

**STRATEGI PEDAGANG MENGHADAPI PERSAINGAN
(STUDI KASUS WARUNG SEMBAKO PAK RAHMAD DI DEPOK)**

Arif Muhammad¹

¹Universitas Gunadarma, Jakarta, Indonesia, ariff.muh@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to find out more about the management of the basic food stall business so that it can compete with other basic food stalls. The method used in this research is a qualitative and quantitative analysis method. Qualitative analysis is used to determine the management process using management functions (Planning, Organizing, Actuating, Controlling), and quantitative analysis using the calculation of Cash Flow, Break Even Point (BEP), Payback Period, and B/C Ratio (Benefit Cost Ratio).). From the results of the calculation of the financial aspect, it can be seen that the profit of Mr. Rahmad's food stall business using cash flow calculations is Rp. 7,670,000 per month, while the payback period is 4 months, the return on investment is acceptable. The calculation of the unit BEP is 143.36 kg. Meanwhile, the rupiah unit BEP is Rp. 3,442,959. According to the calculation of the Benefit Cash Ratio of $18.4 > 1$, Pak Rahmad's basic food stall is feasible.

Keywords: Strategy, Management Function

PENDAHULUAN

Pada masa ekonomi saat ini tidak diragukan lagi bahwa perkembangan UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian Indonesia. Selain itu UMKM juga sangat berperan besar dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. Disamping itu UMKM juga telah memberikan kontribusi bagi pendapatan masyarakat. Salah satu contoh usaha UMKM adalah warung sembako Rahmad.

Warung sembako Pak Rahmad merupakan salah satu tipe warung sembako yang menyediakan perlengkapan kebutuhan pokok yang lengkap dan harga yang murah, misalnya: jika harga 1 kilogram telur di di warung lain seharga Rp 26.000 maka di warung

xembako rahmad menjual telur dengan harga Rp 24.000 per 1 kilogram. Selain itu, pelayanan yang ramah menjadi keunggulan dan strategi pemasaran yang diterapkan oleh warung sembako Pak Rahmad. Oleh karena itu, warung sembako Pak rahmad ini ramai di datangi pembeli, terutama para ibu-ibu rumah tangga, anak kost dan masyarakat umum yang membutuhkan kebutuhan sehari-hari.

Usaha warung sembako Pak rahmad juga menyediakan fasilitas pesan antar barang ke konsumen, dengan fasilitas pesan antar barang ini konsumen tidak perlu lagi datang langsung ke warung, konsumen hanya tinggal pesan melalui telepon ataupun sms dan akan dikirim langsung ke konsumen dan pembayaran dilakukan di tempat. Selain itu, strategi yang dilakukan warung sembako rahmad adalah melakukan promosi produk, yaitu dengan mempromosikan dari mulut-kemulut, dan membagi-bagi brosur tentang produk yang dijual dengan tujuan supaya konsumen membeli di warung sembako rahmad.

Produk yang dijual di warung sembako Pak Rahmad merupakan produk yang berkualitas baik karena Pak Rahmad membeli produknya dengan agen-agen penjual kebutuhan pokok yang terpercaya. Biasanya pembelian yang pertama dilakukan dengan memesan barang ke agen, selanjutnya agen mengirim barang ke warung rahmad dan melakukan pembayaran langsung di tempat. Selain itu produk yang banyak di cari konsumen meliputi : beras, sabun mandi, odol, minyak goreng, gula, dan garam.

Dalam menjalankan usaha bisnis warung sembako Pak rahmad mempunyai banyak kendala dan permasalahan. Misalnya: pasang surut harga barang sembako yang terjadi di paasaran maupun di agen dan banyak nya persaingan sesama warung sembako lain maupun dengan minimarket. Oleh karena itu, rahmad mengatasinya dengan memberikan harga murah dan memberikan diskon supaya konsumen terus membeli di warung sembako Rahmad.

Dari uraian diatas maka, penelitian ini dapat di rumuskan sebagai berikut Bagaimana cara pengelolaan usaha warung sembako dalam persaingan dengan warung usaha lain? Tujuan penelitian ini untuk mengetahui lebih dalam pengelolaan usaha warung sembako supaya bisa bersaing dengan warung sembako lainnya.

Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*)

Menurut Alma (2005) penjualan tatap muka (*personal selling*) didefinisikan sebagai berikut: "*Personal selling is oral presentation in a conversation with one or more prospective customer for the purpose of making sales*". Artinya : "Penjualan tatap muka adalah sebuah pengungkapan secara lisan dalam menghadapi seseorang atau beberapa calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan penjualan". Menurut Tjiptono (2008) menjelaskan penjualan tatap muka adalah komunikasi langsung (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba pembelinya".

