lahan parkir yang tersedia cukup memadai. Kelemahan yang dimiliki keterbatasan bahasa yang dikuasai karyawan toko dan juga keterbatasan merk sehingga belum bisa memenuhi keinginan konsumen secara menyeluruh, disaat kondisi ramai pelayanan menjadi kurang optimal dan untuk dalam hal keterlambatan pengiriman barang selalu ada konfirmasi dari karyawan kepada konsumen harap agar bisa dimaklumi. Pembangunan yang terus berjalan hingga saat ini menjadi peluang besar untuk toko bangunan untuk memenuhi kebutuhan pembangunan. Ancaman terbesar bagi usaha dagang sendiri terutama pada toko bangunan adalah berdirinya usaha yang menggeluti usaha yang sama dengan ketatnya persaingan harga yang berada dipasar untuk memiliki pelanggan yang tetap.

Pembahasan

Hasil penelitian ini, UD. Sinar Alam merupakan UKM yang bergerak pada bidang usaha dagang, dimana penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif. Kondisi persaingan persahaan satu dengan yang lainnya semakin pesat, hal ini dapat dilihat dengan dari berbagai macam jenis UKM yang ada pada kota Singaraja dimana UD. Sinar Alam Ini berdiri dan menjalankan usahanya dari tahun 1998 hingga sekarang. Kondisi seperti ini membuat konsumen menjadi memiliki banyak kesempatan untuk memilih yang terbaik dengan penilaian masing – masing. Untuk mendapatkan suatu barang, konsumen akan cenderung memilih tempat dengan pelayanan dan harga yang ditawarkan sesuai dengan selera dan keinginan. Berdasarkan hal tersebut maka dibutuhkan suatu strategi pengembangan usaha sebagai salah satu cara untuk dapat bertahan di era persaingan yang semakin pesat.

Dalam penelitian ini, analisis kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi UD. Sinar alam akan dikupas dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, karyawan dan juga beberapa konsumen yang berkunjung pada toko. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan maka dapat dijelaskan terkait kekuatan yang dimiliki perusahaan adalah pelayanan optimal untuk dapat meyakinkan pelanggan untuk membeli barang yang dijual dan juga memberikan harga jual yang bersaing di pasaran. Selain itu memiliki relasi dapat membantu dalam mengendalikan ketersediaan barang dan juga dapat bekerjasama dalam menjalankan usaha. Tempat yang mudah diakses dan lahan parkir yang memadai menjadi hal yang tidak dapat diremehkan, tidak pelanggan yang datang menggunakan, ada juga yang menggunakan kendaraan mobil yang membutuhkan ruang lebih.

Tidak dapat dipungkiri dari kekuatan yang dimiliki perusahaan tidak lepas dari kelemahan yang harus diperhatikan. Berbagai macam merek yang bermunculan menjadi kendala karena perusahaan tidak dapat menampung semua barang dari berbagai merek tersebut. Perusahaan sulit menentukan merek mana yang akan laris terjual dengan berbagai pertimbangan baik dari harga dan juga dari segi kualitas barang itu sendiri. Dilihat dari sisi karyawan kelemahan yang dihadapi adalah kendala pada bahasa, walau tidak sering ada pelanggan berasal dari luar negeri, terkadang beberapa dari mereka tidak fasih berbahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Dengan begitu karyawan meminta bantuan atasan untuk membantu dalam melayani pelanggan dari luar negeri tersebut tersebut. Seperti diungkapkan Luh Seni Utari sebagai kasir (02-5-2023):

“Untuk merek barang masih bisa diatasi, yang paling memerlukan tenaga besar adalah menghadapi *bule*, kalau pakai bahasa Inggris masih bisa mengerti sedikit – sedikit dengan bantuan *handphone*, tapi kalau tidak memungkinkan, kami minta bantuan kepada atasan untuk melayaninya”

Terlepas dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan ada pula peluang dan ancaman yang perlu dihadapi setiap saat. Mengenai peluang yang dihadapi dari hasil wawancara dan dilihat dari

fenomena secara langsung di kota Singaraja yang semakin hari semakin banyak pembangunan, baik bangunan baru maupun renovasi bangunan. Hal tersebut menjadi peluang besar yang dapat menguntungkan perusahaan.

