

STRATEGI PENDIRIAN MINI MARKET DENGAN MODAL TERBATAS (Studi Kasus pada Yumaya Mart Kraksaan Probolinggo)

Moh. Rifa'i¹, Zubaidi², Ahmad Tijani³, Devi Amaliya Putri⁴, Mukhlisin Saad⁵

¹Universitas Nurul Jadid (UNUJA) Probolinggo

²Institut Daarul Qur'an (IDAQU) Jakarta

^{3,4}Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Islam Badri Mashduqi (STEBI BAMA) Probolinggo

⁵Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya

Korespondensi. author: mohrifaiahmad@unuja.ac.id

ABSTRACT

This study aims to find out how the strategy of establishing a mini market with limited capital is where this problem has always been the main reason for entrepreneurs, especially novice entrepreneurs. This study uses a descriptive qualitative approach with 3 data collection techniques consisting of interviews, observations, and documentation. Informants were determined by purposive sampling but still considering priority recommendations (Snowball sampling). Meanwhile, the data analysis used the Mile and Huberman model, namely data collection, data display, data reduction, and conclusion drawing which was strengthened by triangulation and time extension according to the need for data authenticity. The results of the study explain that the strategy for establishing a minimarket with limited capital includes the implementation of an attitude of optimism and intention because of Allah SWT by the founder, utilizing a free cashier system for transaction services and giving bonuses for consumers, using free applications in the promotion of merchandise, installing business pages on Google as Yumaya Mart's main space, adequate knowledge and experience of pioneers in managing Minimarkets, involvement of Yumaya Mart pioneers in business forum groups, and community involvement in the fulfillment of goods with a consignment system.

Keywords: mini market establishment strategy, limited capital

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana strategi mendirikan minimarket dengan modal terbatas yang mana problematika ini selalu menjadi alasan utama bagi para pengusaha terumata, terutama pengusaha pemula. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan 3 teknik pengumpulan data yang terdiri atas interview, observasi, dan dokumentasi. Informan ditentukan dengan purposive sampling namun tetap mempertimbangkan rekomendasi-prioritas (Snowball sampling). Sedangkan analisis data menggunakan model Mile dan Huberman yaitu pengumpulan data, display data, reduksi data, dan pengambilan kesimpulan yang dikuatkan dengan triangulasi dan perpanjangan waktu sesuai kebutuhan otentisitas data. Hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pendirian minimarket dengan modal terbatas antara lain implementasi sikap optimisme dan niat karena Allah SWT oleh pendiri, pemanfaat sistem kasir gratis untuk layanan transaksi dan pemberian bonus bagi konsumen, pemanfaatan aplikasi gratis dalam promosi barang dagangan, pemasangan laman bisnis di Google sebagai space utama Yumaya Mart, pengetahuan dan pengalaman perintis yang memadai dalam mengelola Minimarket, keterlibatan perintis Yumaya Mart dalam kelompok forum usaha, dan pelibatan masyarakat dalam pemenuhan barang dengan sistem konsinyasi.

Kata kunci: strategi pendirian mini market, modal terbatas.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern, membuat kebutuhan manusia semakin meningkat. Kebutuhan tersebut berkembang seiring dengan berkembangnya perubahan yang terjadi saat ini, terutama kondisi sosial ekonomi masyarakat (Fadilah et al., 2021). Salah satu dari unit usaha perekonomian adalah minimarket berpersan sebagai kompetitor daripada keberadaan warung tradisional (Jumaidi et al., 2019) yang saat ini telah berkembang pesat. Warung tradisional disini adalah para pedagang industri yang terdiri dari pedagang kelontong/sembako, pakaian, dan pecah belah (Kartini, 2016). Unit minimarket sendiri menjadi salah satu kebutuhan prioritas masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari. Keberadaannya tidak terlepas dari perkembangan perekonomian yang terus mengalami perubahan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang kian lama menuntut kemudahan-kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari (Rifa'i, 2019).

Kontemporer, minimarket merajalela menjadi bisnis *franchise* yaitu bentuk kerja sama usaha antara pemilik merk dagang, produk, atau sistem operasional yang mana kemudian diotorisasikan kepada pihak kedua yang berhak mendapatkan izin dalam pemakaian merek, produk, serta sistem operasional tersebut dalam menjalankan sebuah usaha yang profitabel. Strategi ini memberikan peluang kepada masyarakat dengan modal dan pengetahuan terbatas untuk dapat memiliki suatu usaha yang dimiliki oleh para profesional dengan modal memadai dan pengetahuan memadai (Suwinardi, 2019). Tentu hal ini selaras dengan pendidikan agama Islam yang memerintahkan manusia untuk saling tolong menolong dalam urusan kebaikan, dalam hal ini peningkatan kesejahteraan bersama-sama (Rifa'i, 2022).