Fungsi-fungsi Manajemen

Dalam penelitian ini digunakan fungsi-fungsi manajemen yang dikemukakan oleh Terry (2009) mencakup : *planning* , *Organizing* , *Actuating* , *Controlling* antara lain : 1) Perencanaan atau *Planning* Dari penelitian Indriati (2014) mengemukakan tentang *Planning* termasuk *budgeting* dengan berbagai batasan, dari yang sederhana sampai kepada perumusan yang lebih rumit. Beberapa kata tersebut sangat sederhana, misalnya perencanaan adalah menentukan serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Sebaliknya, batasan kompleks merumuskan perencanaan sebagai keputusan untuk menentukan tujuan yang ingin dicapai, kapan harus dicapai, bagaimana itu harus dicapai, bagaimana itu harus dicapai, siapa yang bertanggung jawab, dan menentukan mengapa hal itu yang dicapai 2) Pengorganisasian atau *Organizing* Organisasi menurut Terry (2009) meliputi: pengelompokan komponen-komponen kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, dan pembagian tugas kepada manajer untuk pengelompokan. Dan tetapkan izin di antara grup atau unit organisasi.

Menurut Kasmir (2006) Pengorganisasian merupakan proses pengelompokan berbagai kegiatan atau pekerjaan dalam unit-unit. Tujuannya adalah untuk menjabarkan secara jelas tanggung jawab, wewenang dan tanggung jawab di bidangnya masing-masing, serta hubungan kerja yang terbaik, 3) Proses kerja yang dilakukan atau *Actuating* Terry (2009) percaya bahwa motivasi adalah membuat anggota grup bergerak sesuai keinginan mereka dan berusaha mencapai tujuan perusahaan dan tujuan anggota perusahaan, karena anggota juga ingin mencapai tujuan tersebut. Oleh karena itu, motivasi merupakan upaya mewujudkan rencana melalui berbagai arah agar setiap karyawan dapat melaksanakan kegiatan secara optimal sesuai peran, tanggung jawab dan tanggung jawabnya, 4) Pengawasan atau *Controlling*, *Controlling* menurut Terry (2009) mencakup kelanjutan tugas untuk melihat apakah kegiatan-kegiatan dilaksanakan sesuai rencana. Pelaksanaan kegiatan di evaluasi dan penyimpangan-penyimpangan yang tidak diinginkan diperbaiki supaya tujuan-tujuan dapat dicapai dengan baik. Ada banyak cara untuk meningkatkan, termasuk mengubah rencana dan bahkan tujuan, menjadwalkan ulang tugas, atau mengubah izin, tetapi semua perubahan ini dilakukan oleh orang-orang. Untuk itu perlu dicari orang-orang yang menyebabkan penyimpangan yang tidak perlu dan mengambil tindakan korektif atas hal-hal yang sudah atau akan dilaksanakan.

Kewirausahaan

Kewirausahaan berasal dari kata wirausaha/ yaitu suatu proses menganalisis/ membangun dan mengembangkan suatu keinginan untuk mencapai tujuan melalui ide inovatif/ peluang/ cara yang lebih baik dalam menjalankan suatu keinginan sampai penciptaan usaha baru pada kondisi yang penuh resiko (Echdar 2013)

Ada tujuh aspek yang perlu diperhatikan secara seksama dalam siklus kewirausahaan, kesemuanya diuraikan sebagai satu rangkaian yang berurutan, di mana

yang pertama kali harus dilakukan dalam pelaksanaan wirausaha dan yang terakhir disebut sebagai yang terakhir pula yang dilakukan dalam berwirausaha. Aspek-aspek tersebut adalah peluang usaha baru, pembiayaan, kepemilikan, sumberdaya manusia, organisasi, kepemimpinan, evaluasi usaha, dan pengembangan usaha (Budiman, 2013).

Aspek - aspek kewirausahaan antara lain : 1) Peluang usaha baru adalah peluang untuk menghasilkan lapangan kerja bisnis, belum tentu baru dan belum tentu menguntungkan, karena lapangan kerja merupakan dasar untuk pelaksanaan kegiatan ekonomi selanjutnya. Tujuan utama dari proses menemukan peluang bisnis baru adalah untuk meningkatkan produktivitas sumber daya manusia yang ada. 2) Pembiayaan adalah mengaju pada cara mendapatkan biaya atau modal kerja untuk menjalankan bisnis ekonomi dalam hal ini, modal kerja dapat berupa moneter atau non moneter. 3) Pemasaran adalah proses pengiriman produk dari produsen kepada konsumen

