

# **USAHA RETAIL SEMBAKO “BERKAH BARENG”**

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian  
persyaratan Mencapai derajat  
Sarjana S1 Manajemen**

**Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh:

**Muhammad Arya Zainul Muttaqin (30401800211)**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN**

**AGUNG SEMARANG**

**2021**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**LAPORAN WIRUSAHA PROGRAM MB-KM**  
**MENGEMBANGKAN USAHA RETAIL SEMBAKO**  
**BERKAH BARENG**


Disusun Oleh :


**MUHAMMAD ARYA ZAINUL MUTTAQIN**  
NIM : 30401800211

**Susunan Dewan Penguji**

Dosen Pembimbing Lapangan


Mentor


  
Dr. Triwikaningrum, SE, MSi  
NIDN. 0618107203

  
Landhes Manuhara, S.Kom

DOSEN PENGUJI

DOSEN PENGUJI

  
Dra. Sitty Yuwalliatin, MM  
NIDN. 0014075101

  
Sri Wahyuni Ratnasari, SE., M.Bus  
NIDN. 0629127101

Laporan akhir magang MB-KM telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Tanggal 16 Mei 2022

Ketua Program Studi Manajemen

  
Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM  
NIDN : 0623036901

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Arya Zainul Muttaqin  
NIM : 30401800211  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul **“Mengembangkan Usaha Retail Sembako Berkah Bareng”** merupakan karya peneliti sendiri dan tidak ada unsur plagiarisme dengan cara yang tidak sesuai etika atau tradisi keilmuan. Peneliti siap menerima sanksi apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini.

Semarang, 02 April 2023

Yang membuat pernyataan



Muhammad Arya Zainul Muttaqin  
NIM. 30401800211

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

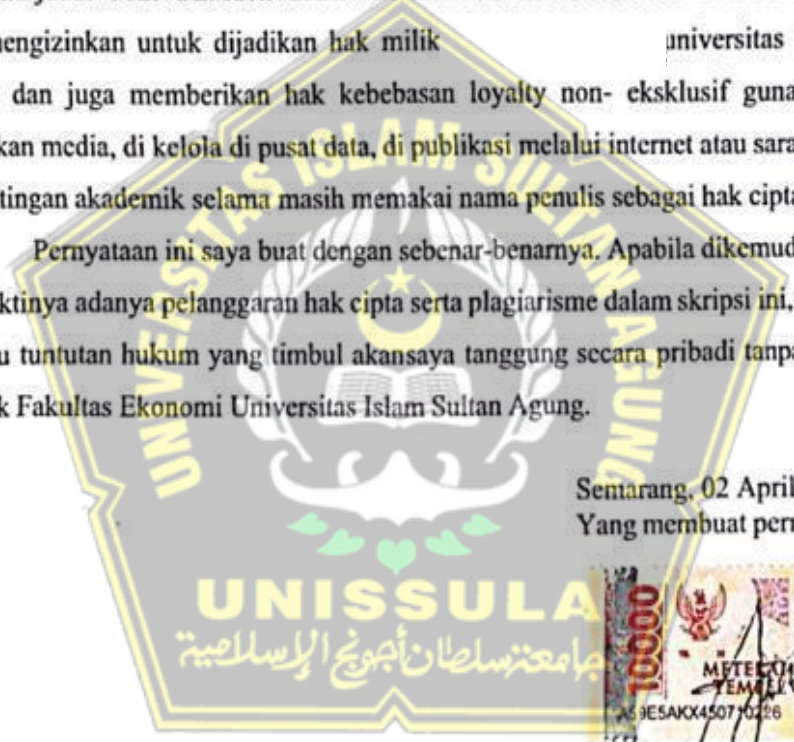


Saya yang menyatakan serta bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Arya Zainul Muttaqin  
Nim : 304018000211  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Bersama ini saya menyampaikan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya yang memiliki judul "*MENGEMBANGKAN USAHA RETAIL SEMBAKO BERKAH BARENG*" dan mengizinkan untuk dijadikan hak milik universitas islam sultan agung dan juga memberikan hak kebebasan loyalty non- eksklusif guna di simpan, dialihkan media, di kelola di pusat data, di publikasi melalui internet atau sarana lainguna kepentingan akademik selama masih memakai nama penulis sebagai hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudia hari dapat dibuktinya adanya pelanggaran hak cipta serta plagiarisme dalam skripsi ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akansaya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 02 April 2023  
Yang membuat pernyataan,

  
  
  
Muhammad Arya Zainul Muttaqin  
NIM: 304018000211

### ABSTRACT

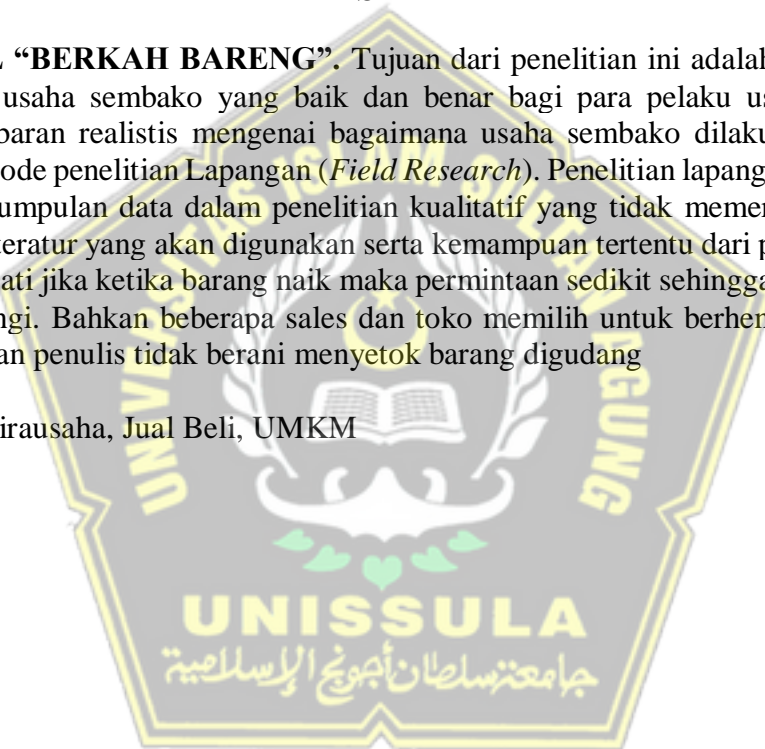
**RETAIL BUSINESS “BERKAH BARENG”.** The aim of this research is to find out how to manage the basic food business properly and correctly for business actors. This research provides a realistic picture of how the basic food business is carried out. This research uses field research methods (Field Research). Field research is a data collection method in qualitative research that does not require in-depth knowledge of the literature to be used and certain abilities on the part of the researcher. The results of the study found that when goods increase, the demand is small so that the stock of goods in stores tends to decrease. Even some sales and shops choose to stop buying goods, just as the author does not dare to stock up on goods in the warehouse

Keywords: Entrepreneurship, Buying and Selling, UMKM

### ABSTRAK

**BISNIS RETAIL “BERKAH BARENG”.** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara pengelolaan usaha sembako yang baik dan benar bagi para pelaku usaha. Penelitian ini memberikan gambaran realistis mengenai bagaimana usaha sembako dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan merupakan salah satu metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang tidak memerlukan pengetahuan mendalam akan literatur yang akan digunakan serta kemampuan tertentu dari pihak peneliti. Hasil penelitian mendapati jika ketika barang naik maka permintaan sedikit sehingga stok barang ditoko cenderung dikurangi. Bahkan beberapa sales dan toko memilih untuk berhenti membeli barang, sama halnya dengan penulis tidak berani menyetok barang digudang

**Kata kunci :** Wirausaha, Jual Beli, UMKM





## KATAPENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-nya penulis bisa menyelesaikan laporan KM- MB wirausaha berjudul **”MENGEMBANGKAN USAHA RETAIL SEMBAKO BERKAH BARENG”**. Adapun maksud dan tujuan dari penyusunan laporan ini adalah guna sebagai tugas akhir yang diberikan oleh Dosen pada program KM-MB berbasis wirausaha.

Dalam proses penyusunan laporan ini pastinya menjumpai berbagai hambatan, namun berkat dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari semua pihak selama penyusunan pra laporan ini, akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE, M.SI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang.
2. Bapak Dr. Lutfi Nurcholis, ST, SE, MM selaku Kepala Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Dr. Triwikaningrum, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, dan bimbingan dalam pembuatan laporan KM-MB wirausaha.