Allah SWT memerintahkan manusia pula agar selalu berusaha dengan sekuat tenaga sesuai dengan kemampuan. Bukan sekedar hasil yang diprioritaskan namun lebih dari itu adalah proses bagaimana manusia tersebut berusaha dalam memberikan kebaikan bagi dirinya dengan mencari karunia-karunia Allah SWT dengan kondisi keberadaannya di dunia. Manusia diperintah untuk berusaha dan Allah SWT yang kemudian menentukan nasibnya. Allah *Suhanahu Wa Ta'ala* berfirman yang Artinya: *"Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi; carilah karunia Allah SWT dan ingatlah Allah SWT banyak-banyak agar kamu beruntung"* (QS. Al-Jumu'ah [62]:10).

Perintah ini lebih menekankan kepada proses atau usaha yang harus dikerjakan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Modal besar belum tentu menjadi andalan dalam menjalankan suatu usaha yang menghasilkan profit baik. Lebih dari hal tersebut, Allah SWT memerintahkan agar manusia memanfaatkan anugerah yang telah diberikan oleh Allah SWT dengan cara melakukan strategi-strategi maksimal sebagai sebuah proses mereka mengharap ridho Allah SWT dalam kehidupannya untuk akhirnya. Tentu bila dimaknai dengan baik, hal ini menjadi motivasi bagi para pengusaha bahwa mereka bisa melakukan sesuatu yang bermanfaat dengan keterbatasan yang ada untuk dikembangkan (Rifa'i, 2019).

Minimarket yang tumbuh pesat saat ini berlomba-lomba menawarkan sistem waralaba yang memungkinkan para pemilik modal lainnya ikut bergabung dalam

rangka mengembangkan usahanya demi mendapatkan laba yang lebih besar atas dasar selera dan kecenderungan konsumen modern lebih memilih berbelanja di minimarket daripada di toko kelontong ataupun warung tradisional (Rozi, 2019). Minimarket merupakan sebuah jenis usaha yang menggabungkan antara konsep swalayan dalam skala kecil dengan target pasar yang sama dengan target “warung dan kios” pada pasar tradisional. Usaha minimarket pada dasarnya dilakukan oleh pengusaha menengah ke atas, bukan untuk pengusaha mikro atau kecil, yang selama ini bergerak pada mereka bergelut di dataran pasar tradisional modal besar yang dimiliki oleh pengusaha minimarket memungkinkan konsep minimarket memiliki fasilitas dan pelayanan yang dapat menarik konsumen lebih baik dibanding pangsa pasar tradisional. Indikator tersebut menumbuhkembangkan minat masyarakat dalam berbelanja di minimarket ketimbang toko tradisional lainnya. Selain pelayanan yang memuaskan, keamanan yang terjamin, namun juga memahami dan memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen dengan selalu mengikuti perubahan yang terjadi dan mampu mengetahui kebutuhan konsumen (Purwanti, 2011 dan Aslam, 2017).

Perintisan minimarket tentu membutuhkan ketersediaan komponen-komponen prioritas bisnis itu sendiri (Purwanto, 2020). Salah satunya adalah ketersediaan modal yang disesuaikan dengan kebutuhan besaran usaha yang akan didirikan. Sekian banyak masyarakat bahkan tidak sanggup untuk melakukan perintisan dengan modal terbatas, dan hanya beberapa saja yang dapat merealisasikannya dengan integrasi pengetahuan ekonomi umum dan agama. Tidak hanya modal saja, namun kesabaran dalam mengelola dapat menjadi salah satu indikator terpenting dalam berbisnis. Kasus tersebut membutuhkan strategi-strategi khusus bagaimana mendirikan usaha minimarket dengan modal yang terbatas. Tentu para pakar dan praktisislah yang dapat memahami dan menjalankannya.

Bisnis dengan sistem swalayan ini tentu hanya dimiliki oleh pemegang modal besar ataupun para investor. Dengannya mereka mengembangkan usahanya dengan mudah, termasuk dalam rangka mengekspansi jaringan bisnisnya. Hal tersebut didukung oleh salah satu penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Jenis Usaha terhadap Laba Usaha Mustahik (Studi Pada UMKM Binaan Baznas Kota Malang)” dengan hasil penelitian yang menjelaskan bahwa modal menjadi pendukung signifikan dalam mengembangkan usaha guna profit yang terbaik (Azra, 2019). Kita ketahui wujud modal yang memadai memudahkan para pengusaha dalam menjalankan usaha minimarket atau apapun saja, walau dalam pengembangannya tidak selalu terealisasi karena dibutuhkan profesionalitas pengelolaan yang efektif dan efisien.

Kasus tersebut di atas didukung pula dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Modal Usaha terhadap Sikap Berwirausaha dan Peran Orang tua sebagai Variabel Moderating” yang menghasilkan data penelitian bahwa modal usaha berimplikasi signifikan bagi sikap berwirausaha dan peran orang tua mampu memoderasi pengaruh modal usaha terhadap sikap berwirausaha (Tambunan, 2022). Data ini menunjukkan bahwa sikap berwirausaha dapat dipengaruhi oleh ketersediaan modal yang cukup sehingga usaha berjalan dengan seksama. Betapa besar pengaruh modal dalam mendukung perilaku pengusaha dalam berusaha. Sebaliknya berbeda dengan

masyarakat yang hanya memiliki modal terbatas. Problematika besar bagi para pengusaha kecil atau menengah untuk menjalankannya disebabkan keterbatasan modal sehingga menjadi penghambat berdirinya proses jual beli dengan sistem minimarket, selain problematika karyawan baru yang belum pernah berpengalaman dalam mengelola usaha minimarket (El-Dairi & House, 2019).