Unsur 4 P dalam suatu proses pemasaran, terdiri atas : a) *Product* (produk) produk yaitu sesuatu yang dihasilkan, baik berupa barang maupun jasa, b) *Price* (harga) : harga yaitu nilai dari sesuatu yang diproduksi, baik berupa nilai uang ataupun material c) *Place* (Tempat) : tempat yaitu proses di mana produk disampaikan dari produsen kepada konsumen, baik menggunakan tempat seperti toko atau warung maupun bukan tempat seperti *e-commerce*, d) *Promotion* (promosi) : promosi yaitu proses memperkenalkan produk kepada konsumen agar dikenal sampai dengan disukai dan tujuan akhir membeli produk yang diperkenalkan. 4) Kepemilikan adalah kendali atas sumber daya yang dijalankan secara individu atau kelompok. Secara umum kepemilikan mencakup dari kepemilikan pribadi, dan kepemilikan kelompok. 5) Sumber Daya Manusia Sumber daya manusia adalah pembahasan tentang tenaga kerja yang menjalankan fungsi dan peranannya di dalam organisasi perusahaan atau kelompok. Perbedaan antara pendidikan dan pelatihan sumberdaya manusia dalam suatu proses wirausaha, adalah sebagai berikut: Mulai dari rekrutmen sampai dengan pemberhentian kerja. 6) Kepemimpinan Kepemimpinan adalah mengarahkan perilaku SDM. Kepemimpinan terutama difokuskan pada SDM, dan bukan pada sumber daya materi di dalam satu kelompok atau organisasi. Dalam hal kepemimpinan, tidak diketahui struktur "atasan" dan "bawah", semua anggota kelompok dianggap sama dan sealah satu anggota kelompok dipilih, ditentukan atau diangkat sebagai ketua kelompok 7) Evaluasi Usaha Evaluasi dalam proses manajerial merupakan usaha untuk membandingkan antara hasil yang kita peroleh dengan target yang telah kita tentukan dalam proses perencanaan (Budiman, 2013).

Dari segi Keuangan yang perlu dijelaskan adalah besarnya investasi, biaya, dan pendapatan yang akan diperoleh. Metode evaluasi yang akan digunakan meliputi: 1) *payback periode* adalah lamanya waktu yang diperlukan menggunakan arus kas untuk membayar semua jenis investasi Rumus *Payback Period* : $Payback Period = \text{investasi} \times 1 \text{ tahun} / \text{Cash flow}$, 2) *Break Even Point* adalah kondisi perusahaan tidak dapat memperoleh

keuntungan dan tidak mengalami kerugian (Mulyadi, 2000). Perhitungan *BEP* dalam unit penjualan adalah :

$$BEP = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\text{Harga jual persatuan} - \text{Biaya variabel persatuan}}$$

Sedangkan untuk perhitungan *BEP* dalam rupiah penjualan adalah :

$$BEP \text{ Rupiah} = \frac{\text{Biaya Tetap}}{\frac{1 - \text{Biaya variabel perastuan}}{\text{Harga jual persatuan}}}$$

3) *B/C ratio* adalah perbandingan antara nilai sekarang manfaat dengan nilai sekarang biaya. Rumus perhitungan *B/C ratio* ini adalah sebagai berikut :

$$B/C \text{ Ratio} = \frac{\text{Jumlah Pendapatan}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

4) Menurut Harahap (2006), arus kas (*Cash Flow*) adalah suatu laporan yang memberikan informasi yang relevan tentang penerimaan dan pengeluaran suatu pembukuan pada suatu periode tertentu dengan mengklasifikasikan transaksi pada kegiatan operasional, pembiayaan dan investasi. Rumus dari *cash flow* yaitu :

$$\text{Dimana: } Y = C + S + I$$

$Y = \text{Pendapatan}$

$S = \text{Saving / Tabungan}$

$C = \text{Komsumsi}$

$I = \text{Investasi}$

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer. Pengambilan data dilakukan dengan metode wawancara dan dilaksanakan pada hari Rabu 4 November 2020, dimana telah di siapkan daftar pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada informan. Metode sampel yang diambil dengan menggunakan metode non acak. Metode non acak (*Nonprobability Sampling*) merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak dapat memberikan kesempatan yang sama bagi setiap elemen atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2012). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus, menurut Depdikbud (dalam penelitian Susilawati dan Saepul Hakkul Yakin, 2017) "studi kasus adalah penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif menegani unit sosial tertentu, yang meliputi individu, kelompok, lembaga dan masyarakat

Penelitian ini dilakukan di warung sembako yang beralamatkan di Perumahan jalan Fatimah No 13, Rt 001 Rw 11, Kelurahan Kemiri Muka Kecamatan Beji Depok Jawa Barat

Peneliti menggunakan metode pengukuran dalam bentuk *skala ratio*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan rumus hitung dan analisis data ini menggunakan kualitatif untuk fungsi manajemen *POAC*, (Terry, 2009), mencakup: *Planning* terdiri atas Peluang Usaha Baru, *Organizing* terdiri atas Pembiayaan, Pemasaran dan organisasi, *Actuating* terdiri atas kepemimpinan, *Controlling* terdiri atas Evaluasi Usaha Kuantitatif untuk rumus hitung seperti, *B/C Ratio*, *BEP*, *Payback Periode Cash Flow*. Dalam penelitian ini digunakan variabel berikut digunakan