Jika ada peluang maka tentu saja ada ancaman yang nantinya yang harus dihadapi oleh perusahaan itu sendiri adalah persaingan yang semakin ketat terutama persaingan pada bidang usaha yang sama. Pelanggan tetap tidak mungkin tidak tergoyahkan jika menemukan harga yang dipromosikan pada toko yang lain. Menurut pengakuan pelanggan melalui wawancara, Komang Budiarta (02-05-2023) memaparkan:

“Harga adalah sangat penting bagi para pelanggan seperti saya, saya sebagai pelanggan yang sedang membangun rumah di belakang Rumah Sakit Parama Sidhi harus sangat memperhatikan keuangan, toko ini hanya kurang promosi”

Jadi usaha ini harus mampu memperkuat diri dengan bertahan dan berkembang dengan banyaknya persaingan yang semakin ketat. Berdasarkan hasil wawancara tersebut diatas, dari analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal maka dapat ditampilkan lebih rinci mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi oleh UD. Sinar Alam adalah sebagai berikut:

- 1) Kekuatan (*Strength*)
 - a. Pelayanan yang optimal dan banyaknya pelanggan.
 - b. Tempat usaha yang mudah ditemui dan lahan parkir yang luas.
 - c. Adanya konfirmasi ke pelanggan jika terjadi keterlambatan pengiriman.
 - d. Memiliki relasi.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
 - a. Terbatasnya merek barang.
 - b. Keterbatasan bahasa.
 - c. Kurangnya promosi.
- 3) Peluang (*Opportunities*)
 - a. Pangsa pasar masih luas.
 - b. Ketersediaan barang mencukupi.
 - c. Harga dapat ditawarkan.
- 4) Ancama (*Threats*)
 - a. Adanya wirausaha baru pada bidang yang sama.

Berdasarkan hasil analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dihadapi oleh UD. Sinar Alam yang telah dirinci, dapat diketahui strategi yang digunakan pada perusahaan selama ini diantaranya :

- a. Pelayanan yang optimal dapat menarik konsumen untuk berbelanja, dilihat dari cara melayani dan menawarkan barang dan harga. Serta adanya konfirmasi kepada konsumen jika terjadi keterlambatan pengiriman.
- b. Lokasi juga mendukung usaha ini dapat bertahan lama, terletak pada pinggir jalan raya yang mudah diakses dan menyediakan lahan parkir yang memungkinkan mobil konsumen dapat masuk.
- c. Relasi yang dimiliki menjadi pendukung usaha ini, dimana relasi ini dapat membantu perusahaan ketika barang yang tersedia tidak mencukupi keinginan konsumen dengan ketentuan atau syarat perjanjian yang telah disepakati kedua belah pihak.
- d. Keuangan merupakan hal yang paling sensitive saat menjalankan suatu usaha. Laba hasil perusahaan tidak sepenuhnya menjadi penambah modal melainkan dibagi kembali menjadi 3 yaitu menambah modal, tabungan usaha, dan uang jaga - jaga perusahaan. Dimana hal tersebut dilakukan demi mengatasi hal hal yang terduga seperti saat COVID-19 terjadi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : UD. Sinar Alam merupakan sebuah toko yang menjual material dan perlengkapan bahan pembangunan. Memang bukan merupakan toko satu – satunya yang berada di kota Singaraja, namun mampu bersaing dari tahun