Survey pendahuluan yang kami lakukan sebagai peneliti menjelaskan suatu temuan yang berbeda sehingga menarik untuk ditindaklanjuti dalam penelitian yang mendalam. Keterbatasan modal dalam mendirikan usaha dengan bentuk minimarket ternyata dapat dilakukan oleh pemilik Yumaya Mart yang berlokasi di Jl. Raya Panglima Sudirman No. 49 Patokan Kraksaan Probolinggo. Hal ini tentu menjadi motivasi bagi para pelajar terutama pada konsentrasi ekonomi untuk melakukannya, dan bahwa mereka bisa melakukannya walau dengan keterbatasan modal. Berkaitan dengan pengembangan omzet atau profit tentu perlu dibahas dalam penelitian lainnya. Indikator-indikator penelitian sementara tersebut di atas memotivasi peneliti untuk memperdalam keilmuan ekonomi khususnya pada aspek bagaimana mendirikan usaha yang berbentuk minimarket dengan modal yang terbatas sehingga selanjutnya dapat berperan dalam memberikan lapangan kerja bagi para masyarakat sekitar yang membutuhkannya serta hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi para pengusaha baru atau pengusaha muda khususnya Mahasiswa yang sedang mendalami konsentrasi ekonomi Islam pada berbagai perguruan tinggi di Indonesia sehingga dapat berperan aktif dalam mengembangkan dan memajukan kesejahteraan bangsa Indonesia dengan ajaran Islam yang maksimal.

Judul yang diangkat adalah strategi pendirian minimarket dengan modal terbatas pada Yumaya Mart Patokan Kraksaan Probolinggo dengan berpedoman kepada teori Suwinardi dengan judul langkah sukses memulai usaha dengan beberapa langkah-langkah yang dapat dilakukan antara lain pemilihan bidang usaha yang diminati dan memiliki hasrat dan pengetahuan di dalamnya, memperluas dan memperbanyak jaringan bisnis dan pertemanan, pilihlah keunikan dan nilai unggul dalam produk/jasa anda, jaga kredibilitas dan brand image. Disamping itu dalam berwirausaha sangat diperlukan kejujuran dalam usahanya, karena akan membawa keberhasilan dan kesuksesan dari akibat kepercayaan pelanggan (Suwinardi, 2019).

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam menggali data sebanyak mungkin sesuai dengan fokus penelitian, yaitu strategi mendirikan mini market dengan modal terbatas yang dilakukan oleh pengusaha Yumaya Mart sehingga terwujud layanan jual beli dengan sistem swalayan berbentuk minimarket. Pengelola Yumaya Mart merupakan informan utama (Purposive sampling) namun peneliti tetap memperhatikan rekomendasi-rekomendasi lain (Snowball sampling) yang berkembang sebagai sumber data. Peneliti merupakan instrument utama. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi secara partisipan, dan studi dokumentasi. Analisis data temuan dengan berpedoman kepada model Mile dan Huberman dengan cara mengumpulkan data autentik, mereduksi data, mendisplay data, dan menarik kesimpulan sebagai temuan akhir setelah dibahas dengan teori yang

peneliti gunakan yaitu teori Suwinardi dalam langkah sukses memulai usaha (Moh. Rifa'i, Zahra et al., 2021). Hal tersebut dilakukan dengan memperhatikan pendekatan multimetode yang disebut triangulasi, yaitu memeriksa keabsahan data dengan cara menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data) Kemudian agar ditemukan data sampai akhir, maka perpanjangan waktu penelitian juga menjadi perhatian peneliti demi validitas data akhir.

Perintis minimarket menguatkan sikap optimisnya dengan menguatkan niat karena Allah SWT. Hal ini menjadikannya lincah dan tidak tergesa-gesa untuk mendirikan usaha dengan modal terbatas. Justru kekuatan sikap optimisme tersebut memotivasi dirinya untuk terus melakukan strategi-strategi dengan cara membaca dan belajar bagaimana mengembangkan usaha yang didirikan dengan modal terbatas tersebut. Prinsip bertanya kepada mereka yang berpengalaman, dan mau mengadakan introspeksi dan evaluasi terhadap kelemahan dan kelebihan harus dilakukan demi pengembangan. Hal ini selaras dengan perintah agama Islam dan beberapa pakar bahwa komunikasi aktif untuk mempelajari dan mengkoordinasikan dengan pihak-pihak profesional harus dilakukan untuk pengembangan bisnis (Purwanto, 2020).

