

Analisis Kelayakan Bisnis Outdoor Plus: Peningkatan Keberlanjutan UMKM Melalui Pendekatan Terpadu

Nurlia Eka Damayanti , Alvaro Jordan Zwageri, Emilya Sahara Putri,
Husna Putri Amalinda, Ivana Angelita, Niko Hermawan, Noverinda Maharani

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Palangkaraya

nurliaekadamayanti@feb.upr.ac.id ; Varojrdn19@gmail.com ;

emilyasaharaputri324@gmail.com ; husnaputriamalinda@gmail.com ;

ivana.priyagus@gmail.com ; nikohermawan2732@gmail.com; noverinda12@gmail.com

Abstract. This research aims to analyze the business feasibility and sustainability impact of "Outdoor Plus" stores as an effort to increase MSMEs. The research methods used are qualitative with data collection through documentation, observation, and interviews. In sustainability analysis, this store emphasizes an integrated approach by utilizing open space to support the visibility of MSMEs products. Loyalty programs, creative marketing strategies, and involvement in local communities are key points in achieving marketing success. Research results show that Outdoor Plus stores have achieved operational efficiency through modern cashier systems, computerized stock management, and online payment integration. Holistic marketing strategies have also succeeded in increasing market share and building strong customer relationships. In addition, effective human resource management, strict legal compliance, and commitment to environmental sustainability have established a strong foundation for sustainable growth. This study is expected to contribute to understanding the potential of sustainable business at the MSMEs level, while providing insights for related stakeholders.

Keywords: business feasibility, umkm, integrated approach

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan bisnis dan dampak keberlanjutan toko "Outdoor Plus" sebagai upaya peningkatan UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pengumpulan data melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara. Dalam analisis keberlanjutan, toko ini menekankan pendekatan terpadu dengan memanfaatkan ruang terbuka untuk mendukung visibilitas produk UMKM. Program loyalitas, strategi pemasaran kreatif, dan keterlibatan dalam komunitas lokal menjadi poin kunci dalam meraih keberhasilan pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa toko Outdoor Plus telah mencapai efisiensi operasional melalui sistem kasir modern, manajemen stok terkomputerisasi, dan integrasi pembayaran online. Strategi pemasaran yang holistik juga berhasil meningkatkan pangsa pasar dan membangun hubungan pelanggan yang kuat. Selain itu, manajemen sumber daya manusia yang efektif, kepatuhan hukum yang ketat, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan telah membentuk fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pada pemahaman potensi bisnis berkelanjutan di tingkat UMKM, sambil menyediakan wawasan bagi pemangku kepentingan terkait.

Kata kunci: Studi Kelayakan Bisnis, umkm, pendekatan terpadu

PENDAHULUAN

Perencanaan pembangunan, seperti yang dijelaskan oleh Hariyono (2010), merupakan suatu strategi perencanaan yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi perekonomian Indonesia karena mereka memainkan peran penting dalam berbagai kegiatan ekonomi, menyediakan lapangan kerja yang paling banyak, berkontribusi pada pembentukan pasar baru dan inovasi, dan membantu menjaga neraca pembayaran melalui ekspor. (Putra, 2018)

Penelitian empiris oleh Demirbag pada tahun 2006 menyatakan bahwa suksesnya usaha kecil dan menengah memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju maupun negara berkembang. Usaha kecil dan menengah memiliki kemampuan untuk menciptakan pekerjaan dengan biaya yang rendah, menjadi pionir dalam inovasi, serta sangat fleksibel untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Untuk meningkatkan peran sektor UMKM, penting bagi pemerintah dan pihak terkait memiliki pandangan yang jelas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis tersebut. Kinerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersumber dari luar maupun dari dalam. Faktor eksternal melibatkan kebijakan pemerintah, aspek sosial budaya, ekonomi, serta kontribusi lembaga terkait seperti pemerintah, perguruan tinggi, dan sektor swasta. Di sisi lain, faktor internal mencakup unsur sumber daya manusia, yang melibatkan peran pemilik, manajer, dan karyawan dalam memengaruhi performa usaha tersebut. (Rokhayati, 2015)