1998 hingga saat ini. Kekuatan utama dari perusahaan adalah pelayanan yang optimal, ketersediaan barang dan juga harga yang dapat bersaing dipasaran. Selain kekuatan yang dijunjung tinggi juga terdapat kelemahan yang tidak dapat dipungkiri yaitu keterbatasan bahasa dalam melayani konsumen yang berasal dari luar negeri, kurangnya promosi juga menjadi faktor yang mempersulit berkembangnya usaha ini. peluang yang sangat besar yang dapat memungkinkan usaha ini dapat berdiri hingga saat ini, dibuktikan dengan ada banyaknya pembangunan yang berkelanjutan disetiap tempat baik pembangunan rumah maupun ruko – ruko yang akan digunakan membangun usaha. Karena bukan merupakan toko bangunan satu – satunya di kota singaraja, jadi bukan hal yang mudah untuk menghadapi ancaman dari persaingan yang sangat ketat. Dari hal tersebut dapat membuat dan mengatur strategi untuk digunakan dalam mengembangkan usaha bahkan dapat memajukan usaha dan dapat bertahan hingga saat ini

Saran

Saran yang dapat diberikan dari peneliti untuk Toko Bangunan UD.Sinar Alam dalam penelitian ini antara lain : Harus ada srategi – strategi untuk mengembangkan usaha agar dapat semakin maju yang memungkinkan bisa membuka cabang baru atau membuat gudang unuk menampung lebih banyak merek dagang. Mulailah melakukan promosi untuk langkah awal melawan balik para pesaing maupun pendatang baru untuk memperahankan eksistensi perusahaan yang sudah berjalan selama 25 tahun. Karna dari promosi dapat menarik pelanggan baru lebih banyak. Pertahankan pelayanan optimal yang sudah dilakukan selama ini, dan juga menjaga relasi dengan baik agar perusahaan tetap bisa bekerjasama dengan jangka waktu panjang. Diadakannya kursus maupun pelatihan bahasa asing untuk karyawan untuk dapat berkomunikasi lebih baik dalam menghadapi pelanggan dari kalangan turis asing

DAFTAR RUJUKAN

- Anoraga Pandji, 2007. Pengantar bisnis Pengelolaan Bisnis Dalam EraGlobalisasi. Jakarta: Rieneka Cipta.
- Arianto, E., & Kontemporer, P. M. S. (2007). pengertian Strategi. Tersedia pada <http://strategika.wordpress.com/2007/06/24/pengertian-strategi/>.(Diakses tanggal 25 September 2013).
- Ayu Putri Septiana , Sri Kantun , Retna Ngesti Sedyati. 2017. Jurnal : Perilaku Kewiausahaan
- AR, Syamsudin dan Damaianti. (2011). Metode penelitian pendidikan bahasa. Bandung: remaja rosdakarya.
- Basuki, Sulistyoyo. 2006. Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.
- Brown, R. D. dan G. J. Petrello. 1976. Introduction to Business, An
- Daru Nur Diana. 2020. Artikel : Analisis Data Kualitatif Dan Kuantitatif.
- David, F.R. 2009. Manajemen Strategis. Jakarta : Salemba Empat
- David, F.R.. 2011. Manajemen Strategis : Konsep. Jakarta : Salemba Empat
- Hunger, J.D. dan Wheelen, T.L. (2012).Strategic Management and BussinessPolicy: Toward Global Sustainability (13th Edition). New York: Pearson.
- John A. Pearce II dan Richard B.Robinson, Jr., (2008).Manajemen Strategis- Formulasi, Implementasi dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2000, Marketing Management. Edisi Milenium, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Kuncoro, Mudrajad, 2005. Strategi (Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif),
- Rangkuti, Freddy.(2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis KasusIntegrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanti, Benedicta Prihatin Dwi, 2003. Kewirausahaan Dipandang dari Sudut Pandang Psikologi Kepribadian, Cetakan Pertama, Penerbit PT Grasindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuntitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed. Methods). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran. Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Ulber, Silalahi. 2009. Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT. Refika Aditama.