Sikap optimisme dan kekuatan niat mendirikan usaha karena Allah SWT ternyata dibuktikan pula oleh perintis Yumaya Mart dengan implementasi distribusi shadaqah setiap hari pada akhir tutup toko setelah semua transaksi hari tersebut diselesaikan. Aturan ini telah menjadi sistem yang harus dikerjakan oleh rekan kerja Yumaya Mart yang telah tertuang dalam aturan kerja dan SOP yang telah ditentukan. Implementasi SOP selaras dengan pendapat para pakar dalam penelitiannya bahwa hal tersebut dapat mempengaruhi kinerja karyawan (Rachmat & Sunaryo, 2020; Sinaga, 2017; Soediro & Nurbianto, 2021). Sistem distribusi shadaqah ini berpedoman kepada sistem syariah Islam yaitu 2,5% dalam penentuan zakat. Itu dilakukan walau nishab kekayaan Yumaya Mart masih belum sampai pada takaran ukuran emas 85 gram. Namun ini menjadi bukti kekuatan optimisme dan niat pengelola dalam mendirikan Yumaya Mart karena mengharap ridlo Allah SWT.

Orientasi bisnis dalam Islam untuk mencapai target berupa profit materi dan non-materi, pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan. Target hasil profit-materi dan non-materi artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencari profit (Qimah madiyah atau nilai materi), tetapi juga memperoleh dan memberikan benefit (Keuntungan atau manfaat) non-materi kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal. Implikasinya adalah pada terciptanya terjalinnya persaudaraan yang kuat, kepedulian sosial dan sebagainya. Selain memperoleh profit dan benefit, bisnis dalam Islam juga memiliki orientasi pertumbuhan, keberlangsungan, dan keberkahan. Artinya, bahwa perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat, dengan tetap berada dalam koridor syari'ah, bukan menghalalkan segala cara. Apa yang sudah dicapainya tersebut harus terus dipertahankan keberlangsungannya, sehingga perusahaan dapat exis dalam kurun waktu yang lama.

Pada akhirnya, apa yang sudah dicapainya tersebut juga harus memunculkan keberkahan. Artinya, bisnis syari'ah menempatkan ridla Allah SWT dan keberkahan sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia oleh Allah SWT. (Huda, 2016) ini semua sependapat dengan apa yang telah

dilakukan oleh manajemen Yumaya Mart. Namun dalam hal ini Suwinardi tidak tidak menyinggungnya dalam temuan penelitian yang telah dilakukannya. Dalam artian temuan ini merupakan temuan baru dalam memulai bisnis dengan dana yang terbatas atau bahkan tidak terbatas sebagaimana dilakukan pada umumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Yumaya Mart berdiri pada Tanggal 21 April 2021 bertempat di Jl. Raya Panglima Sudirman No. 49 Kelurahan Patokan Kecamatan Kraksaan Kabupaten Probolinggo Provinsi Jawa Timur Indonesia 67282. Luas toko yang digunakan adalah 3X4 (12 M2) yang terdiri atas ruang toko dan 1 toilet. Minimarket ini didirikan oleh Dr. H. Moh. Rifa'i, M.Pd. yang berasal dari daerah setempat dengan profesi sebagai Dosen yang mengelola minimarket mulai tahun 2010 di lingkungan Pondok Pesantren. Minimarket ini menyediakan semua barang berbagai kebutuhan pokok dengan sistem harga bertingkat, di mana konsumen diberikan kebebasan yang mereka inginkan pada rak Yumaya Mart ini.

Perkembangan minimarket ini telah berselang 2 tahun yang didirikan dengan keterbatasan dana dan saat ini telah memiliki 2 karyawan yang disebut dengan rekan kerja dalam mengembangkan usaha. Rekrutmen rekan kerja dilakukan dengan profesional melalui seleksi ujian dan interview sesuai kebutuhan dan keterbukaan serta dilengkapi dengan aturan kerja dan Standard Operating Prosedure (SOP) yang jelas. Jam buka dimulai dari jam 06.00 sampai dengan jam 20.00 setiap hari kecuali hari Ahad dibuka mulai jam 08.00 sampai 17.00 WIB. Sampai detik ini usaha ini masih berjalan dengan strategi-strategi perkembangan yang telah dilakukan oleh pengelola untuk mencari peluang dalam meningkatkan omzet demi kesejahteraan bersama dengan strategi rapat berkala setiap 2 minggu sekali. Temuan yang peneliti peroleh dalam perintisan minimarket dengan modal terbatas yang dilakukan melalui teknik pengumpulan data seperti interview, observasi, dan dokumentasi serta dikuatkan dengan analisis data ini, antara lain sebagai berikut:

Optimisme dan niat karena Allah SWT

Strategi mendirikan mini market dengan dana minim ini sangat mengutamakan beberapa hal, yaitu optimisme karena Allah SWT merupakan keyakinan diri dan salah atau sikap baik yang dianjurkan dalam Islam. Pengelola Yumaya Mart memegang teguh prinsip optimisme dalam mengembangkan usaha. Orang akan termotivasi dengan sikap ini dalam menjalani kehidupan. Seperti yang dijelaskan dalam Nabi yang berbunyi: *“Mukmin yang kuat lebih baik dan lebih dicintai oleh Allah SWT daripada mukmin yang lemah. Namun, keduanya tetap memiliki kebaikan. Bersemangatlah dalam hal-hal yang membawa manfaat bagimu. Mohonlah pertolongan kepada Allah SWT dan janganlah kamu menjadi lemah. Jika kamu tertimpa suatu musibah, maka jangan kau katakan: “Seandainya aku lakukan demikian dan demikian.” Akan tetapi katakanlah: “Ini sudah menjadi takdir Allah SWT. Setiap apa yang telah Dia kehendaki pastilah terjadi.” Karena sesungguhnya perkataan ‘seandainya’ dapat membuka pintu Syetan” (al-Hadits).*