Tabel 1. Pengukuran Data

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Alat Ukur	Skala
Peluang Usaha Baru	Kesempatan yang dapat dimanfaatkan seseorang Untuk mendapatkan apa (keuntungan).	Usaha yang pernah dijalani	Perubahan jenis usaha	Nominal
Pembiayaan	Penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antar bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai tertentu mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu tertentu. (UU Perbankan No. 10 tahun 1999)	1. Uang 2. Tenaga Kerja 3. Alat kerja 4. Lokasi	1. Jumlah Uang 2. Jumlah orang yang bekerja pada pabrik kerupuk rambak 3. Jumlah unit mesin dan jenis mesin yang dimiliki 4. Jumlah lokasi dan luas lokasi	1. Ratio 2. Ratio 3. Ratio dan Nominal 4. Ratio
Pemasaran	Suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan menawarkan, dan secara bebas	1. <i>Product</i> 2. <i>Price</i> 3. <i>Place</i> 4. <i>Promotion</i>	1. Jenis produk sembako yang diproduksi 2. Harga dalam setiap kemasan dan jenis sembako 3. Jumlah lokasi yang dimiliki. 4. Jenis dan Frekuensi	1. Nominal 2. Ratio 3. Ratio 4. Nominal dan Ratio

	mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Philip Kotler 2002)			Pendistribusian Produk	
Kepemilikan	Penguasaan atas sumber daya	Hak untuk memanfaatkan atau tidak memanfaatkan sumber daya yang ada.		1. Ada atau tidaknya hak atas pemanfaatan sumber daya. 2. Besar hak atau wewenang atas penguasaan sumber daya	1. Nominal 2. Ordinal
Organisasi usaha	Strukturisasi sumber daya perusahaan	Struktur organisasi		Level atau tingkatan organisasi	Ordinal
Kepemimpinan	Kemampuan untuk mengelola sumber daya	1. Tinggi 2. Sedang 3. Rendah		1. Dapat menyelesaikan semua masalah. 2. Minimal hanya dapat menyelesaikan 50% masalah yang dihadapi. 3. Hanya dapat menyelesaikan 20%	Ordinal
Evaluasi Usaha	Aspek Proses melakukan kinerja suatu bisnis	untuk menganalisis usaha	Ekonomi	<i>B/C Ratio, BEP, Payback Period, Cash Flow</i>	Ratio

Sumber : data diolah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UKM

Profil UKM terdiri dari yaitu : 1) Sejarah Warung Sembako Pak Rahmad Warung sembako rahmad didirikan oleh pak Rahmad, sejak bulan april 2006 di Depok jawa barat. Sebelum membuka warung sembako, pakahmad bekerja di perusahaan swasta yang ada di jakarta, tetapi pada pertengahan 2005 pak Rahmad di pecat oleh perusahaan tersebut.

Setelah tidak bekerja lagi pak Rahmad memikirkan untuk membuat usaha warung sembako di depok untuk menghidupkan kebutuhan sehari-hari, dengan pengalaman bekerja nya, beliau membuka usaha warung sembako..Pak Rahmad memulai usaha warung sembakonya ini benar-benar baru, belum pernah melakukan usaha sebelumnya dan bukan merupakan usaha kelanjutan. Awal pak Rahmad memulai usaha dengan dagangan yang seadanya namun dengan ketekunan pak Rahmad maka ia saat ini bisa terus mengembangkan usahanya banyak macam-macam sembako, peralatan dan perlengkapan rumah tangga. 2) Profil Perusahaan Warung sembako rahmad menawarkan berbagai macam jenis kebutuhan pokok, terdiri atas ada produk sembako, produk perlengkapan, produk sabun, keperluan dapur, produk makanan, dan produk minuman . pak rahmad sudah bertekad ingin mengembangkan usaha dagangannya ini, dengan keuletan dan semangat kerja kerasnya akhirnya beliau berhasil memperbesar usaha warungnya sehingga usaha saat ini usahanya di perbesar lagi Tempat usaha warung sembako pak Rahmad ini terletak di Jalan Fatimah, No 13, Rt 001 Rw 11, Kelurahan Kemiri Muka Kecamatan Beji Depok Jawa Barat.Warung sembako Pak rahmad terletak di perumahan di jalan fatimah, lahan yang dijadikan tempat usaha pak Rahmad adalah rumahnya sendiri, pak Rahmad merenovasi rumahnya buat usaha warung sembakonya.