Perekonomian Indonesia saat ini banyak fokus pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perhatian pemerintah yang besar mendorong pertumbuhan sektor ini dan membuka lapangan pekerjaan untuk para lulusan yang ada. Akibat krisis dan kekacauan akibat Covid-19, sektor UMKM masih terpuruk. Banyak orang memasuki dunia bisnis dengan meluncurkan usaha baru di berbagai industri dan menjadi semakin sukses. Dukungan pemerintah yang mempercepat perbaikan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. UMKM mempunyai kemampuan untuk meningkatkan potensi dan mengaktifkan proses bisnis dengan menekan biaya. Usaha Kecil yang menjadi bagian dari UMKM dalam kegiatan operasionalnya dapat mandiri dan tidak menanggung biaya. (Ni Putu Ari Aryawati, dkk., 2022)

Dalam situasi seperti ini, ide bisnis "Outdoor Plus" muncul sebagai alternatif yang menjanjikan untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM. Ini mencakup penggunaan ruang terbuka sebagai platform untuk meningkatkan visibilitas dan meningkatkan daya tarik produk atau layanan UMKM. Toko Outdoor Plus menyediakan berbagai macam produk perlengkapan olahraga dan outdoor yang diklaim para konsumen (dapat dilihat dari ringkasan ulasan Google Toko Outdoor Plus) sebagai toko perlengkapan terlengkap, bintang lima, dengan harga bersahabat. Produk-produk yang ditawarkan, seperti misalnya tas, ransel, koper, perlengkapan TNI, POLRI, POLPP, DISHUB, perlengkapan safety, dan lain-lain.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kelayakan bisnis Outdoor Plus sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM karena, meskipun konsep ini menawarkan peluang yang menarik, diperlukan analisis kelayakan bisnis yang menyeluruh. Serta menyelidiki potensi keuntungan, hambatan, dan strategi pemasaran untuk mengoptimalkan dampak positifnya.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kepentingan, baik dari sektor swasta maupun pemerintah, tentang potensi keberlanjutan dan daya saing yang dapat dihasilkan oleh penerapan bisnis Outdoor Plus.

TINJAUAN PUSTAKA

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan ekonomi nasional, khususnya dalam sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), memiliki signifikansi yang besar dan berperan strategis. UMKM diakui sebagai elemen utama dalam kemajuan ekonomi karena mampu menciptakan lapangan kerja yang melibatkan banyak orang dan memberikan kontribusi pada penyebaran manfaat pembangunan. Dengan UMKM yang mendominasi ekonomi Indonesia melalui sejumlah industri yang luas dan tersebar di berbagai sektor, kondisi ini sangat memungkinkan dengan potensi besar untuk menyerap tenaga kerja dan peran yang dominan dalam membentuk produk domestik bruto.(Hidayat et al., 2022)

Perusahaan yang dijalankan oleh keluarga dan masyarakat, yang sebagian besar merupakan pelaku bisnis di Indonesia, dikenal sebagai Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Peran utama UKM bukan hanya dalam pertumbuhan ekonomi nasional, melainkan juga dalam memacu perkembangan ekspor, menjadikannya penting dalam pembangunan ekonomi negara.(Doubig & Makassar, 2020)

Krisis pada tahun 1997-1998 menyebabkan lamanya sektor ekonomi di Indonesia terpuruk, tetapi hanya UMKM yang berhasil bertahan dalam menghadapi tantangan tersebut. Data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan jumlah UMKM pasca krisis justru mengalami peningkatan yakni mampu menyerap sampai 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012, dengan jumlah UMKM sebanyak 56.534.592 unit atau sebesar 99,99 persen dan sisanya 0,01 persen atau 4.968 unit adalah usaha berskala besar.(Nasution, AZ, 2014)