Pemanfaat sistem kasir gratis untuk layanan transaksi dan pemberian bonus bagi konsumen

Keterbatasan dana tidak menutup langkah pengelola Yumaya mart untuk memberikan layanan maksimal bagi konsumennya. Penggunaan sistem kasir tetap dilakukan dengan memanfaatkan aplikasi kasir gratis yaitu Griyopos yang dapat dioperasikan dengan handphone android. Layanan menjadi mudah dan performancenya tidak kalah dengan minimarket-minimarket profesional lainnya. Hal tersebut dibuktikan dengan terwujudnya harga jual yang telah diputuskan dan di-input pada sistem kasir tersebut lalu dikuatkan dengan penempelan harga pada setiap rak barang atau price tag sehingga konsumen dapat mengetahui dengan pasti harga barang yang hendak dibelinya, dan tanpa adanya manipulasi data antara harga pada sistem dan rak. Hal ini menjadi implementasi jual beli yang relevan dengan syari'at Islam. Pemanfaat sistem kasir ini sependapat dengan para pakar bisnis yang menekankan pada adanya sistem kasir pada layanan jual beli di minimarket. Dalam hal ini Suwinardi tidak menyinggungnya dalam temuan penelitiannya.

Semua penetapan harga yang berkaitan dengan pemberian bonus, hadiah bagi konsumen setia, promo dan lainnya telah dipersiapkan pada sistem tersebut sehingga kasir dengan mudah dapat memberikan layanan yang terarah. Adapun keputusan hal tersebut diputuskan oleh direktur utama Yumaya Mart setelah diajukan oleh merchandiser atau yang disebutnya dengan rekan kerja setiap rak masing-masing yang bertanggungjawab atas area, rak, dan barang baik berkaitan dengan kebersihan, kerapian, pengadaan, masa expired, pengelolaan assemble dan sebagainya yang telah diatur dalam aturan kerja dan SOP masing-masing. Intinya keterbatasan dana tidak menjadi problem besar bagi manajemen Yumaya Mart sampai detik ini untuk terus melakukan layanan jual beli dengan pengembangan-pengembangan secara terus menerus. Layanan seperti ini sependapat dengan apa yang disampaikan oleh kotler.

Penetapan harga jual yang ditetapkan oleh minimarket ini menggunakan metode harga jual yang ditetapkan oleh produsen, yaitu harga jual yang mengikuti harga pasaran yang telah ditetapkan oleh usaha-usaha dagang sejenis lainnya dan bahkan lebih murah sesuai komitmennya yaitu memberikan kemudahan dengan harga yang murah bagi masyarakat atau dalam semboyan Yumaya Mart "Berdagang sambil Beramal". Merupakan strategi khusus dalam menarik hati konsumen agar dapat berbelanja di Yumaya Mart yang masih baru 2 tahun berdiri.

Pemanfaat aplikasi gratis dalam promosi barang dagangan

Mini market ini memanfaatkan aplikasi gratis pula dalam mempromosikan barang-barang yang dijualnya. Yumaya mart mempromosikan barang secara online dan membuat sebuah media promosi dan penjualan online berbasis website, perancangan dan pembuatan ini dimaksudkan untuk memudahkan pengelolaan, penjualan dan promosi, selain mempermudah pembeli juga dalam memilih, menseleksi, dan menentukan barang yang hendak dibelinya. Tujuan dari layanan aplikasi ini adalah konsumen lebih mudah memilih barang-barang dan konsumen tanpa harus datang ke toko.

Mempromosikan suatu produk harus disertai, dengan konsep yang mudah dan menarik agar diminati oleh konsumen dan masyarakat, Mempromosikan produk dengan menggunakan aplikasi atau website akan lebih banyak menguntungkan, selain mempermudah proses pengembangan dan dapat menghemat biaya pula. Konsumen lebih mudah memilih produk tanpa harus datang langsung. (Hastanti et al., 1979). Maka apa yang telah dilakukan oleh Yumaya Mart merupakan langkah yang sependapat dengan Hastanti dalam layanan maksimal bagi konsumen.

Aplikasi yang digunakan Yumaya Mart saat ini adalah lummoSHOP dan shopee. Sekian banyak barang dapat konsumen cari pada aplikasi tersebut yang disajikan dalam kategori-kategori kebutuhan sehari-hari, mulai dari sembako, oleh-oleh haji dan umrah, aksesoris, perlengkapan bayi, mainan anak-anak, pulsa dan token, elektronik, alat pertukangan, dan sebagainya. Konsumen dapat melihat dan memesan barang melalui aplikasi tersebut via whatapp yang nanti akan direspon langsung oleh rekan kerja Yumaya Mart. Langkah ini merupakan strategi pendiri Yumaya Mart dalam mendirikan atau merintis usaha minimarket baru yang bahkan dengan modal terbatas. Di samping memperhatikan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat dan memerlukan perangkat informasi yang mudah dan cepat baik secara offline atau secara online. Hal seperti inilah yang kemudian disebut atau biasa dikenal dengan e-commerce (Nugraha, 2017). Strategi ini tidak ditemukan dalam penjelasan temuan penelitian Suwinardi (Suwinardi, 2019) sehingga siasat ini menjadi hal baru dalam mendirikan usaha baru berikut pengembangan-pengembangannya untuk terus direlevansikan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat di saat-saat perkembangan teknologi yang meningkat pula.