Perencanaan atau *planning*,

Perencanaan yang dilakukan oleh pak rahmad yaitu. Peluang usaha baru bentuk kerja usaha yang dilakukan oleh pak Rahmad adalah penjualan, karena usaha warung sembako pak Rahmad melakukan proses penjualan produk sehari – hari. Peluang usaha baru yang dilakukan usaha warung sembako pak Rahmad dapat menumbuhkan tingkat produktivitas untuk diri sendiri dilingkungan dengan adanya peluang usaha baru maka dapat memberikan hal positif bagi dirinya sendiri

Organisasi atau *Organizing*

Usaha warung sembako pak rahmad melakukan organisasi dan terdiri dari aspek kewirausahaan yaitu : 1) dalam hal pembiayaan, dana yang digunakan berasal dari sumber kemampuan internal. Sumber keuangan internal ini merupakan modal milik pak Rahmad sendiri baik dana pribadi maupun dana yang dimiliki oleh pihak keluarga. Dengan kondisi keuangan atau dana yang dimiliki Pak Rahmad, Pak rahmad sangat anti tidak mau yang namanya meminjam uang untuk modal usahanya kepada pihak bank. 2) Pemasaran merupakan proses menyampaikan produk dari produsen ke konsumen, dalam proses pemasaran produk sembako. Proses pemasaran yang dilakukan usaha warung sembako Pak Rahmad berupa unsur 4P proses pemasaran produk berupa, a) *Product* (Produk) Produk yang dipasarkan usaha warung sambako pak Rahmad berupa barang sembako dan produk kebutuhan sehari –hari, Produk Sembako yaitu gandum, sagu, minyak goreng, telur, the beras, indomie goreng dan kopi. Produk perlengkapan mandi yaitu : sabun lux,

sabun daia, sabun rinso, pepsodent dan shampo, b) *Price* (Harga), Harga yang ditawarkan Pak Rahmad sesuai dengan harga yang ada di warung lain. Mengingat yang dijual atau diperdagangkan oleh pak Rahmad adalah produk yang memiliki harga berubah-ubah, jadi harga yang pak Rahmad tawarkan akan berbeda dari hari ke hari, bisa saja naik dan bisa saja turun. c). *Place* (tempat). Tempat distribusi yang digunakan oleh pak Rahmad berukuran 3x3 m², tempat yang dipilih oleh pak Rahmad yaitu di rumahnya di Jalan Fatimah Sampai saat ini lama pak Rahmad berdagang di lokasi ini sekitar 10 tahun. Pak Rahmad membuka warungnya pada pukul 06.30 WIB sampai 21.30 WIB, d) *Promotion* (Promosi). proses promosi dengan cara, dari mulut kemulut dan pelayanan ramah ke konsumen. Dengan berbagai macam promosi diatas maka dapat menarik pembeli untuk berbelanja ataupun tetap berbelanja di tempat pak Rahmad. 3) Kepemilikan adalah penguasaan atas sumber daya. Kepemilikan dibagi menjadi 2 (dua) yaitu, kepemilikan sendiri dan kepemilikan kelompok. Kepemilikan tempat usaha warung sembako pak Rahmad merupakan kepemilikan sendiri, kepemilikan tempat usaha beliau harus memiliki kelengkapan izin usaha, yaitu berupa : Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Izin Usaha Dagang (UD) dan Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB). 4) Organisasi Strukturisasi sumberdaya baik sumber daya manusia maupun non manusia. Strukturisasi yang ada di usaha warung sembako pak rahmad berbentuk garis, dalam organisasi berbentuk garis pemimpin dianggap sebagai penanggung jawab koordinasi usaha. Fungsi pemimpin adalah untuk mengatur segala sesuatu dalam menjalankan usaha tersebut, yang bertanggung jawab pada proses penjualan/pemasaran dan keuangan adalah pak rahmad sendiri dibantu dengan istrinya, Tanggung jawab serta peran dari pemilik usaha salah satunya harus bisa memberikan rasa nyaman bagi dirinya sendiri dan istrinya

Pelaksanaan atau *Actuating*

Di dalam pelaksanaan Kepemimpinan yang ada di usaha warung sembako pak Rahmad adalah kepemimpinan demokratis, yaitu gaya pemimpin yang memutuskan secara demokratis terhadap dirinya dan istrinya seperti : keputusan untuk menaikkan atau menurunkan harga secara demokrati

Pengawasan atau *Controlling*

Setiap hari pak Rahmad selalu mengawasi ketersediaan bahan baku di tempat usahanya. Pak Rahmad berbelanja setiap 4 hari sekali, jika pak Rahmad tidak berbelanja ia menelpon agen-agen sembako untuk mengantarkan barang pesannya, pengawasan juga dilakukan yaitu evaluasi usaha. Proses monitoring, menilai hasil, dan melakukan tindak-lanjut rencana dan kegiatan perusahaan atau kelompok. Aspek-aspek yang di perlukan dari proses evaluasi usaha warung sembako Pak Rahmad terdiri dari 4 aspek yaitu 1).Aspek hukum kelengkapan dan keabsahan dokumen sangat penting, karena apabila ada kendala dikemudian hari harus diperhatikan dasar hukumnya. Dalam hal izin