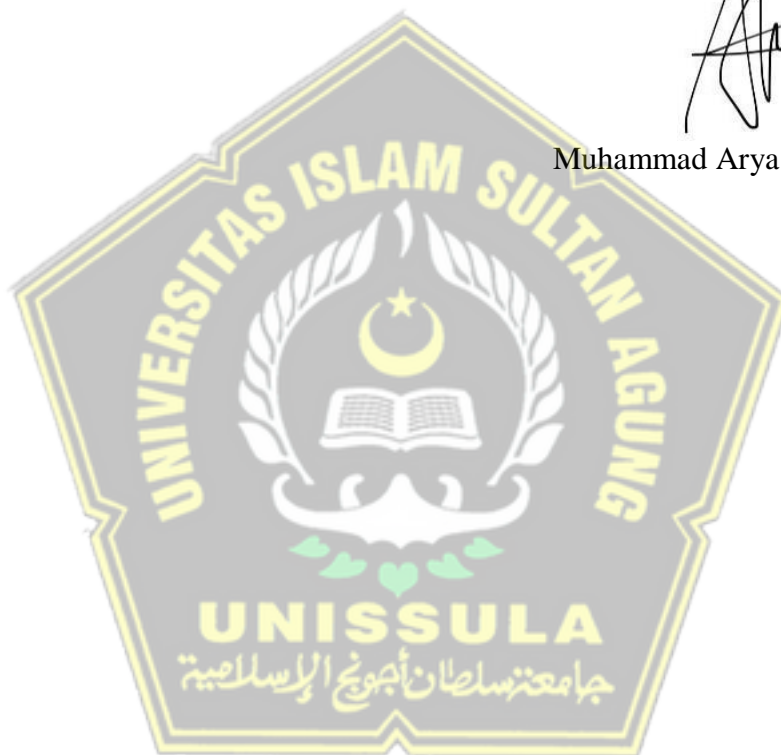
4. Bapak Landhes Manuhara, S.Kom selaku Mentor Wirausaha yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan saran selama menjalankan kegiatan KM-BM Wirausaha.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing dan memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staf Karyawan dan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan informasi mengenai penyusunan laporan KM-MB wirausaha.
7. Bapak Syaefuddin Adha dan Ibu Siti Maskanah tercinta selaku orangtua kandung penulis yang selalu memberikan motivasi, dan dukungan yang luar biasa, serta tidak pernah lupa untuk mendoakan kelancaran penulis selama menyusun laporan KM-MB wirausaha.
8. Adik Hafizh Hanifudin dan Dwi Cinta Amalia tercinta yang selalu memberikan semangat dan menghibur penulis selama penyusunan laporan KM- MB wirausaha.
9. Keluarga besar tersayang, khususnya Nenek, Kakek, Tante dan Om yang selalu mendoakan kelancaran dan kesuksesan penulis dalam menyusun laporan KM-MB wirausaha.
10. Sahabat dan teman-teman terdekat penulis yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama penyusunan laporan KM- MB wirausaha.

Besar harapan Penulis, laporan ini dapat memberikan manfaat kepada semua orang-orang yang telah membacanya dan dapat membantu teman-teman yang lain dikemudian hari. Akhir katayang Penulis sampaikan mohon maaf apabila dalam penulisan proposal ini masih belum sempurna.

Kendal, 30 Juli 2021



Muhammad Arya Zainul Muttaqin





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LatarBelakang .....	1
1.2 Tujuan.....	4
1.3 Sistematika Laporan .....	4
<b>BAB II PROFIL USAHA</b> .....	<b>7</b>
2.1 SejarahBerkahBareng .....	7
2.2 Lokasi Berkah Bareng .....	7
2.3 Asset .....	7
2.3.1 MobilPickup.....	8
2.3.2 Bangunan Toko .....	8
2.3.3 Handphone dan Kuota .....	8
2.4 Logo Berkah Bareng.....	8
2.5 Produk.....	9
2.6 Kebijakan .....	10
2.7 Supplier.....	12
2.8 Sumber Daya.....	12
2.9 Media Pemasaran .....	13
<b>BABIII AKTIVITAS WIRAUSAHA</b> .....	<b>14</b>
3.1 Persiapan.....	14
3.1.1 UjiIdeBisnis.....	14
3.1.2 Business Model Canvas .....	15

3.2 Pelaksanaan.....	16
3.2.1 Pencarian Produk.....	16
3.2.2 Pemasaran produk.....	16
3.2.3 Penentuan Harga.....	17
3.2.4 Penerapan sistem delivery.....	18
<b>BAB IV TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>19</b>
4.1 Perusahaan Dagang.....	19
4.1.1 Usaha yang dilakukan.....	19
4.1.2 Kegiatan Akuntansi.....	19
4.2 Manajemen Strategi.....	20
4.3 Bussiness Model Canvas.....	20
4.4 Analisis SWOT.....	21
4.5 Marketing Mix.....	21
4.6 Saluran Distribusi.....	22
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
5.1 Ide Kewirausahaan.....	23
5.2 Implementasi dalam kerja lapangan.....	23
5.3 Menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan Usaha Sembako.....	24
5.3.1 Kekuatan Usaha Sembako.....	24
5.3.2 Kelemahan Usaha Sembako.....	25
5.3.3 Peluang Usaha Sembako.....	25
5.3.4 Tantangan Usaha Sembako.....	25
5.3.5 Rencana Tindak Lanjut SWOT.....	26
5.4 Hasil dari kegiatan bisnis yang telah diperoleh.....	29
5.5 Hasil Dari Kegiatan Bisnis Yang Telah Diperoleh.....	30
5.6 Rencana Tindak Lanjut.....	31
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>33</b>
6.1 Kesimpulan.....	33
6.2 Rekomendasi.....	33
<b>BAB VII REFLEKSI DIRI.....</b>	<b>35</b>
7.1 Hal positif terhadap kegiatan WirausahaMerdeka Belajar-Kampus	

Merdeka .....	35
7.2 Manfaat Program Kegiatan Wirausaha terhadap pengembangan soft-skills dan kekurangan soft-skills .....	35
7.3 Manfaat wirausaha terhadap pengembangan kemampuan kognitif .....	36
7.4 Kunci sukses dalam berwirausaha .....	36
7.5 Rencana perbaikan atau pengembangan diri, karir, dan pendidikan .....	36
DAFTARPUSTAKA .....	38
LAMPIRAN .....	39



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Kebijakan Harga.....	10
Tabel 2.2 Supplier.....	12
Tabel 3.1 Penentuan Harga.....	17
Tabel 5.1 Analisis SWOT .....	25



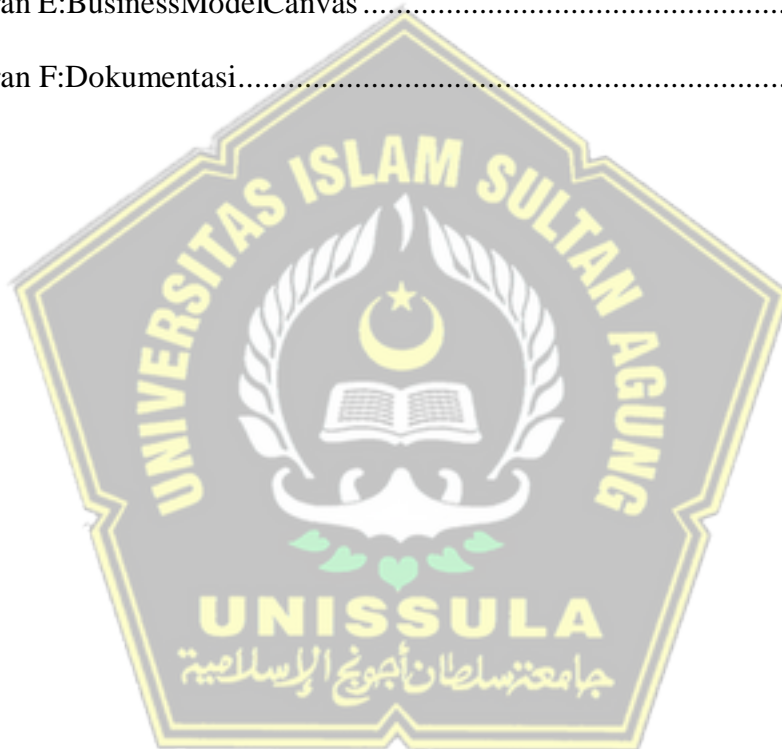
**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Logo dan Nota Bisnis BerkahBareng .....	9
Gambar 2.2 Penjualan di Facebook .....	13



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A: LogbookKegiatanBesertaDokumentasi.....	49
Lampiran B:LaporanKeuangan .....	88
Lampiran C:DataToko .....	101
Lampiran D:DataSales .....	102
Lampiran E:BusinessModelCanvas .....	103
Lampiran F:Dokumentasi.....	105





## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Kewirausahaan merupakan kemampuankreatif serta inovatif yang dijadikan landasan, kiat, sumber daya untuk mencari peluang sukses. Mempunyai jiwa enterpreuner artinya memiliki dorongan mental yang mandiri, kreatif, Inovatif, bertanggung jawab, disiplin, serta tidak mudah menyerah seperti halnya seorang wirausaha yang memulai usahanya dari nol.