Sistem Pendekatan Terpadu yang diusulkan menggabungkan dan memperluas kerangka dan kinerja pengelolaan aset yang ada sebelumnya dengan beberapa elemen baru yang dipertimbangkan, diantaranya: lingkungan, keberlanjutan (sustainability), ketahanan,

pengelolaan asset secara keseluruhan, peningkatan tuntunan masyarakat, dan pengelolaan informasi. (Crystallography, 2016)

Promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang memiliki peran sangat penting. Promosi, yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan untuk mendorong pelanggannya untuk membeli barang yang ditawarkannya, disebut sebagai proses berlanjut karena dapat menghasilkan rangkaian kegiatan perusahaan lainnya. Promosi dianggap sebagai aliran informasi atau persuasi satu arah yang digunakan dalam pemasaran untuk mendorong seseorang atau organisasi untuk melakukan transaksi. (Ahsyar et al., 2020)

Studi Kelayakan Bisnis adalah sebuah eksplorasi yang mencakup berbagai perspektif dari sudut pandang hukum, keuangan dan sosial, sudut pandang pasar dan promosi, sudut pandang khusus dan inovatif hingga sudut pandang eksekutif dan moneter. Itu semua dijadikan alasan untuk penelitian dan hasilnya digunakan untuk menentukan suatu pilihan, apakah suatu tugas atau bisnis bisa diselesaikan atau ditunda atau bahkan tidak dijalankan. Studi kelayakan dari perspektif yang luas telah muncul beberapa waktu sebelum perbaikan ekonomi terakhir. (Samsurijal Hasan, Elpisah Elpisah, Joko Sabtohadji, Zarkasi Zarkasi, 2022)

Selama kuartal I dan II pandemi covid-19, pertumbuhan ekonomi Indonesia mengalami penurunan, menyebabkan perekonomian melambat dan pendapatan masyarakat menurun. Hal ini disebabkan oleh kebijakan pemerintah dalam menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk mengendalikan penyebaran covid-19. Penerapan protokol kesehatan dan sistem Learn/Work From Home (LFH/WFH) telah menyebabkan masyarakat diwajibkan untuk tinggal di rumah dan mengurangi aktivitas di luar kebutuhan esensial. Konsekuensinya, dampaknya merambah ke berbagai sektor perekonomian, termasuk pertanian. (Husna Ni'matul Ulya, 2021)

Ada beberapa Kerangka Analisis Kelayakan Bisnis diantaranya:

1. Analisis Pasar

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajemen di mana orang dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan membuat dan menukar barang dan nilai dengan pihak lain.

2. Analisis Teknis

Aspek teknik dan teknologi meliputi: penentuan strategi produksi dan perencanaan produk proses pemilihan teknologi produksi penentuan kapasitas produksi yang optimal lokasi pabrik dan layout bisnis

3. Aspek Keuangan

Aspek analisis finansial digunakan untuk menilai keuangan organisasi secara keseluruhan. (Yanuar, 2016)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif , yaitu dengan mengumpulkan data dengan cara dokumentasi, observasi serta wawancara.

1. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis
2. Metode Observasi adalah cara penelitian di mana peneliti mengumpulkan data dengan mengamati perilaku, kejadian, atau fenomena secara langsung tanpa intervensi atau pengaruh yang signifikan. Tujuan dari metode observasi adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang situasi atau konteks tertentu dan untuk melihat pola perilaku yang muncul.
3. Metode wawancara adalah cara penelitian di mana peneliti mengumpulkan data dengan berbicara langsung dengan partisipan atau subjek penelitian. Wawancara biasanya dilakukan secara tatap muka, tetapi saat ini juga dapat dilakukan melalui telepon atau alat komunikasi online. Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut, memahami perspektif, pengalaman, dan penilaian subjek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek-Aspek yang Dibahas

2.2.1 Aspek Finansial

a) Analisis Keuangan

Toko Outdoor Plus telah memasuki era modern dengan mengadopsi sistem kasir yang canggih untuk mengelola aspek keuangan dan operasional harian, bulanan, serta tahunan mereka. Penggunaan sistem kasir modern bukan hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga menjadi salah satu pilar keberhasilan bisnis mereka. Berikut adalah pengembangan lebih lanjut tentang bagaimana sistem kasir modern ini memberikan kontribusi signifikan pada efisiensi dan kesuksesan Toko Outdoor Plus.