usaha Pak Rahmad sudah mempunyai izin seperti, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), Izin Usaha Dagang (U D) dan Surat Izin Mendirikan Bangunan (IMB). 2). Aspek Pasar dan Pemasaran Pada aspek pasar dan pemasaran usaha warung sembako pak Rahmad memiliki konsumen calon pembeli untuk produk dagangannya, kondisi pesaing usaha di sekeliling pak Rahmad sangatlah besar karena di dalam sebuah pasar tidak hanya ada satu atau dua pedagang, pak Rahmad memiliki produk yang berkualitas dimana pak Rahmad selalu menjaga kualitas produk yang ditawarkan sehingga dapat bersaing dengan pedagang warung sembako lainnya. 3). Aspek Keuangan Metode penilaian yang digunakan antara lain: *Cash Flow* dan *Payback Period*. Pemilik usaha warung sembako pak Rahmad yang terdiri dari dua orang yaitu pendiri usaha yang bernama Rahmad dan dibantu oleh istrinya yang bernama Anisa, pada awal usahanya pak Rahmad menggunakan modal sendiri yaitu sebesar Rp 10.000.000, modal awalnya itu beliau gunakan untuk membeli peralatan yang dibutuhkan dan juga produk yang akan dijual. Modal yang dikeluarkan usaha warung sembako pak Rahmad setiap bulannya meliputi kebutuhan produk bahan baku, biaya listrik, uang makan, dan yang terakhir buat biaya sekolah anak-anaknya, Dalam hal biaya tetap, biaya variabel, dan laba di tahan maka pengeluaran yang dikeluarkan oleh Pak Rahmad sebanyak Rp 3.350.000,- + Rp 380.000,- + Rp 1.000.000,- = Rp 4.730.000

Tabel 2. Laba Bersih Warung Sembako Pak Rahmad Tahun 2020

Bulan	Jumlah Hari per Bulan	Pendapatan per Hari	Pendapatan per Bulan (Y)	Konsumsi Usaha per Bulan (C)	Keuntungan	
					Saving (S) 60%	Investasi (I) 40%
Jan	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Feb	29	Rp 400.000	Rp 11.600.000	Rp 4.730.000	Rp 4.122.000	Rp 2.748.000
Mar	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Apr	30	Rp 400.000	Rp 12.000.000	Rp 4.730.000	Rp 4.362.000	Rp 2.904.000
Mei	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Jun	30	Rp 400.000	Rp 12.000.000	Rp 4.730.000	Rp 4.362.000	Rp 2.904.000
Jul	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Agt	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Sept	30	Rp 400.000	Rp 12.000.000	Rp 4.730.000	Rp 4.362.000	Rp 2.904.000
Okt	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Nov	30	Rp 400.000	Rp 12.000.000	Rp 4.730.000	Rp 4.362.000	Rp 2.904.000
Des	31	Rp 400.000	Rp 12.400.000	Rp 4.730.000	Rp 4.602.000	Rp 3.068.000
Total	366		Rp 144.200.00	56.750.000	Rp 53.784.000	35.840.000

Sumber : Laba Bersih Usaha warung Sembako Pak Rahmad Tahun 2020

Dalam perhitungan laba bersih maka didapat, keuntungan kurang lebih sebesar Rp 6.870.000 sampai dengan Rp 7.670.000 per bulan. Perhitungan ini didapat dari rumus $Y=C+S+I$. Keuntungan Usaha warung sembako Pak Rahmad dalam jangka waktu 1 bulan adalah sebagai berikut:

$$\frac{\text{Rp. } 87.450.000}{12} = \text{Rp } 7.287.500$$

Pendapatan bersih Usaha warung sembako Pak Rahmad per bulan dapat dihitung dari (Pendapatan Kotor per Bulan – Biaya Kebutuhan per Bulan) Rp 7.287.500 – Rp 4.730.000 = Rp 2.557.500

Payback Period (PP)

$$PP = \frac{\text{Jumlah Investasi}}{\text{Kas Bersih}} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PP = \frac{\text{Rp } 3.068.000}{\text{Rp. } 2.557.500} \times 1 \text{ tahun}$$

$$PP = 1,19 \times 1 \text{ Tahun}$$

$$PP = 1,19$$

Jadi, lama pengembalian modal yang diterima yaitu oleh pak Rahmad 1 tahun 19 bulan investasi diterima. Waktu yang dibutuhkan untuk mengembalikan modal UKM pak Rahmad sebesar 1 tahun 19 bulan

BEP (Break Even Point)

Perincian masing-masing :

Biaya tetap	: Rp. 3.350.000
Biaya variabel	: Rp 380.000,-
Kapasitas produksi	: 600 unit/kg
Harga jual per kg	: Rp. 24.000 / kg
Total penjualan	: 600 X Rp. 24.000 = Rp. 14.400.000

$$\text{Biaya Tetap Kg} = \frac{\text{Rp } 3.350.000}{600} = 5.583 \text{ Kg}$$

$$\text{Biaya Variabel Kg} = \frac{\text{Rp } 380.000}{600} = 633 \text{ Kg}$$

$$\text{Biaya BEP Kg} = \frac{\text{Rp } 3.350.000}{24.000 = 633} = 143.56 \text{ Kg}$$