Menurut Dush M. Dkk. (2021) di Orisa, India menemukan bahwa kewirausahaan yang dijalankan oleh kaum muda dalam beberapa tahun terakhir telah mendongkrak persaingan ekonomi serta meningkatkan pembangunan di daerah tersebut. Kewirausahaan dikalangan anak muda jarang sekali tereksplorasi secara khusus, bahkan kebijakan dan program seringkali dibuat berlaku untuk semuanya (*one size fitall*).

Bisnis sudah tidak identik lagi dengan suatu usaha yang dijalankan oleh mereka yang berusia matang dengan segenap kemampuan dan skill pendukung dalam mendirikan sebuah bisnis. Anak muda khususnya kaum mahasiswa dengan rentang usia antara 18- 25 tahun telah banyak yang menjadi pebisnis muda atau pengusaha muda atau lebih dikenal dengan istilah young entrepreneurship.

Dengan penjelasan diatas, penulis bersemangat untuk membuka usaha sendiri disela-sela perkuliahannya. Penulis berniat untuk membuka usaha sembako dengan produk andalannya yaitu minyak serta the bandulan. Mulanya mendirikan

usaha sembako bertujuan untuk memenuhi kebutuhan para sales dan toko yang ada disekitar. Karena kompetitor yang ada, senang dalam memainkan harga pasar. Maka dariitu, penulis mencari produsen tangan pertama sehingga harga dapat bersaing di pasar.

Telah diketahui di Indonesia dalam kurun waktu 2 tahun ini sedang dilanda wabah pandemic covid-19. Hal ini menyebabkan tatanan global menjadi kacau, berdampak pada beberapa sektor. Tidak hanya pada sektor kesehatan saja, sektor perekonomian juga merasakan dampak yang signifikan. Bagaimana tidak?

Disebutkan pada laporan *Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)* bahwa pandemic mengakibatkan terhentinya aktivitas produksi di banyak negara, jatuhnya tingkat konsumsi masyarakat, hilangnya kepercayaan konsumen, serta jatuhnya bursa saham yang berakibat pada ketidakpastian (Nalini, 2021).

Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk membatasi aktivitas masyarakat guna untuk memutus rantai penyebaran covid-19. Sedangkan, telah diketahui dari data BPS bahwa UMKM yang berada di Indonesia mencapai 64,2 juta unit per 2018. Angka tersebut mencapai 99,9 persen dari keseluruhan usaha yang beroperasi di Indonesia. UMKM berkontribusi 60,3% dari total Produk Domestik Bruto (PDB), dan menyerap 97% dari total tenaga kerja serta 99% dari total lapangan kerja. Banyaknya jumlah UMKM memiliki dampak yang baik yaitu sebagai tempat penyerapan tenaga kerja, serta membantu membentuk Produk Domestik Bruto (PDB).

Adanya pandemic seperti ini, harga-harga produk yang ada mengalami kenaikan yang tidak menentu. Dikarenakan stok-stok bahan pokok yang ada hanya sedikit atau terbatas dan itu yang mengakibatkan harga penjualan menjadi

tinggi, maka hukum pasar akan berlaku, karena dengan barang yang sedikit dan harga akan bergerak naik. Semenjak pandemi covid-19 dengan harga pokok yang naik, mau tidak mau pedagang juga ikut menaikkan harga jual karena tingginya harga beli begitupun juga warga terpaksa membeli karena kebutuhan.

Usaha sembako penulis pun juga terkena dampak dari adanya pandemi, sehingga terkadang tidak berani menyetock barang karena harga barang dari produsen cenderung tidak stabil. Penulis hanya berani mengambil produk ketika ada pesanan dari konsumen. Jadi, sistem pemesanan saat ini dapat dikatakan sistem pre-order (PO). Dimana konsumen akan mendapatkan barang yang diinginkan beberapa hari kemudian.

Usaha sembako ini memanfaatkan media sosial seperti facebook untuk melakukan promosi produk, serta untuk mencari tahu harga pasaran yang beredar di Jawa Tengah terutama di Kabupaten Kendal. Konsumen dari usaha sembako ini rata-rata mengetahui usaha sembako ini dari postingan produk di facebook. Penulis melakukan service delivery sebagai keunggulan dari usaha ini, sehingga memudahkan konsumen mendapatkan barang yang diinginkan tanpa harus ke toko. Jadi konsumen hanya memesan melalui chatting atau telfon, kemudian menunggu barang yang diinginkan dan membayar ditempat.

Usaha ini memiliki keunggulan absolute, yaitu dengan adanya teman dari orangtua yang berprofesi sebagai sales freelance, sehingga banyak sales yang mengetahui usaha retail sembako Berkah Bareng. Dengan begitu sales akan mengambil barang dari toko Berkah Bareng, yang kemudian dapat dijual kembali. Bahkan ada beberapa toko yang mengambil barang di toko Berkah Bareng untuk mendapatkan harga yang dapat bersaing.

## 1.2 Tujuan

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang diatas, dapat diketahui beberapa tujuan dari penulisan pralaporan ini,yaitu:

1. Untuk mengetahui cara pengelolaan usaha sembako agar dapat bersaing dengan kompetitor sembako lainnya.
2. Menjabarkan mengenai analisi SWOT dalam meningkatkan strategi bisnis supaya menjadi lebih efektif
3. Menjelaskan mengenai analisis 4P (Price, Place, Promotion, Produk) dalam meningkatkan strategi

## 1.3 Sistematika Laporan

Bab I :Pendahuluan

- Mahasiswa menguraikan latar belakang tentang alasan memilih program Kegiatan Wirausaha KM-MB dan bidang bisnis yang dilakukan.
- Mahasiswa menguraikan tujuan penyusunan laporan Kegiatan Kegiatan Wirausaha KM-MB. Tujuan harus mencerminkan hal-hal yang akan diuraikan di bab analisis.
- Sistematika Laporan

Bab II :Profil Mitra

Kegiatan Wirausaha ini akan didampingi oleh Mentor Kewirausahaan dari Lembaga Pendamping Praktek Kewirausahaan (LPPK) yang ditunjuk sebagai Mitra. Apabila diijinkan oleh LPPK yang ditunjuk maka mahasiswa dapat memasukkan sub-bab profil organisasi ini, dan mahasiswa menguraikan hal-hal berikut:

- Profil organisasi LPPK yang ditunjuk yang mencakup karakteristik

organisasi, seperti struktur organisasi, proses bisnis, ketentuan/peraturan terkait, dan sejenisnya.

- Profil organisasi juga mencakup proses penciptaan nilai untuk pemangku kepentingan yang dilakukan oleh organisasi tersebut (misalnya melalui produk atau jasa yang dihasilkan).
- Profil organisasi juga menjelaskan praktik manajemen LPPK yang ditunjuk dalam membantu klien atau pihak lain dalam mencapai tujuannya.

### Bab III :Aktivitas Wirausaha KM-MB

Mahasiswa menguraikan seluruh aktivitas yang dilakukan selama mengikuti Kegiatan Wirausaha KM-MB

### Bab IV :Kajian Pustaka

Mahasiswa menguraikan berbagai pendekatan teoritis dalam menjelaskan fenomena yang terjadi terkait pelaksanaan Kegiatan Wirausaha.

### Bab V :Analisis dan Pembahasan

- Mahasiswa menguraikan ide kewirausahaan.
- Mahasiswa mengimplementasikan ide-ide tersebut dalam praktek kewirausahaan.
- Mahasiswa menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan kewirausahaan
- Mahasiswa menjelaskan hasil-hasil dari kegiatan bisnis yang telah diperoleh
- Mahasiswa menjelaskan rencana tindak lanjut

### Bab VI :Kesimpulan dan Rekomendasi

- Kesimpulan

Mahasiswa menyimpulkan pendapatnya tentang ide-ide kewirausahaan, praktek kewirausahaan dan peluang bisnis di masa depan.

- Rekomendasi

Mahasiswa merekomendasikan hal-hal yang terkait dengan hasil analisis dan pembahasan, rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki LPPK yang ditunjuk, dan rekomendasi tentang hal-hal yang perlu diperbaiki oleh program studi yang dirasakan sebagai kelemahan yang berkontribusi pada keterbatasan mahasiswa saat melaksanakan Kegiatan Wirausaha.