- Kemudahan Transaksi dan Pemantauan Stok

Sistem kasir modern di Toko Outdoor Plus memungkinkan pencatatan transaksi dengan mudah melalui teknologi barcode. Ini tidak hanya mempercepat proses checkout juga membantu dalam pemantauan stok barang secara real-time.

Kemampuan untuk menambahkan barang dengan cepat dan memindahkan data ke dalam sistem dengan mudah memberikan keunggulan operasional yang besar.

- **Print Struk dan Layanan Pelanggan Efisien**
Print struk dapat dilakukan dengan berbagai opsi, baik melalui printer hardware tradisional maupun dengan membagikannya langsung ke pelanggan melalui aplikasi pesan WhatsApp atau email. Hal ini tidak hanya efisien dari segi waktu tetapi juga memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Layanan pelanggan yang baik melalui penggunaan teknologi ini menjadi nilai tambah yang signifikan.
- **Tampilan Aplikasi yang User-Friendly**
Antarmuka aplikasi yang mudah dipahami, bahkan untuk pemula, menjadi faktor penting dalam meningkatkan produktivitas karyawan. Dengan pemahaman yang cepat terhadap sistem, karyawan dapat lebih fokus pada pelayanan pelanggan dan aspek strategis lainnya daripada menghadapi hambatan teknologi.
- **Metode Pembayaran yang Varied dan Mudah Diatur**
Sistem kasir ini mendukung berbagai metode pembayaran, termasuk tunai dan non-tunai seperti kartu debit, kredit, dan pembayaran digital. Kemampuan untuk mengelola pajak dan diskon tanpa kerumitan mempersingkat proses pelayanan kasir, menciptakan pengalaman pembelian yang lebih efisien.
- **Manajemen Stok yang Terkomputerisasi**
Pengelolaan stok barang menjadi lebih efektif dengan kemampuan untuk menambahkan, memindahkan, dan menyeleksi jumlah stok di toko dan gudang. Laporan stok barang yang teratur dan terkomputerisasi membantu dalam menghindari kesalahan penghitungan stok, menjaga keberlanjutan operasional, dan meningkatkan efisiensi manajemen.
- **Integrasi Pembayaran Online**
Pilihan pembayaran online yang terintegrasi menandai langkah progresif Toko Outdoor Plus dalam memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, integrasi pembayaran online menjadi faktor daya saing yang signifikan. Pelayanan yang baik dan efisien dalam transaksi online juga berkontribusi pada kesuksesan bisnis mereka.

Dengan semua fitur dan manfaat ini, Toko Outdoor Plus bukan hanya mengadopsi teknologi sebagai alat bantu operasional tetapi juga mengintegrasikannya sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Sistem kasir modern tidak hanya

memberikan efisiensi operasional tetapi juga menjadi fondasi untuk memberikan layanan pelanggan yang unggul, menciptakan lingkungan bisnis yang adaptif, dan memberikan landasan yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan

b) Analisis Pasar/Pemasaran

Toko Outdoor Plus telah menjalani perjalanan yang inspiratif dalam menarik pelanggan dan membangun bisnis yang berkelanjutan. Pendekatan holistik mereka tidak hanya terbatas pada penjualan produk berkualitas tinggi tetapi juga mencakup strategi pemasaran kreatif, perhatian terhadap kepuasan pelanggan, dan manajemen operasional yang efisien.

Dalam usahanya menarik pelanggan, Toko Outdoor Plus menempatkan fokus pada produk berkualitas tinggi dan memahami pentingnya visibilitas di platform media sosial. Melalui kehadiran aktif di Instagram dan kolaborasi dengan komunitas lokal yang berhubungan dengan perlengkapan safety, mereka tidak hanya memasarkan produk mereka tetapi juga membangun hubungan dengan pelanggan yang lebih dalam. Strategi ini membuka peluang untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek.