Jadi, Warung Sembako pak Rahmad ini harus menjual sekitar 143,36 kg agar mencapai *BEP*.

$$BEP \text{ Rupiah} = \frac{Rp \ 3.350.000}{\frac{1-3.380.000}{14.400.000}} = Rp \ 3.442.359$$

Sedangkan untuk pendapat *BEP* dalam rupiah warung sembako pak Rahmad ini harus mendapatkan keuntungan Rp. 3.442.959. Didalam usahanya ini, pak Rahmad mampu mendapatkan pendapatan Rp. 7.670.000 perbulan.

B/C Ratio

Rasio B / C atau rasio manfaat-biaya adalah perbandingan antara nilai manfaat sekarang dan nilai biaya sekarang. Rumus perhitungan *B / C ratio* adalah sebagai berikut:

$$B/CRatio = \frac{\text{Jumlah Pendapatan}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

$$B/CRatio = \frac{Rp \ 87.450.000}{Rp. \ 4.730.000} = Rp \ 18,4$$

Maka didapat hasil perhitungan sebagai berikut: 18,4. Karena hasil perhitungan *B/C Ratio* > 1 maka usaha warung sembako pak Rahmad dinyatakan layak untuk dilaksanakan.

Analisis Keberhasilan Manajerial UKM

Dalam analisis ini Keberhasilan manajerial UKM dilihat dari ciri sukses seorang wirausaha yaitu: Untuk mulai terdiri atas tekun dan menanggung resiko, sedangkan untuk sukses terdiri atas jujur dan memiliki tujuan jangka panjang (Budiman, 2013).

1) Untuk Mulai maka keberhasilan UKM dapat diukur dengan tekun. Sudah 10 tahun pak Rahmad menekuni usahanya, dalam menekuni usahanya pak Rahmad selalu melakukan pengembangan dalam usahanya tersebut baik dalam hal kualitas produk, pelayanan, maupun inovasi produk yang ditawarkan. Selama menjalankan usahanya setiap wirausaha selalu mengalami fase ramai ataupun sepi dari pembeli, fase ramai ataupun sepi ini juga pernah di alami oleh pak Rahmad, menurut beliau fase ramai dan sepi di pasar tidak bisa di tebak, tetapi pak Rahmad menjelaskan bahwa fase ramai biasanya selalu ada pada saat menjelang hari-hari besar dan fase sepi setelah hari raya idul fitri,

2) Menanggung Resiko Selaku pemilik usaha pak Rahmad selalu menjadi penanggung jawab tempat usahanya, baik usahanya dalam keadaan baik ataupun buruk, pak Rahmad selalu berkorban demi memajukan usaha serta mempertahankan tempat usaha yang dimilikinya, selama menjalankan usahanya pak Rahmad pernah mendapatkan pendapatan yang minim sehingga tidak mendapatkan untung hanya mencapai titik impas atau balik modal.

3) Untuk sukses maka keberhasilan dapat diukur dengan jujur dalam kondisi apapun yang terjadi dengan keadaan tempat usahanya pak Rahmad selaku pemilik tempat usaha selalu berusaha jujur terhadap apa yang terjadi dengan keadaan usahanya, baik dalam hal produk yang selalu terjamin kualitas kesegarannya. Pak Rahmad selalu memilih produk yang berkualitas baik, beliau juga selalu tepat waktu dalam menyediakan produk yang dijual, dan membayar tepat waktu dalam memenuhi produk yang dijual.

4) Tujuan Jangka panjang yang diinginkan pak Rahmad adalah ingin menjaga tersedianya produk yang dijual. Untuk menjaga kelancaran persediaan produk tersebut maka pak Rahmad bisa menggunakan S.M.A.R.T a) Khusus (*Specific*) : Tujuan yang jelas dan fokus. Saat fokus pada tujuan, tujuan akan menjadi sebuah magnet, menarik dan sumber daya akan ke arah tujuan itu. Semakin fokus energi, semakin besar kekuatan yang diturunkan. Dalam menjalankan usahanya pak Rahmad memiliki tujuan yang jelas yaitu ingin menjaga kelancaran produk yang dijualnya dan fokus pada usaha warung sembako yang dijalankannya, karena dengan tujuan yang jelas dan fokus pada usaha yang dirintisnya saat ini, maka dapat memotivasi pak Rahmad dalam menjalankan usahanya ke masa yang akan datang b) Terukur (*Measurable*) : Sampai saat ini tujuan yang diinginkan pak Rahmad cukup memuaskan, karena tidak pernah dibayangkan oleh beliau selama 10 tahun menjalankan usahanya hampir tidak pernah kekurangan produk yang beliau jual, c) Dapat dicapai (*Achievable*) : . Sampai saat ini kemampuan dan keahlian yang dimiliki pak Rahmad untuk memasarkan atau melayani sudah cukup memuaskan hati para pelanggannya sehingga tidak salah jika banyak konsumen yang senang menjadi pelanggan pak Rahmad. Dalam hal kapasitas finansial pak Rahmad sudah mampu mencapainya karena untuk setiap bulannya pak Rahmad sudah mampu mengantongi keuntungan sebesar Rp 7.670.000, per bulan dan dengan kata lain keinginan pak Rahmad sudah tercapai. d) Waktu (*Timely*) : Menekankan pentingnya menetapkan target dengan kerangka waktu, yaitu memberikan *deadline* pencapaian target. kepatuhan terhadap tenggat waktu akan membantu tim untuk tetap fokus bekerja untuk memenuhi target tepat waktu, atau bahkan lebih cepat.