Bab VII :Refleksi Diri

- Mahasiswa memberikan penjabaran tentang hal-hal positif yang diterima selama Program Kegiatan Wirausaha KM-MB berlangsung.
- Mahasiswa memberikan penjabaran tentang manfaat Program Kegiatan Wirausaha KM-MB terhadap pengembangan *soft-skills* dan kekurangan *soft-skills* yang dimilikinya.
- Mahasiswa memberikan penjabaran tentang manfaat Program Kegiatan Wirausaha KM-MB terhadap pengembangan kemampuan kognitif dan kekurangan kemampuan kognitif yang dimilikinya.
- Mahasiswa mengidentifikasi kunci sukses dalam berwirausaha berdasarkan pengalamannya di tempat Program Kegiatan Wirausaha KM-MB berlangsung.
- Mahasiswa memberikan penjabaran mengenai rencana perbaikan/pengembangan diri, karir, dan pendidikan selanjutnya



## **BAB II**

### **PROFIL USAHA**

#### **2.1 Sejarah Berkah Bareng**

Pada awalnya Berkah Bareng memulai usaha sembako, karena adanya sales yang mengeluh bahwa dia tidak kuat bertahan dikarenakan dia terlilit hutang dan disini penulis mempunyai ide untuk mendirikan usaha Berkah Bareng. Tujuan awal mendirikan Berkah Bareng yaitu ingin membantu sales yang terlilit hutang, supaya sales tetap dapat berjualan sehingga hutangnya akan perlahan berkurang. Dengan begitu nama Berkah Bareng didapatkan dari keluhan sales, yang diharapkan dengan adanya toko Berkah Bareng dapat membawa keberkahan bersama.

#### **2.2 Lokasi Berkah Bareng**

Lokasi toko Berkah Bareng terletak di JL. Sri Agung Cepiring, Kabupaten Kendal dan lokasi toko Berkah Bareng bisa di bilang strategis karena letaknya tidak jauh dari pasar tradisional Cepiring yang berjarak 500 meter. Lokasi juga mudah di jangkau menggunakan transportasi truk sehingga supplier tidak perlu khawatir jika ingin mengirim barang menggunakan transportasi truk.

#### **2.3 Asset**

Asset adalah sumber kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dapat memberikan manfaat pada usaha dimasa depan. Dengan begitu toko Berkah Bareng memanfaatkan asset ini sebagai sumber kekayaan untuk menghasilkan keuntungan dimasa yang akan datang sekaligus untuk modal awal. Berikut

merupakan asset yang dimiliki toko Berkah Bareng.

### **2.3.1 Mobil Pickup**

Merupakan asset transportasi yang dimanfaatkan toko berkah bareng untuk mengantarkan produk maupun pengambilan produk. Maka hal ini mobil pickup hanya mengeluarkan 50.000 - 100.000 untuk melakukan rangkaian suatu kegiatan.

### **2.3.2 Bangunan Toko**

Merupakan asset bangunan yang dimanfaatkan toko Berkah Bareng untuk menyimpan stok produk. Dalam hal ini asset bangunan mengeluarkan biaya untuk listrik sebesar 60.000/bulan dan air sebesar 35.000/bulan untuk pemakaian bangunan.

### **2.3.3 Handphone dan Kuota**

Merupakan asset teknologi internet yang bermanfaat dalam memasarkan produk yang dimiliki oleh toko Berkah Bareng melalui media sosial seperti facebook dan whatsapp. Untuk mengoperasikan handphone memerlukan kuota, kuota sendiri berfungsi untuk mengkoneksikan internet dan biaya untuk kuota sendiri mengeluarkan sebesar 74.000/bulan

## **2.4 Logo Berkah Bareng**

Suatu bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan pastinya memiliki identitas yang mempunyai makna dan bisa di jadikan tujuan maupun cerminan perusahaan. Identitas dapat digambarkan melalui logo perusahaan. Sebagai berikut merupakan logo Berkah Bareng.



Gambar 2.1 Logo dan nota Bisnis Berkah Bareng  
Sumber: Muhammad AryaZainul Muttaqin Tahun:2021

Penjelasan Logo “Berkah Bareng” antara lain:

1. Pada logo BB yang berada ditengah merupakan singkatan dari Berkah Bareng.
2. Dibagian atas terdapat mahkota yang mengartikan bahwa suatu hari akan menjadi raja retail Sembako
3. Warna biru yang melingkari logo BB mengartikan bahwa perusahaan ini dapat diandalkan oleh konsumen dan perusahaan dapat bertanggungjawab jika melakukan kesalahan.

## 2.5 Produk

Terdapat dua produk yang dijual ditoko Berkah Bareng,yaitu:

1. Teh Bandulan, teh yang memiliki kemasan cup kecil.



2. Minyak Goreng, minyak yang dijual mulai dari 450ml–2liter. Berbagai macam merk mulai dari produk local sampai nasional.



Minyak Koki Sragen 900ml    Minyak Hemart 1Liter



Minyak Masku 2Liter

Minyak Fortune 1Liter

Minyak Sun Oil

## 2.6 Kebijakan

1. Kebijakan Harga yang diberikan terbagi menjadi tiga, yaitu:

**Tabel 2.1 Kebijakan Harga**

Jenis Produk	Harga A	Harga B	Harga C
Minyak Sun Oil 450 ml	136.000	137.000	138.000
Minyak Sun Oil 800 ml	138.000	139.000	140.000
Minyak Hemart 1L	160.000	161.000	163.000

Minyak Koki Sragen 900ml	139.000	140.000	141.000
Minyak Masku 2L	152.000	153.000	154.000
Minyak Fortune 1L	160.000	161.000	163.000
Teh Bandulan	18.400	18.500	19.000

Keterangan:

- a. Harga A yang diberikan untuk sales
  - b. Harga B yang diberikan untuk toko dengan pengambilan sesuai ketentuan
  - c. Harga C yang diberikan untuk toko dengan pengambilan dibawah ketentuan
2. Kebijakan Pengiriman dibagi menjadi dua:
- a. Ketika barang dikatakan ready, maka pengiriman dilakukan keesokan harinya dengan menggunakan transportasi mobil pickup
  - b. Ketika barang pre-order, maka barang akan dikirim estimasi 3-4 hari menggunakan transportasi mobil pickup
  - c. Pengiriman dilakukan dengan minimal pembelian 50 karton
3. Kebijakan Barang
- a. Barang yang datang harus melalui pengecekan untuk disesuaikan dengan nota yang tertera
  - b. Ketika akan dilakukan pengiriman ke konsumen serta penerimaan barang dari supplier, maka akan dilakukan pengecekan untuk kondisi barang

## 2.7 Supplier

Saat ini produk yang dijual di toko Berkah Bareng khususnya produk minyak goreng didapatkan dari pihak tangan pertama, dan the bandulan didapatkan dari pihak produsen. Berikut disajikan table mengenai supplier minyak goreng dan Teh Bandulan di toko Berkah Bareng.

**Tabel 2.2 Supplier**

Nama Supplier	Alamat
Pak Edi (Minyak Goreng)	Purwodadi, Jawa tengah, Indonesia
Ibu Dita (Minyak Goreng)	Mijen, Semarang, Jawa tengah, Indonesia
Minyak Sun Oil Weleri (Minyak Goreng)	Weleri, Kendal, Jawa Tengah, Indonesia
CV BUDI DJAJA (Teh Bandulan) Sales pak Edi	Pekalongan, Jawa Tengah, Indonesia

## 2.8 Sumber Daya

- a. Pemilik Usaha
  - Mengelola keuangan
  - Mencari calon konsumen
  - Mencari calon supplier
- b. Kasir
  - Pembuatan nota
  - Mencatat stock ketersediaan produk
- c. Tenaga serabutan Membantu bongkar muat untuk barang yang datang serta barang yang akan dikirim ke konsumen.



## 2.9 Media Pemasaran

Dalam pengenalan produk dan toko dilakukan oleh pemilik toko dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook. Pengenalan produk serta toko menggunakan akun yang bernama Berkah Bareng, dimana isi dari postinganya mengenai produk yang dijual. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk berkomunikasi dengan konsumen mengenai ketersediaan barang serta pemesanan produk.



Gambar 2.2 Penjualan di facebook

Sumber: Muhammad Arya Zainul Muttaqin

Tahun: 2021

## BAB III

### AKTIVITAS WIRAUSAHA

#### 3.1 Persiapan

Tahap persiapan dimulai dengan tahap perkenalan mengenai program Kampus Merdeka Merdeka Belajar (KM-MB) yang diadakan oleh Universitas Islam Sultan Agung. Banyak program yang ditawarkan dalam KM-MB, salah satunya yaitu program kewirausahaan. Dengan diadakannya program kewirausahaan diharapkan dapat mengasah *soft-skill* maupun *hard-skill* mahasiswa.

Dalam hal persiapan terdapat tugas-tugas yang akan dilakukan oleh mahasiswa, yaitu:

1. Mampu mengamati peluang serta dapat menciptakan ide bisnis yang dapat mendatangkan keuntungan bagi mahasiswa
2. Mampu menjalankan ide bisnis yang telah diamati serta direncanakan oleh mahasiswa.