Salah satu keberhasilan utama Toko Outdoor Plus adalah implementasi program loyalitas pelanggan. Program ini, yang memberikan diskon khusus kepada pelanggan setia, telah terbukti sangat efektif dalam membangun hubungan jangka panjang. Diskon tersebut tidak hanya menjadi insentif bagi pelanggan setia tetapi juga menciptakan pengalaman positif yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, penawaran spesial yang sering diadakan untuk menarik pelanggan baru menunjukkan kreativitas toko dalam menghadapi persaingan dan memperluas pangsa pasar.

Keberhasilan ini juga didukung oleh keterlibatan para karyawan. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan memastikan bahwa mereka tidak hanya berpengetahuan tentang produk tetapi juga memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Kemampuan berbicara langsung dengan pelanggan dan mendengarkan masukan mereka menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih personal dan membangun hubungan yang lebih kuat antara toko dan pelanggan.

Konsep pengklasifikasian didasarkan pada interaksi unsur-unsur yang terjadi di tempat kerja dan dimana unit usaha tersebut berfungsi sebagai gerbong penghela klaster atau pemimpin.

Pendekatan klaster adalah pendekatan sistematis dalam upaya meningkatkan UMKM. Sulit untuk melaksanakan tugas ini karena memerlukan berbagai prosedur. Namun, ada batasan tertentu. Hal ini dapat dilakukan dengan cara yang aman dan terjamin. Konsistensi adalah kuncinya. Akibat logis dari peristiwa ini adalah komoditi yang diusahakan benar-benar terpilih, Tidak ada keunggulan komparatif, sumber daya manusia yang kuat, serta sarana dan prasarana pendukung yang kuat. (Irsad Andriyanto & Nurjanah, 2015)

Pendekatan yang lebih proaktif terlihat dalam melakukan survei pelanggan secara berkala. Ini membantu Toko Outdoor Plus untuk tetap terhubung dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Selanjutnya, hasil survei ini menjadi dasar penyesuaian inventaris toko, memastikan bahwa produk yang ditawarkan selalu sesuai dengan permintaan pasar yang berkembang.

Namun, kunci keberhasilan Toko Outdoor Plus tidak hanya terletak pada strategi pemasaran dan interaksi dengan pelanggan. Keputusan untuk bekerja sama dengan pemasok yang terpercaya dan hanya memilih produk berkualitas tinggi menunjukkan komitmen mereka terhadap standar kualitas yang tinggi. Pemeriksaan ulang terkait kualitas sebelum produk ditempatkan di rak adalah langkah kritis dalam memastikan kepuasan pelanggan dan membangun reputasi toko sebagai penyedia produk terbaik.

Manajemen persediaan yang terkomputerisasi menjadi landasan operasional yang efisien bagi Toko Outdoor Plus. Hal ini tidak hanya membantu dalam memantau stok tetapi juga menghindari masalah kekurangan atau kelebihan persediaan. Dengan memastikan ketersediaan produk yang tepat, toko ini menjaga efisiensi operasional yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan.

Dengan demikian, kesuksesan Toko Outdoor Plus bukan hanya hasil dari produk berkualitas tinggi, tetapi juga dari strategi pemasaran yang terencana, perhatian terhadap kepuasan pelanggan, dan manajemen operasional yang efisien. Toko ini memberikan contoh tentang bagaimana keseimbangan antara kualitas produk, layanan pelanggan yang unggul, dan efisiensi operasional dapat menciptakan panggung bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Peningkatan keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan suatu hal yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Pendekatan terpadu adalah strategi yang dapat memberikan dampak positif yang lebih besar daripada pendekatan yang bersifat parsial atau terpisah. Berikut adalah