5) Doa Dalam hal beribadah pak Rahmad selalu menjalankan sholat lima waktu dan berdoa serta selalu menyerahkannya kepada Allah SWT, karena menurut beliau hanya Allah lah yang memberikan kehendak kepada setiap umatnya, pak Rahmad selalu memberikan infaq ataupun sodaqoh baik kepada orang yang meminta infaq dan infaq di masjid Menurut beliau ibadah adalah nomer satu, beliau selalu meminta dan berharap kepada Allah agar

tempat usahanya bisa lancar dan berkembang dan hasil akhir yang didapatkan dari usaha warung sembako pak Rahmad adalah hasil akhir *stabilityt*, karena pada kondisi saat ini pak Rahmad selaku pemilik usaha sudah dapat memenuhi kebutuhan pokok dirinya dan keluarga,. Dengan hasil *stability* ini maka usaha warung sembako pak Rahmad sudah bisa dikatakan berhasil dan sukses menjalankan usahanya selama ini.

KESIMPULAN

Dari pembahasan tentang kinerja manajerial wirausaha pada UKM warung Sembako pak Rahmad, maka akan dianalisis hasil proses manajerial dan kinerja perusahaan dengan metode *payback periode* dan *cash flow* dan dapat disimpulkan bahwa. Pelaksanaan proses manajerial diwarung sembako pak Rahmad mencakup proses *planning* bahwa kegiatan usaha yang dilakukan direncanakan untuk menggeluti bidang perdagangani, *organizing* sumber keuangan internal ini merupakan modal milik Pak Rahmad sendiri, baik dana pribadi maupun dana yang dimiliki oleh pihak keluarga, *actuating* kepemimpinan yang ada di warung sembako Pak Rahmad berbentuk demokratis, dan *controlling* disetiap harinya pak Rahmad selalu mengawasi ketersediaan bahan bakunya. Dalam aspek keuangan dapat diketahui bahwa keuntungan warung sembako Pak Rahmad dengan menggunakan *cash flow* sebesar Rp. 7.670.000 per bulan dan dengan perhitungan *payback periode* bisa diketahui bahwa pengembalian investasi dapat pak Rahmad selama 1 tahun 19 bulan, maka pengembalian investasi dapat di terima. Adapun perhitungan BEP unit adalah 143,36 kg Sedangkan BEP unit rupiah adalah sebesar Rp. 3.442.959. Menurut perhitungan *Benefit Cash Ratio* sebesar $18,4 > 1$ maka warung sembako milik Pak Rahmad sudah layak dilaksanakan. sedangkan kinerja perusahaan yang dilakukan usaha Warung Sembako Pak Rahmad diukur dengan 7 aspek indikator sudah dapat berjalan dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan keinginan usaha Warung Sembako Pak Rahmad saat ini

REFERENSI

- Alma, Buchari. (2005). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung : CV Alfabeta
- Budiman, (2013). *Materi Mata Kuliah Kewirausahaan*. (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi. Universitas Gunadarma : Jakarta
- Echdar, S. (2013). *Manajemen Entrepreneurship: Kiat Sukses Menjadi Wirausaha*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Harahap, Sofyan Syafri. (2006). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada
- Indriati, Ria. (2014). *Analisis Kinerja Manajerial Wirausaha (Studi Kasus UKM Martabak Yanto)*. Skripsi (tidak dipublikasikan). Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen. Universitas Gunadarma : Jakarta.

- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Mulyadi. (2000). *Akuntansi Biaya. Edisi 5*. Yogyakarta : Aditya Media
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta
- Susilawati, dan Saepul Hakkul Yakin (2017). Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional (Studi Kasus Industri Rengginang Di Kecamatan Sakra Pusat, *JPEK*, hal 19 - 37 Volume 1, No. 1
- Tjiptono, Fandy, (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: Andi
- Terry, George R. (2009). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta : Bumi Aksara