Dengan adanya persiapan yang telah diberikan via daring melalui aplikasi, diharapkan mahasiswa dengan penuh semangat menjalankan ke giatan tersebut. Selain itu, mahasiswa dapat memiliki gambaran - gambaran usaha yang nantinya dipilih.

##### 3.1.1 Uji Ide Bisnis

Uji ide bisnis merupakan langkah pertama yang direkomendasikan Oleh mentor pendamping program KM- MB. Dimana penulis dan mentor mengadakan rapat online, dengan menggunakan aplikasi. Penulis menceritakan bagaimana awal mula memilih mendirikan usaha sembako. Awalnya penulis mendengar keluhan dari sales yang merupakan teman dari orang tua, dimana sales menceritakan bahwa

dirinya terlilit hutang. Penulis berinisiatif untuk mendirikan toko Berkah Bareng untuk membantu sales supaya tetap bisa berjualan sehingga hutangnya akan perlahan mengurang. Penulis juga menguraikan apa saja yang dijual yaitu minyak goreng dan teh bandulan serta menjelaskan mengenai proses marketing yang dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti facebook dan whatsapp.

Penulis juga menceritakan keadaan dilapangannya bahwa banyak sekali kompetitor yang memainkan harga kepada para konsumen bahkan sales. Mentor memberikan saran untuk menekan pada cost dengan mencari barang - barang yang lebih murah.

Sedangkan dilihat dari keuangan menurut mentor penulis masih mengalami loss/kerugian dengan menjual 750 karton. Mentor memberikan saran jika tidak mau loss maka penulis harus dapat menjual sebanyak 1200 karton, sehingga margin dan fixed cost dapat seimbang, artinya tidak merugi dan tidak untung. Jika mau untung maka harus dapat menjual melebihi 1200 karton. Untuk biaya sewa harusnya diisi walaupun untuk saat ini tidak adanya biaya sewa. Biaya sewa diisi untuk jaga – jaga kedepannya semisal pindah toko maka pemilik toko akan menanggung kekurangan biaya.

### 3.1.2 Business Model Canvas

Setelah menyusun uji ide bisnis, tahap selanjutnya yaitu menyusun business model canvas. Business model canvas atau dapat disingkat BMC merupakan suatu kerangka kerja yang membahas terkait model bisnis yang disajikan secara visual berupa kanvas lukisan, dimana adanya BMC memudahkan memahami mengenai strategi manajemen.

Pada Business Model Canvas ini memiliki 9 elemen yang dapat diisi sesuai dengan masing – masing poin penting dalam perencanaan usaha. Sembilan elemen

tersebut yaitu, *Value Proposition*, *Customer segment*, *Customer relationship*, *Channels*, *Key Activities*, *Keyresources*, *Keypartners*, *Cost structures*, dan *Revenuestreams*. Penulis dapat mengisi setiap elemen dengan rencana - rencana usahanya, yang kemudian akan dibahas bersama mentor dengan memberikan solusi - solusi alternatifnya.

## **3.2 Pelaksanaan**

### **3.2.1 Pencarian Produk**

Setelah menyusun berbagai rencana usaha, yang kemudian sudah menentukan usaha apa yang akan dijalankan, maka tahap berikutnya yaitu pencarian produk. Pencarian produk dapat dilakukan melalui informasi dari orang-orang terdekat, dapat juga melalui mediasosial. Penulis terjun langsung kelapangan untuk mencari produk-produk yang diperlukan, dengan begitu penulis dapat mengetahui daerah-daerah yang menjual barang dengan harga yang dapat bersaing.

Biasanya penulis mendapatkan supplier produk dari iklan-iklan yang muncul darilaman grup facebook. Grup facebook sembako jawa tengah terdapat banyak iklan-iklan yang menampilkan produk dengan harga yang dapat bersaing dipasaran.

### **3.2.2 Pemasaran Produk**

Tahap selanjutnya yaitu pemasaran produk. Dalam hal pemasaran produk, penulis memilih memasarkan produk melalui media sosial. Dengan memposting produk dagangan dilaman facebook, konsumen akan dengan mudah mencari kebutuhan sesuai produk yang tersedia. Adanya media sosial mempermudah komunikasi antara konsumen dengan pihak penyedia barang.

Selain itu, rekan sales juga berperan dalam pemasaran produk. Karena

adanya sales yang puas dengan pelayanan dari toko penulis, maka secara tidak langsung sales akan menceritakan pengalamannya kepada teman-teman satu profesinya. Sehingga, teman-teman sales yang lain mengambil barang ketoko Berkah Bareng.

### 3.2.3 Penentuan Harga

Untuk hal penentuan harga, penulis sangat cermat memilih harga. Penulis mulanya mensurvey rata-rata harga produk yang dapat bersaing dipasaran. Dengan begitu penulis tidak akan mematok harga yang relatif lebih tinggi dengan harga pasaran. Penulis juga tidak akan memainkan harga produk jualannya.

Selain mensurvey, penulis menanyakan harga kesales distributor resmi. Dengan begitu penulis dapat menjual ecer ke pasar serta toko-toko sekitar. Toko dengan pengambilan barang banyak, akan mendapatkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko yang pengambilan barangnya sedikit.

Kemudian penulis juga menanyakan ke para sales mengenai harga dari toko lain yang diberikan kepada para sales. Dengan barang yang memiliki kualitas yang sama dengan produk yang dijual pada usaha penulis, maka penulis menyesuaikan harga dengan toko lain selagi harga tersebut dapat bersaing dipasaran.

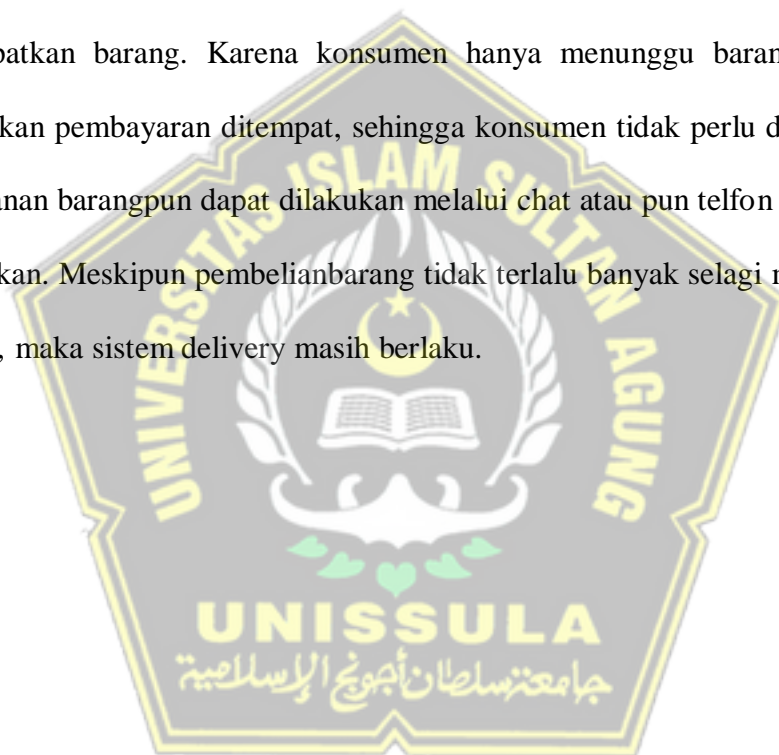
**Tabel 3.1 Penentuan Harga**

Jenis Produk	Toko Berkah Bareng	Kompetitor	Distributor
Minyak Sun Oil 450 ml	138.000	-	139.000
Minyak Sun Oil 800 ml	140.000	-	141.000
Minyak Hemart 1 L	163.000	164.000	167.000
Minyak Koki Sragen 900 ml	141.000	-	-

Minyak Masku 2 L	154.000	154.000	-
Minyak Fortune 1 L	163.000	164.000	166.000
Teh Bandulan	19.000	19.500	-

### 3.2.4 Penerapan sistem delivery

Penerapan sistem delivery dilakukan sebagai keunggulan dari usaha yang didirikan oleh penulis. Sistem delivery ini, memudahkan konsumen dalam mendapatkan barang. Karena konsumen hanya menunggu barang datang dan melakukan pembayaran ditempat, sehingga konsumen tidak perlu datang ke toko. Pemesanan barangpun dapat dilakukan melalui chat atau pun telfon di nomer yang disediakan. Meskipun pembelian barang tidak terlalu banyak selagi masih didaerah Kendal, maka sistem delivery masih berlaku.