beberapa langkah yang dapat diambil untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM melalui pendekatan terpadu: Sediakan pelatihan dan pendidikan kepada pemilik UMKM terkait manajemen usaha, keuangan, pemasaran, dan aspek lainnya. Bentuk kemitraan dengan lembaga-lembaga pendidikan dan pelatihan untuk memberikan akses lebih luas. Fasilitasi akses UMKM ke sumber pendanaan melalui bank, lembaga keuangan mikro, atau program pemerintah. Kembangkan model keuangan inklusif yang dapat memberikan solusi finansial yang sesuai dengan kebutuhan UMKM. Dorong adopsi teknologi di dalam UMKM, seperti e-commerce, pemasaran digital, dan sistem manajemen inventaris. Dukung riset dan pengembangan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM. Tingkatkan infrastruktur yang mendukung keberlanjutan UMKM, termasuk akses transportasi, ketersediaan energi, dan teknologi informasi. Bangun pusat-pusat UMKM atau zona ekonomi khusus untuk memberikan fasilitas bersama dan peluang sinergi. Bantu UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk branding dan promosi. Fasilitasi pembentukan jaringan bisnis dan kemitraan antar-UMKM untuk meningkatkan daya tawar dan akses pasar. Dorong dan bantu UMKM dalam memenuhi standar keberlanjutan, baik dari segi lingkungan, sosial, maupun ekonomi. Sediakan insentif atau sertifikasi untuk UMKM yang berkomitmen pada praktik bisnis berkelanjutan.(Dinda Savina, 2023).

Adopsi kebijakan yang mendukung UMKM, termasuk peraturan yang memudahkan proses bisnis, perpajakan yang adil, dan dukungan terhadap ekosistem UMKM. Kembangkan sistem pengawasan yang efektif untuk memastikan kepatuhan dan perlindungan terhadap UMKM. Libatkan masyarakat lokal dalam proses pengembangan UMKM, termasuk pelibatan dalam pengambilan keputusan dan dukungan lokal terhadap produk-produk UMKM.(Agustini, dkk.,2021).

Pendekatan terpadu yang mencakup aspek-aspek di atas dapat membantu menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM secara menyeluruh. Selain itu, kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sangat penting untuk mencapai tujuan ini.

2.2.2 Aspek Non Finansial

a) Analisis Sumber Daya Manusia

Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) di Toko Outdoor Plus menjadi landasan penting untuk mencapai kinerja operasional yang optimal dan memberikan pengalaman pelanggan yang luar biasa. Dalam upaya untuk mengelola tim staf dengan efektif, toko

ini telah menerapkan serangkaian kebijakan dan praktik yang mencerminkan komitmen mereka terhadap pengembangan karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang positif.

Manajer toko yang bertanggung jawab atas pengelolaan staf memainkan peran kunci dalam memastikan bahwa setiap anggota tim berkinerja maksimal. Dengan memberikan tanggung jawab ini kepada seorang manajer toko, Toko Outdoor Plus mengakui pentingnya kepemimpinan yang efektif dalam mencapai tujuan bisnis mereka. Manajer toko tidak hanya bertanggung jawab untuk menyusun jadwal kerja dan mengawasi tugas sehari-hari, tetapi juga berperan sebagai mentor dan pemimpin yang memberikan dukungan serta bimbingan kepada staf.

Segmentasi pasar dapat membantu pelaku usaha untuk membuat suatu produk yang lebih spesifik sesuai dengan kebutuhan pasar dan dapat memenuhi permintaan dari target pasar yang dituju. Manfaat dari segmentasi pasar yang dapat dirasakan oleh pelaku usaha adalah memperoleh posisi bersaing yang lebih efektif, posisi merek/brand/image lebih efektif, dapat memisahkan posisi dari merek lain sehingga dapat menghindari kanibalisasai, dapat mengidentifikasi gap dalam pasar dan akhirnya dapat memberikan peluang untuk mengembangkan produk baru. (Shidarta, 2014)

Pelatihan reguler menjadi elemen kunci dalam strategi manajemen SDM Toko Outdoor Plus. Keberhasilan bisnis mereka diakui sebagai hasil dari keterampilan dan pengetahuan kolektif staf. Dengan menyediakan pelatihan yang berkala, toko ini berinvestasi dalam pengembangan karyawan mereka, meningkatkan keterampilan individu, dan memastikan bahwa tim memiliki pemahaman mendalam tentang produk dan layanan yang mereka tawarkan. Pelatihan ini tidak hanya mencakup aspek produk, tetapi juga melibatkan keterampilan pelayanan pelanggan, komunikasi efektif, dan pemecahan masalah.