Pemasangan laman bisnis di Google sebagai space utama Yumaya Mart

Pemanfaatan google sebagai laman utama Yumaya Mart dilakukan pula oleh perintisnya pada masa pendirian usaha baru. Hal ini dilakukan dalam rangka memberikan layanan yang praktis bagi konsumen selain untuk mempromosikan status toko dalam pengembangannya. Pemasangannya tidaklah sulit dan bahkan tidak memerlukan dana untuk merealisasikannya. Hal ini merupakan kecerdasan perintis usaha dalam meningkatkan profit usaha minimarket (Nugraha, 2017).

Pemasangan yumaya mart di google merupakan langkah strategis yang telah dikerjakan. Konsumen tinggal mengetik yumaya mart maka akan muncul profilnya dengan lengkap. Informasi yang dapat dilihat di dalamnya antara lain adalah foto toko yang telah ter-upload, service option, alamat, jarak dari lokasi tempat terkenal terdekat, jam buka dan tutup, nomor telpon dan whatapp resmi yang digunakan, layanan temu barang yang dapat dicari oleh konsumen melalui aplikasi lummoSHOP yang digunakan sebagai strategi pemasaran dengan link <https://lummoshop/yumayamart>. Hal ini tidak dijelaskan olehnya (Suwinardi, 2019). dalam temuan penelitian tentang tatacara mendirikan minimarket, sehingga temuan dalam penelitian ini posisinya adalah menambahkan teori yang telah ditemukan sebelumnya, lebih-lebih dalam pengelolaan usaha bisnis yang masih baru dengan modal usaha yang terbatas.

Pengetahuan dan pengalaman perintis yang memadai dalam mengelola minimarket

Pengetahuan dan pengalaman berperan penting dalam perkembangan wawasan dan keterampilan seseorang untuk mandiri dalam berusaha dengan berbagai potensi yang dimiliki. Pendidikan kewirausahaan menurut Tung (2011) adalah proses transmisi pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan kepada peserta didik guna membantu mereka dalam memanfaatkan peluang bisnis. Pendapat ini diperkuat oleh Saroni (2012) yang menjelaskan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah program pendidikan yang menggarap aspek kewirausahaan sebagai bagian terpenting dalam pembekalan kompetensi pelajar. Pendidikan kewirausahaan dirancang untuk menanamkan kompetensi, keterampilan dan nilai? Nilai yang diperlukan dalam mengenali peluang bisnis, mengatur dan memulai usaha baru (Brown dalam Izedonmi & Okafor, 2010). Demikian pula, Lestari & Wijaya (2012) pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan landasan teoritis mengenai konsep kewirausahaan tetapi membentuk sikap, perilaku, dan pola pikir (mindset) seorang wirausahawan (entrepreneur).

Perintis Yumaya Mart merupakan orang yang telah berpengalaman dalam mengelola bisnis minimarket sejak 11 tahun yang lalu. Tentu orang seperti ini sudah berpengetahuan dan berpengalaman dalam mendirikan dan mengelola bisnis minimarket dengan secara komponen pengembangan yang harus diperhatikannya. Moh. Rifa'i adalah perintis usaha minimarket dengan modal terbatas adalah seorang Doktor manajemen pendidikan Islam yang saat ini profesinya adalah sebagai Dosen pada sebuah perguruan tinggi dekat kediamannya. Ia terus berusaha belajar bagaimana mengembangkan usaha dengan sistem swalayan dengan terus menghadapi problematika yang muncul dan dicarikan solusi-solusi terbaiknya.

Strategi ini selaras dengan pendapat Suwinardi yang meletakkan temuan penelitiannya bahwa langkah sukses mendirikan usaha salah satunya adalah pendiri atau perintis memiliki hasrat dan pengetahuan di bidang pengelolaan bisnis (Suwinardi, 2019). Ia terus belajar dengan sekuat tenaga dalam mencari formulasi-formulasi terbaik dalam mengembangkan usaha dengan cara meningkatkan omzet harian, bulanan, dan seterusnya. Hal inilah yang perlu dikuatkan oleh seorang pendiri usaha baru, lebih-lebih usaha yang bermodal terbatas.

Keterlibatan perintis Yumaya Mart dalam kelompok forum usaha

Seorang Perintis harus mempunyai sikap percaya diri atau membangun sikap percaya diri dengan menoljalkan nilai tambah. Penguatan sikap percaya diri dengan menonjolkan nilai tambah merupakan langkah mengenali nilai dalam berbisnis dan akan mempermudah anda merintis usaha sesuai dengan keinginan yang akan dicapai. Kepercayaan diri memberikan kontribusi baik dalam mengembangkan usaha walaupun dilakukan dengan modal terbatas.