## **BAB IV**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **4.1 Perusahaan Dagang**

Perusahaan dagang menurut Hermanto (2003) yaitu melakukan pembelian serta menjualnya kembali dengan harga di atas harga pokok supaya mendapatkan keuntungan. Pada perusahaan dagang laba kotor diperoleh dengan mencari selisih harga jual dengan harga pokok penjualan. Laba bersih didapat dari laba kotor dikurangi dengan beban operasional. Jelasnya, jika dibandingkan dengan badan usaha lainnya, maka ciri-ciri perusahaan dagang dapat diketahui antara lain sebagai berikut:

##### **4.1.1 Usaha yang dilakukan**

Usaha yang dilakukan oleh perusahaan dagang adalah membeli barang dagang yang kemudian menjualnya tanpa mengadakan perubahan (pengolahan) terlebih dahulu. Barang yang dijual dapat berupa bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi. Contoh perusahaan dagang yang cukup terkenal adalah PT. Lion Super Indo selaku pemilik rantai toko Superindo dan PT. Carrefour Indonesia selaku pemilik rantai toko Carrefour.

##### **4.1.2 Kegiatan Akuntansi**

Akuntansi perusahaan dagang mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Menggunakan akun persediaan barang dagang. Persediaan barang dagang terdiri atas persediaan awal, yaitu nilai barang yang dimiliki pada awal tahun buku, dan persediaan akhir, yaitu nilai barang yang



dimiliki perusahaan pada akhir periode akuntansi.

2. Terdapat penghitungan harga pokok penjualan.
3. Laporan laba rugi dapat menggunakan bentuk single step (langsung) serta multi step (bertahap)

#### **4.2 Manajemen Strategi**

Hunger dan Wheelen (2012) menyebutkan bahwa manajemen strategi didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan – keputusan lintas fungsional yang mendorong sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disiratkan dalam definisi ini, manajemen strategi berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan suatu organisasi. Tujuan dari manajemen strategi sendiri yaitu untuk mengeksploitasi serta menciptakan peluang baru serta untuk perencanaan jangka waktu panjang. Hal tersebut sudah termasuk menganalisis lingkungan eksternal maupun internal, formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta control.

#### **4.3 Business Model Canvas**

Business Model Canvas menggambarkan mengenai bagaimana sebuah perusahaan membuat sebuah nilai tambah di dunia kerja, termasuk didalamnya kombinasi dari produk, pelayanan, citra serta distribusi, sumber daya, dan infrastruktur.

BMC disusun sebagai model bisnis yang sangat mudah untuk dijelaskan,

didiskripsikan, diputuskan, dan dapat diubah supaya bisnis yang sedang dijalani dapat dioptimalkan kinerjanya. BMC digunakan untuk upaya menganalisis kekuatan serta kekurangan proses bisnis perusahaan. (Pertanian*etal.*, 2020)

#### 4.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode yang sudah umum digunakan dalam memposisikan sumber daya serta lingkungan organisasi pada empat daerah yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, menurut Samejima Shimizu, Aki yoshi, dan Komoda (2017). Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal (terkendali) yang dapat mendukung dan menghambat organisasi untuk mencapai misi mereka masing - masing. Sedangkan peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal (takterkendali), dimana faktor ini dapat memungkinkan dan menonaktifkan organisasi mencapai misi mereka (Dyson, 2004). Menurut Phadernord Crowder dan Wills (2017) mengidentifikasi faktor dalam empat bidang ini, organisasi mampu mengenali kompetensinya untuk pembuat keputusan, perencanaan, dan membangun strategi.

#### 4.5 Marketing Mix

Marketing mix atau bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran berupa product, place, promotion, dan price yang digunakan oleh perusahaan untuk menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon dari pasaran (Kotler dan Keller, 2007).

##### 1. Product

Menurut Marendra (2018), produk merupakan penawaran barang kepada konsumen supaya memperoleh perhatian dan konsumen mau membeli, mengkonsumsi, serta digunakan sehingga dapat memenuhi kebutuhan.

##### 2. Place

Marendra (2018) mengungkapkan bahwa lokasi merupakan tempat atau beradanya sesuatu berhubungan dengan bagaimana mendistribusikan bisnisnya atau dapat disebut sebagai letak dari produsen beroperasi sehingga dapat menyalurkannya ke konsumen.

### 3. Promotion

Promosi merupakan suatu kegiatan yang memperkenalkan produk, toko, atau apapun yang tadinya orang tidak mengenal menjadi mengenal, sehingga membujuk orang lain untuk membelinya melalui mediapromosi yang menarik (Budi 2012).

### 4. Price

Harga Adalah suatu unsur yang bertujuan untuk memberitahukan mengenai nilai suatu produk dan mereknya yang dinyatakan dengan uang (Hariyadi, 2016).

#### **4.6 Saluran Distribusi**

Menurut Swastha (2007) saluran distribusi merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang dari produsen sampai kekonsumen atau pemakai industri. Secara garis besar Menurut Tjiptono(2008), pendistribusian dapat diartikan sebagai suatu kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan.

Saluran distribusi pada usaha kami sudah dilakukan sesuai dengan teori menurut Tjiptono (2006), dimana karyawan kami mengirimkan produk sesuai dengan pesanan konsumen. Sebelum berangkat ke tempat tujuan sudah dilakukan pengecekan barang dan ketika sudah sampai di lokasi juga dilakukan pengecekan barang.

## BAB V

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Ide Kewirausahaan

Ada beberapa ide bisnis yang membuat kita untuk melakukan usaha ini yang meliputi:

1. Dapat melakukan pengembalian barang apabila terdapat kerusakan pada barang.
2. Service by call yang mempermudah kita agar tidak perlu untuk melakukan kunjungan rutin.
3. Tempat belanja sembako yang dapat dijangkau sales dan toko.
4. Menyediakan barang dalam stock banyak.
5. Menerima delivery service.

#### 5.2 Implementasi dalam kerja lapangan

Pengimplementasian ide bisnis yang telah saya buat untuk menunjang berjalannya usaha ini dengan cara menerapkan beberapa strategi, yang pertama seperti melakukan periklanan di sosial media Facebook guna untuk menarik konsumen yang belum mengetahui keberadaan toko yang saya miliki bahwa toko saya menjual sembako. Strategi yang kedua Memproses pengiriman barang ke konsumen dengan cepat agar konsumen kita merasa puas dan merasa diutamakan agar konsumen tersebut kembali berbelanja di toko yang saya miliki. Tidak kalah pentingnya di toko kami juga dapat melakukan kiriman secara cepat ketika barang dikatakan *ready*. Dari beberapa konsep ini merupakan konsep pengiriman secara cepat ketika barang di katakan ready yang sangat diperhitungkan

oleh konsumen, sehingga konsumen lebih memilih berbelanja di toko Berkah Bareng karena merasa lebih diutamakan.

### 5.3 Menjelaskan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan Usaha Sembako

**Tabel 5.1 Analisis SWOT**

<p style="text-align: center;"><b>Streghths</b> (Kekuatan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mempunyai produk minyak yang belum kompetitor miliki sehingga harga bisa lebih terjangkau</li> <li>- Adanya system delivery servive yang membuat konsumen lebih tertarik untuk belanja tanpa repot membawa pulang.</li> <li>- Mentoleransi jumlah minimal order untuk mendapatkan pelayanan delivery</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Weaknesses</b> (Kelemahan)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modal yang terbatas sehingga untuk melawan kompetitor harus lebih cerdas</li> <li>- Kurangnya SDM dalam pengelolaan Toko dan Sistem delivery</li> <li>- Lemahnya kepercayaan masyarakat kepada penulis, karena penulis tergolong orang baru dalam hal bisnis.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities</b> (Peluang)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adanya peluang untuk penjualan online melalui facebook</li> <li>- Memanfaatkan beberapa koneksi sales untuk menginformasikan rekan salesnya bahwa toko kami menyediakan barang sembako grosir</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Threats</b> (Ancaman)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kompetitor dapat meniru kapanpun dalam strategi marketing online facebook</li> <li>- Kompetitor dapat meniru delivery service</li> <li>- Kompetitor lebih lama didunia sembako sehingga modal lebih kuat jika untuk belanja sekala besar agar harga lebih murah</li> </ul>

#### 5.3.1 Kekuatan Usaha Sembako

Kekuatan usaha merupakan keunggulan dari usaha untuk mendukung mencapai tujuan, dimana kekuatan dari usaha penulis terletak pada pelayanan delivery. Dimana usaha penulis mentoleransi jumlah minimal order untuk mendapatkan pelayanan delivery, dibandingkan kompetitor yang kemungkinan besar tidak ada toleransi jumlah minimal order.

Selain itu, toko Berkah Bareng memiliki produk yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain seperti minyak goreng “Koki Sragen” dan “Sun Oil” yang membuat konsumen hanya dapat membeli di Toko Berkah Bareng dengan harga terjangkau.

### **5.3.2 Kelemahan Usaha Sembako**

Kelemahan dari usaha penulis merupakan sesuatu hal yang perlu diperbaiki lagi demi mencapai tujuan usaha. Kelemahan yang pertama yaitu masih lemahnya kepercayaan dari masyarakat kepada usaha penulis, karena usaha penulis masih tergolong dalam usaha yang baru didirikan. Kelemahan yang kedua yaitu, masih minimnya permodalan sehingga harus pintar-pintar mencari produk dengan kualitas yang sama dengan harga yang dapat bersaing dengan kompetitor.