Jadwal kerja yang terstruktur dan fleksibel menjadi bukti komitmen Toko Outdoor Plus terhadap kebutuhan staf mereka. Dengan memberikan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, toko ini memastikan bahwa setiap anggota tim dapat memenuhi kebutuhan pelanggan tanpa merasa terbebani. Rotasi kerja yang adil dan sesuai dengan keahlian staf adalah langkah strategis untuk memaksimalkan potensi masing-masing karyawan.

Komunikasi terbuka dan kerjasama di antara staf adalah nilai inti yang diterapkan oleh Toko Outdoor Plus. Dengan mendorong dialog terbuka, ide-ide inovatif, dan pertukaran informasi, toko ini menciptakan lingkungan yang mendukung

pertumbuhan dan kolaborasi. Budaya kerja yang positif diperkuat oleh kebijakan yang mendukung kesejahteraan staf, mencakup aspek-aspek seperti kesehatan mental dan keseimbangan kerja. Inisiatif ini tidak hanya mencerminkan kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan tetapi juga berdampak positif pada moral dan produktivitas. Selain itu, Toko Outdoor Plus memberikan insentif atas kinerja yang baik sebagai bentuk penghargaan terhadap dedikasi dan kontribusi karyawan. Ini tidak hanya memberikan motivasi tambahan, tetapi juga menciptakan iklim kompetitif yang sehat di antara staf.

Dengan menerapkan praktik-praktik manajemen SDM yang holistik ini, Toko Outdoor Plus bukan hanya menjadi tempat kerja yang menginspirasi tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk pertumbuhan berkelanjutan. Melalui perhatian terhadap pengembangan staf, budaya kerja yang positif, dan dukungan terhadap kesejahteraan, toko ini tidak hanya mencapai keunggulan operasional tetapi juga menjaga reputasi yang positif di mata karyawan dan pelanggan.

b) Analisis Hukum

Toko Outdoor Plus telah menetapkan standar tinggi dalam menjalankan bisnis mereka dengan memastikan bahwa mereka memegang semua izin yang diperlukan untuk beroperasi secara sah. Ini mencakup izin perdagangan dan izin kesehatan, yang diakui sebagai langkah penting dalam membangun fondasi hukum yang kuat. Keputusan mereka untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi keselamatan produk, khususnya untuk perlengkapan safety, mencerminkan tanggung jawab besar terhadap keamanan konsumen.

Toko ini menegaskan komitmen mereka terhadap kualitas dan keselamatan produk dengan hanya menjual barang-barang yang telah lulus uji keselamatan dan memiliki sertifikasi yang sesuai. Dalam lingkup industri perlengkapan safety, dimana ketelitian dan standar tinggi diperlukan, kebijakan ini bukan hanya tindakan kepatuhan, tetapi juga upaya untuk memastikan bahwa pelanggan dapat mempercayai setiap produk yang mereka beli dari Toko Outdoor Plus.

Selain itu, kesiapan Toko Outdoor Plus untuk selalu mengikuti pedoman dan regulasi terbaru dalam industri perlengkapan safety menunjukkan sikap proaktif mereka terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis mereka. Hal ini mencerminkan adaptabilitas mereka untuk tetap relevan dan memenuhi standar industri yang berkembang.

Manajemen kebijakan pengembalian barang dan garansi produk di Toko Outdoor Plus juga memperkuat hubungan positif dengan pelanggan. Kejelasan kebijakan pengembalian barang tidak hanya memberikan kepercayaan kepada konsumen tetapi juga menciptakan pengalaman berbelanja yang tanpa risiko. Dengan memiliki kebijakan garansi produk yang sesuai dengan hukum yang berlaku, toko ini memberikan jaminan atas kualitas barang yang dijualnya.