Perintis Yumaya Mart ikut terlibat dengan kelompo-kelompok forum usaha yang ada di sekitar aktivitasnya selain juga terjun aktif dalam mengelola lembaga-lembaga usaha di sebuah lembaga pendidikan Islam. Langkah ini memotivasi dan

menfasilitasi perintis Yumaya Mart untuk terus belajar dari berbagai problematika usaha-usaha yang berkembang dan tidak berkembang.

Salah satu forum yang diikutinya adalah bernama FOKER Probolinggo (Forum Komunikasi dan Kerjasama Koperasi Pondok Pesantren). Sekian banyak para pemimpin lembaga pondok pesantren yang bekerja mengembangkan usaha pendapatan berkumpul guna mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki dengan wadah unit-unit usaha yang telah dimiliki untuk dikembangkan (Huda, 2016). Forum ini dinaungi oleh dinas koperasi dan KUKM kabupaten Probolinggo. Tentu kerjasama-kerjasama antar masing-masing secara tidak langsung berlangsung dalam pengembangan usaha masing-masing. Termasuk dalam hal ini penambahan modal pada usaha dengan modal terbatas dapat diantisipasi dari forum kerjamasa ini. Teknisnya adalah siapa yang memiliki produk dapat menitipkan barangnya pada toko rekan lainnya sebagaimana yang telah dilakukan di Yumaya Mart ini.

Suwinardi tidak mengemukakan kerjasama yang terwadahi dalam forum dalam langkah sukses berusaha (Suwinardi, 2019), sehingga hal ini sangatlah memberikan ide baru bagi para pemula dalam berbisnis dan membuka usaha baru. Intinya adalah modal yang terbatas tidak selalu menjadi hambatan dalam pendirian usaha baru. Keterlibatan dalam forum kerjasama para pengusaha merupakan strategi untuk menghilangkan kekhawatiran dan keraguan mendirikan usaha baru dengan modal terbatas (Rifa'i, 2021).

Pelibatan Masyarakat dalam Pemenuhan Barang dengan Sistem Konsinyasi

Menentukan produk yang akan dijual ketika berencana membangun bisnis terkadang memang tak mudah. Banyak pengusaha yang memiliki pikiran bahwa menjadi pengusaha berarti mendapatkan pendapatan dari usaha yang dikerjakannya sendiri. Tetapi Catharina Badra Nawangpalupi dari Global Entrepreneurship Monitor (GEM) mengatakan, sebenarnya baik sektor formal maupun informal, mereka yang memiliki usaha sendiri dan mempekerjakan orang lain termasuk kategori pengusaha.

Potensi masyarakat yang terlibat dalam suatu proses ditunjukkan melalui keikutsertaan masyarakat dalam berkontribusi memberikan sumbangsih pendapat, gagasan, atau pekerjaan berarti yang saling menguntungkan. Keterlibatan masyarakat merupakan keikutsertaan masyarakat dalam suatu kegiatan tertentu yang berdampak pada pencapaian kepentingan bersama. Keterlibatan masyarakat memiliki implikasi yang cukup besar terhadap keberlanjutan usaha yang win-win solution. (Nabila.et al., 2022).

Strategi pelibatan masyarakat dalam pemenuhan barang dilakukan juga oleh manajemen Yumaya Mart dalam rangka mengatasi permasalahan yang dihadapi yaitu keterbatasan modal yang dimiliki. Sistem yang digunakannya adalah sistem konsinyasi yaitu barang laku maka Yumaya Mart membayar barang yang laku tersebut, adapun yang belum terus dipromosikan bersama oleh manajemen Yumaya Mart dan masyarakat yang terlibat barangnya dijual di toko tersebut. Ini merupakan langkah strategis yang tidak disinggung oleh Suwinardi dalam temuan penelitiannya (Suwinardi, 2019) sehingga strategi ini merupakan strategi baru dalam mengembangkan usaha dengan modal terbatas. Maka selanjutnya tidak ada