Kelemahan yang lain yaitu minimnya SDM dalam pengelolaan toko serta kurangnya tenaga dalam system delivery, sehingga terkadang penulis sendiri yang melakukan delivery order.

### **5.3.3 Peluang Usaha Sembako**

Peluang dari usaha penulis yaitu harga jual produk masih dapat bersaing dengan kompetitor, jangan dikira pendatang baru tidak tahu menahu mengenai harga jual. Selain itu, penulis memiliki koneksi beberapa sales yang dapat memberikan informasi mengenai pasar dan dapat membantu memperluas jaringan.

Memanfaatkan media social seperti facebook juga merupakan peluang bagi penulis untuk mengiklankan produk-produk yang dijual oleh Toko Berkah Bareng.

### **5.3.4 Tantangan Usaha Sembako**

Tantangan bagi penulis adalah hal yang sangat menguji adrenalin, karena



adanya tantangan penulis dapat belajar mengenai bagaimana mengambil keputusan atau mengambil sikap jika dihadapkan oleh masalah-masalah yang ada. Jadi tantangan bagi penulis dalam usaha sembako ini adalah meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap usaha kami, mungkin dengan cara memberikan penawaran-penawaran khusus. Selain itu, tantangan dalam usaha ini adalah mencari produk yang sesuai dengan yang konsumen butuhkan.

Bahkan competitor dapat meniru strategi marketing online yang dilakukan oleh Toko Berkah Bareng juga merupakan ancaman lain untuk penulis. Competitor juga dapat meniru system delivery yang diterapkan oleh Toko Berkah Bareng, terlebih competitor sudah berkecimpung ke dunia sembako selama bertahun-tahun yang sudah pasti modal yang dimiliki lebih kuat untuk belanja dalam skala yang lebih besar merupakan ancaman yang sangat berat bagi penulis.

### **5.3.5 Rencana Tindak Lanjut SWOT**

#### **Streghths (Kekuatan)**

Kekuatan yang dimiliki toko Berkah bareng yaitu

- Mempunyai produk yang belum dimiliki kompetitornya sehingga harga lebih bisa menyesuaikan dan lebih terjangkau, untuk kedepannya sangat baik buat toko karena produk yang tidak dimiliki competitor dengan kualitas produk yang sama, dan harga lebih terjangkau ini akan menjadi ciri khas toko Berkah Bareng dan bisa membantu toko Berkah Bareng agar bisa dikenal dengan produk andalanya.
- Adanya system delivery servive yang membuat konsumen lebih tertarik untuk belanja tanpa repot membawa pulang, system ini membuat toko kedepannya sangat baik karena toko dapat lebih dikenal pada kalangan toko-toko sembako yang ada disekitar dengan belanja yang lebih mudah.

- Mentoleransi jumlah minimal order untuk mendapatkan pelayanan delivery, kekuatan ini harus sangat dipertahankan karena toko – toko sekitar belum ada yang menerapkan system delivery dengan mentoleransi jumlah minimal order. Kekuatan ini yang kemudian diingat oleh para konsumen dimana toko Berkah Bareng menerapkan delivery dengan mentoleransi jumlah minimal order.

### **Weaknesses (Kelemahan)**

- Modal yang terbatas sehingga untuk melawan kompetitor harus lebih cerdas, dengan ini maka toko Berkah Bareng kedepan perlu menaikkan modal dengan cara mempunyai beberapa produk yang belum competitor miliki sehingga profit dapat mengalami kenaikan dan profit tersebut dapat untuk menambah modal ,agar lebih bisa menyaingi competitor.
- Kurangnya SDM dalam pengelolaan Toko dan Sistem delivery, dengan ini untuk kedepanya toko Berkah Bareng perlu menambah SDM agar pergerakan toko bisa lebih cepat dan efisien.
- Lemahnya kepercayaan masyarakat kepada penulis, karena penulis tergolong orang baru dalam hal bisnis, untuk solusi yang dilakukan penulis berusaha untuk menarik sales - sales freelance agar belanja di toko Berkah Bareng, dengan banyaknya sales yang belanja di toko Berkah Bareng maka akan menjadi sorotan toko - toko sekitar .

### **Opportunities (Peluang)**

- Adanya peluang untuk penjualan online melalui facebook, penulis melihat peluang bisnis dengan memanfaatkan aplikasi Facebook, karena banyaknya orang yang kehidupan sehari - harinya pegang handphone pada saat ini, maka penjualan online dengan media facebook sangat baik untuk

kedepannya dalam hal mengenalkan toko Berkah Bareng yang notabene menjual sembako dikota Kendal dan sekitarnya.

- Memanfaatkan beberapa koneksi sales untuk menginformasikan rekan salesnya bahwa toko kami menyediakan barang sembako grosir, dalam hal ini Toko Berkah Bareng memanfaatkan sales untuk membatu perputaran barang dan juga dapat membantu dalam promosi toko Berkah Bareng.

### **Threats (Ancaman)**

- Kompetitor dapat meniru kapanpun dalam strategi marketing online facebook, maka dengan ini Toko Berkah Bareng perlu untuk selalu update mengenai teknologi agar tidak tersaingi oleh kompetitor yang ada di sekitar, yang harus di lakukan yaitu ketika ada konsumen yang selalu belanja ditoko Berkah Bareng kami minta nomer telfon nya agar bisa selalu memberikan update mengenai harga yang terbaru dan ketika ada promo pun mereka akan tau.
- Kompetitor dapat meniru delivery service, maka untuk kedepannya kami perlu mengikat konsumen agar tidak pindah hati dengan cara memberikan service yang lebih baik dalam aturan pengiriman.
- Kompetitor lebih lama didunia sembako sehingga modal lebih kuat jika untuk belanja sekala besar agar harga lebih murah, disini penulis perlu memutar pikiran dan mencari solusi agar kita bisa menyaingi competitor yang ada dengan cara mencari merek produk yang belum dimiliki oleh competitor agar toko Berkah Bareng bisa mengimbangi competitor kuat.

## 5.4 Menjelaskan Marketing Mix yang ada didalam Usaha Sembako Berkah Bareng

### 1. Product

Produk yang dimiliki Berkah Bareng diantaranya yaitu :

- Minyak Goreng
- Teh Bandulan

Kedua produk tersebut dijual oleh penulis karena banyaknya peminat dari kedua produk tersebut.

### 2. Place

Lokasi toko Berkah Bareng terletak di JL. Sri Agung Cepiring, Kabupaten Kendal dan lokasi toko Berkah Bareng bisa di bilang strategis karena letaknya tidak jauh dari pasar tradisional Cepiring yang berjarak 500 meter. Lokasi juga mudah di jangkau menggunakan transportasi truk sehingga supplier tidak perlu khawatir jika ingin mengirim barang menggunakan transportasi truk.

### 3. Price

Untuk harga sendiri penulis sudah mensurvey dari beberapa competitor yang ada di kota Kendal. Hasil dari mensurvey penulis menetapkan harga yang dapat bersaing di pasaran. Berikut daftar harga dari toko Berkah Bareng :

Jenis Produk	Toko Berkah Bareng	Kompetitor	Distributor
Minyak Sun Oil 450 ml	138.000	-	139.000
Minyak Sun Oil 800 ml	140.000	-	141.000
Minyak Hemart 1 L	163.000	164.000	167.000
Minyak Koki Sragen 900 ml	141.000	-	-
Minyak Masku 2 L	154.000	154.000	-
Minyak Fortune 1 L	163.000	164.000	166.000

Teh Bandulan	19.000	19.500	-
--------------	--------	--------	---

#### 4. Promotion

Untuk promosi penulis memanfaatkan media social seperti facebook untuk mengiklankan produk yang dimiliki. Dengan adanya media social tidak hanya orang disekitar toko saja yang mengetahui bahwa toko Berkah Bareng menjual produk-produk seperti teh bandulan dan minyak goreng.

Penulis juga memanfaatkan adanya sales freelance yang bisa membantu penjualan produk-produk seperti teh dan minyak goreng yang ada di toko Berkah Bareng. Dengan begitu, masyarakat mengetahui adanya toko Berkah Bareng di Kendal yang menjual produk-produk seperti Teh Bandulan dan Minyak Goreng.

#### 5.5 Hasil dari kegiatan bisnis yang telah diperoleh

Hasil dari kegiatan bisnis yang telah diperoleh yaitu :

##### 1) Ikut berkontribusi di dunia kewirausahaan

Penulis yang awalnya hanya seorang mahasiswa, dengan adanya program mbkm dapat merasakan menjadi seorang yang berkontribusi di dalam kewirausahaan. Sehingga penulis dapat praktek langsung dengan teori-teori yang sudah disampaikan di dalam perkuliahan

##### 2) Dapat mengetahui peluang dalam berbisnis sembako

Selain dapat berkontribusi di dunia kewirausahaan pastinya penulis juga secara otomatiz dapat mengetahui peluang-peluang apa saja yang dapat dijadikan untuk memajukan usahanya. Memang tidak mudah melihat peluang-peluang yang ada, ketika kita mau belajar dan berusaha

memahamisituasi maka akan menangkap peluang-peluang yang ada.

3) Dapat mempelajari karakter konsumen

Hasil kegiatan bisnis yang diperoleh selanjutnya yaitu penulis dapat memahami karakter konsumen, karena penulis akan dihadapkan dengan konsumen yang notaben memiliki karakter yang berbedabeda. Dengan interaksi yang terus menerus, penulis akan terbiasa menyikapi konsumen dengan berbeda-beda karakter

4) Memiliki Jiwa Bertanggungjawab dalam berwirausaha

Dengan adanya kegiatan berwiraushaa, penulis lebih memiliki rasa tanggung jawab. Tanggung jawab dengan karyawan bahkan konsumen.

#### 5.6 Rencana tindak lanjut

Setiap usaha kecil maupun besar pasti akan memiliki planning ke depannya, supaya usaha tersebut lebih maju dan berkembang. Rencana tindak lanjut untuk usaha sembako berkah bareng, yaitu:

1) Mampu bersaing dengan kompetitor

Diharap kedepannya usaha penulis dapat bersaing dengan kompetitor. Memiliki produk maupun harga yang tidak kalah saing dengan kompetitor

2) Dapat mudah beradaptasi ketika naik turunnya harga sembako

Usaha penulis diharapkan dapat dengan mudah mengikuti perkembangan jaman. Dimana ketika terjadi naik turunnya harga, penulis sudah tahu harus melakukan strategi yang bagaimana, karena banyaknya pengalaman yang sudah dilewati.

3) Bisa memanfaatkan sosial media facebook seperti shopee, toko pedia, buka lapak bertujuan untuk melakukan penjualan produk.



Diharapkan usaha ini juga dapat melakukan belanja online, artinya dapat melakukan pengiriman melalui online, mulai dari pemesanan, pembayaran sampai delivery.



## BAB VI

### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

#### 6.1 Kesimpulan

Kata jual beli sudah umum didengar dalam kegiatan berwirausaha. Berwirausaha bukanlah hal yang mudah dilakukan, mulai dari persiapan untuk memulai usaha sampai tahap bagaimana cara mempertahankan usaha agar tetap berdiri. Ketika usaha sudah dilakukan, pasti ada saja halangan yang menerpa. Contohnya di jaman sekarang sedang maraknya kasus covid19, hal ini mengakibatkan harga-harga sembako atau apapun itu mengalami kenaikan. Hal ini sangat menjadi masalah bagi para pedagang seperti penulis. Ketika barang naik maka permintaan sedikit sehingga penulis tidak berani untuk melakukan stock barang. Dengan begitu, konsumen dari usaha penulis menurun karena konsumen juga tidak berani mengambil barang lagi. Kebanyakan konsumen dari usaha penulis terdiri dari sales serta toko-tokolainnya. Bahkan beberapa sales dan toko memilih untuk berhenti membeli barang, sama halnya dengan penulis tidak berani menyetok barang digudang.

#### 6.2 Rekomendasi

Menurut pembahasan yang sudah dijelaskan bahwasanya permasalahan usaha penulis adalah

- 1) Menurunnya konsumen dimana disebabkan harga produk mengalami kenaikan. Dengan begitu, perlu adanya tindakan dengan melakukan pengiklanan secara maksimal melalui berbagai media sosial. Pengiklanan tersebut dilakukan guna menarik konsumen baru supaya produk yang ada dapat terjual.

- 2) Ketika sebuah usaha hanya memiliki modal yang cukup, artinya tidak banyakmaupun sedikit, sebaiknya tidak melakukan penyetokan barang karena dikhawatirkan barang terjual lama karena harganya yang tinggi. Jadi, lebih baik membeli produk sesuai pesananan saja.



## BAB VII

### REFLEKSI DIRI

#### 7.1 Hal positif terhadap kegiatan Wirausaha Merdeka Belajar-Kampus

##### Merdeka

- Mendapatkan Ilmu yang tidak didapatkan saat kegiatan kuliah
- Mulai merintis usaha sejak menjadi mahasiswa dan diharapkan setelah lulus kuliah dapat mengembangkan usaha yang ada, dan bisa membuka usaha baru dengan pengalaman yang telah di dapat.

#### 7.2 Manfaat Program Kegiatan Wirausaha terhadap pengembangan soft-skills dan kekurangan soft-skills

Selama masa kegiatan Wirausaha penulis memposisikan diri dari aspek pemasaran dan pengelolaan karyawan. Dalam posisi tersebut penulis dapat memposisikan diri ketika melakukan komunikasi, dimana penulis harus berbicara sopan, santai, dan selain itu penulis juga mampu menjadi pendengar yang baik untuk konsumen ataupun karyawan. Dalam masalah kepemimpinan penulis juga dapat memberikan keputusan ketika keadaan penjualan sedang ramai dan ketika ada barang yang harus di stok kembali, ini merupakan masalah yang bikin penulis bingung lebih mementingkan mana yang harus didahulukan, disini penulis harus bisa memecahkan masalah dimana waktu harus dibagi untuk melayani dan untuk pengambilan produk dari supplier.

### **7.3 Manfaat wirausaha terhadap pengembangan kemampuan kognitif**

Selama kegiatan wirausaha berlangsung penulis merasakan kemampuan kognitif, penulis merasakan saat melayani konsumen harus lebih ramah serta lebih komunikatif. Penulis juga secara tidak langsung mempunyai memori daya ingat terhadap produk dan harga yang di jual ke konsumen, sehingga ketika konsumen menginginkan produk tertentu dan menanyakan harganya, maka penulis sudah tidak perlu melihat daftar harga dan nama produk tersebut untuk memberitahu ke konsumen.

### **7.4 Kunci sukses dalam berwirausaha**

Selama dalam kegiatan berwirausaha berlangsung penulis menyimpulkan kunci sukses dalam kegiatan berwirausaha. Kunci sukses menurut penulis dari pengalaman berwirausaha yaitu tekun,ulet, teliti, dan yang terpenting dalam berwirausaha itu jangan malu untuk bertanya dan belajar dari orang-orang yang sudah berpengalaman ataupun yang pernah gagal dalam menjalankan suatu usaha, karena dalam melakukan kegiatan berwirausaha pasti ada saja hal-hal yang tidak terduga muncul begitu saja. Belajar dengan orang-orang sekitar yang sudah berpengalaman maka penulis lebih percaya diri ketika harus menghadapi permasalahan maupun ketika akan mengambil sebuah keputusan dalam berwirausaha.

### **7.5 Rencana perbaikan atau pengembangan diri, karir, dan pendidikan**

Rencana perbaikan diri atau pengembangan diri, penulis harus lebih tegas dalam menjalankan wirausaha dan harus lebih bisa mengurangi rasa tidak enak ketika ingin mengambil keputusan ketika konsumennya itu masih ada ikatan

saudara. Selain itu, penulis juga masih perlu untuk belajar lebih banyak lagi mengenai dunia berwirausaha. Untuk karir kedepannya penulis ingin lebih banyak belajar mengenai ekspor dan impor karena penulis mempunyai impian ingin melebarkan sayap tidak hanya menguasai pasar di kabupaten Kendal, melainkan menguasai pasar Indonesia.





## DAFTAR PUSTAKA

- Dash, M. and Kulveen Kaur (2012). Youth Entrepreneurship as a Way of Boosting Indian Economic Competitiveness: A Study of Orissa, India: International Review of Management and Marketing, Vol 2 No 1
- Dyson, R. G. (2004). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick, 152, 631-640. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(03\)00062-6](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(03)00062-6)
- Harmanto dan Zulkifli. (2003). Manajemen Biaya. Yogyakarta: BPFE
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4 (1), 662-669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Phadarmord, B., Crowder, R.M., & Wills, G.B. (2017). Importance-Performance Analysis based SWOT analysis. *International Journal of Information Management*, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.03.009>
- Samejima, M., Shimizu, Y., Akiyoshi, M., & Komoda, N. (2017). SWOT Analysis Support Tool for Verification of Business Strategy, (September 2006). <https://doi.org/10.1109/ICCCYB.2006.305700>
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David. 2012. "Strategic Management and Business Policy", thirteenth edition, New York: Pearson
- Wren-Lewis, S. (2020). The economic effects of a pandemic. In *Economics in the Time of COVID-19*. <https://voxeu.org/content/economics-time-covid-19>