permasalahan dalam pengembangan usaha ketika komunikasi aktif dilakukan dalam kegiatan-kegiatan pelibatan masyarakat yang bersifat saling menguntungkan, dan bahkan hal ini merupakan aksi yang berkaitan dengan perintah agama Islam dalam bab saling tolong menolong dalam kebaikan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Strategi yang dilakukan manajemen Yumaya Mart dalam pendiriannya yang dalam kondisi modal terbatas antara lain adalah implementasi sikap optimisme dan niat karena Allah SWT oleh pendiri, pemanfaatan sistem kasir gratis untuk layanan transaksi dan pemberian bonus bagi konsumen, pemanfaatan aplikasi gratis dalam promosi barang dagangan, pemasangan laman bisnis di Google sebagai space utama Yumaya Mart, pengetahuan dan pengalaman perintis yang memadai dalam mengelola Minimarket, keterlibatan perintis Yumaya Mart dalam kelompok forum usaha, dan pelibatan masyarakat dalam pemenuhan barang dengan sistem konsinyasi. Temuan penelitian ini disajikan dalam bentuk flowchart guna memberikan kemudahan bagi pembaca dan pengusaha dalam memahami secara praktis. Perintisan atau pengembangan usaha minimarket dapat dilakukan dengan berbagai kondisi melalui strategi-strategi yang baik di tangan orang-orang yang berkualitas. Motivasi ini tentu harus menjadi perhatian bagi seluruh pengusaha yang kondisi dan karakteristiknya berbeda-beda dengan cara belajar secara terus menerus dalam rangka menemukan formulasi terbaik yang sesuai dengan kompetensi dan keadaan masing-masing melalui analisis SWOT yang terimplementasi dengan ideal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aslam, A. K. (2017). *Pengaruh pertumbuhan minimarket terhadap minat dan kebiasaan belanja masyarakat di kelurahan tamamaung kota makassar*.
- Azra, A. T. (2019). Analisis Pengaruh Modal Usaha Lama Usaha dan Jenis Usaha Terhadap Laba Usaha Mustahik Studi Pada UMKM Binaan Baznas Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 5.
- El-Dairi, M., & House, R. J. (2019). Optic nerve hypoplasia. In *Handbook of Pediatric Retinal OCT and the Eye-Brain Connection* (pp. 285–287). <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-60984-5.00062-7>
- Fadilah, A., Syahidah, A. nur'azmi, Risqiana, A., Nurmaulida, A. sofa, Masfupah, D. D., & Arumsari, C. (2021). Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal Dan Potensi Internal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(4), 892–896. <https://doi.org/10.31949/jb.v2i4.1525>
- Hastanti, R. P., Wardati, I. U., & Purnama, B. E. (1979). *SISTEM PENJUALAN BERBASIS WEB (E-COMMERCE) PADA TATA DISTRO KABUPATEN PACITAN*. 9330, 1–10.
- Huda, C. (2016). MODEL PENGELOLAAN BISNIS SYARI'AH: Studi Kasus Lembaga Pengembangan Usaha Yayasan Badan Wakaf Sultan Agung Semarang. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 24(1), 165. <https://doi.org/10.21580/ws.24.1.1140>
- Jumaidi, L. T., Jalaludin, J., & Ahyar, M. (2019). Analisis eksistensi minimarket terhadap kelangsungan usaha toko kelontong dan Waserda di Kecamatanbatu Layar dan Gunungsari Lombok Barat. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(2), 186–202. <https://doi.org/10.29303/jmm.v8i2.424>

- Kartini, T. (2016). Dampak persaingan usaha antara Indomaret dengan Alfamart terhadap pedagang tradisional ditinjau dari perspektif hukum persaingan usaha. *Living Law*, 7(1), 17–33. <https://ojs.unida.ac.id/livinglaw/article/view/752>
- Moh. Rifa'i, Zahra, F. Al, Saad, M., Wahyuni, S., Putri, D., Nurul, U., Paiton, J., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., & Indonesia, J. T. (2021). *STRATEGI PEMASARAN DALAM BIMBINGAN IBADAH HAJI; Sebuah Upaya Meningkatkan Volume Jamaah Haji. (Studi Kasus pada KBIHU Nurul Haramain Probolinggo Jawa. 1(2).*
- Nugraha, A. E. P. (2017). Jurnal NUSAMBA Vol2 No.1 2017. *Jurnal Nusamba*, 2(1), 1–9.
- Purwanto, E. (2020). *Pengantar Bisnis Era Revolusi Industri 4.0.*
- Rachmat, A., & Sunaryo. (2020). Pengaruh penerapan standar operasional prosedur (SOP), gaya kepemimpinan, dan audit internal terhadap kinerja karyawan (studi kasus pada PT. Mega Pesanggrahan Indah). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 9(2), 125–143.
- Rifa'i, M. (2019). MANAJEMEN EKONOMI MANDIRI PONDOK PESANTREN DALAM MEWUJUDKAN KUALITAS LAYANAN PENDIDIKAN. *Profit*, 3(1), 30–44.
- Rifa'i, M. (2022). *Community Empowerment ini Islamic Boarding School: Pemberdayaan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan.*
- Rifa'i, M. & D. M. K. (2021). Strategi Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Jamaah Haji. *Haramain*, 01(01), 1–11.
- Rozi, M. M. (2019). Persaingan usaha tidak sehat antara minimarket dengan kelompok usaha kecil dan menengah di kabupaten Cianjur. *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.35194/jhmj.v5i1.1100>
- Sinaga, K. (2017). Penerapan Standar Operasional Prosedur dalam Mewujudkan Pekerjaan yang Efektif dan Efisien pada Bidang Kepemudaan Di Dinas Pemuda dan Olahraga Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Publik Universitas Dharmawangsa Medan*, 2(2), 16–27.
- Soediro, M., & Nurbianto, A. T. (2021). PERANAN PENERAPAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR (SOP) TERHADAP PENJUALAN dan KINERJA KARYAWAN. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi).*, 8(3), 845–851. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36934>
- Suwinardi, S. (2019). Langkah Sukses Memulai Usaha. *Orbith: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa Dan Sosial*, 14(3), 195. <https://doi.org/10.32497/orbith.v14i3.1317>
- Tambunan, F. (2022). Pengaruh Modal Usaha terhadap Sikap Berwirausaha dan Peran Orang tua sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 115. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.972>