Selain itu, kesiapan Toko Outdoor Plus dalam memberikan layanan pelanggan yang baik dalam situasi pengembalian atau klaim garansi menekankan komitmen mereka terhadap kepuasan pelanggan. Kemampuan untuk menangani situasi tersebut dengan efisien tidak hanya membangun kepercayaan, tetapi juga memperkuat citra positif toko di mata konsumen.

Secara keseluruhan, dengan kepatuhan hukum yang ketat, fokus pada keselamatan produk, dan kebijakan pelanggan yang baik, Toko Outdoor Plus tidak hanya menciptakan fondasi yang kuat untuk beroperasi, tetapi juga membangun reputasi sebagai peritel yang dapat diandalkan dan bertanggung jawab dalam industri mereka. Dengan mempertahankan standar etika bisnis yang tinggi, toko ini tidak hanya memenuhi harapan hukum dan konsumen, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan dan komunitas yang dilayani.

c) Analisis Lingkungan

Toko Outdoor Plus berkomitmen pada keberlanjutan lingkungan dengan menerapkan program daur ulang yang kuat, terutama fokus pada pengelolaan limbah dari kemasan produk. Dalam upaya menjaga jejak lingkungan yang positif, toko ini juga mengadopsi kebijakan penggunaan lampu hemat energi dan secara proaktif meminimalkan penggunaan plastik selama operasionalnya.

Program daur ulang mereka tidak hanya mencerminkan tanggung jawab sosial dan lingkungan, tetapi juga berdampak pada pengurangan limbah yang berpotensi merugikan lingkungan. Selain itu, keputusan untuk menggunakan lampu hemat energi menunjukkan kesadaran akan dampak positif terhadap penggunaan sumber daya dan mengurangi jejak karbon.

Langkah-langkah ini sejalan dengan komitmen Toko Outdoor Plus untuk beroperasi secara berkelanjutan, menunjukkan bahwa mereka tidak hanya peduli terhadap kebutuhan pelanggan tetapi juga memprioritaskan keberlanjutan lingkungan dalam

setiap aspek operasionalnya. Dengan inisiatif ini, Toko Outdoor Plus tidak hanya menjadi tujuan belanja yang dihormati tetapi juga model bisnis yang peduli lingkungan.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis yang didapat, Toko Outdoor Plus merupakan usaha yang sudah berdiri sejak 15 tahun yang lalu. Usaha ini berpeluang sangat besar dalam pasar, selain karena produk yang disediakan sangat lengkap dan harga yang bersahabat, usaha ini juga sudah memiliki banyak langganan karena selalu konsisten dijalankan sampai puluhan tahun. Upaya pemasaran melalui media sosial dan promosi telah berdampak positif. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha ini layak untuk dijalankan.

DAFTAR REFERENSI

- Agustini, dkk., (2021), Pemasaran Hijau Dan Sumber Daya Manusia Hijau Pada Perusahaan Proper Di Semarang, *Jurnal Unika Soegijapranata*, **1(3)**, 14-25, <http://repository.unika.ac.id/id/eprint/29710>
- Dinda Savina, (2023), Strategi bisnis dengan pendekatan blue ocean strategy dalam menghadapi persaingan pada Kafe Kolong Jember, *Jurnal Digital Library Uin Khas Jember*, 2(1), 23-31. <http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/16313>
- Husna Ni'matul Ulya, (2021), Pemulihan Perekonomian Jawa Timur di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Sistem Pertanian Terpadu (SPT) Budikdamber (Budidaya Ikan dalam Ember), *JoIE: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 41-66. <https://scholar.google.com/citations?user=tsJr4-IAAAAJ&hl=id&oi=ao>
- Irsad Andriyanto & Nurjanah, (2015), Strategi Klaster Industri Menghadapi Pasar Global, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 3(1), 86-166. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/Bisnis/article/view/1474/1349>
- Nasution, AZ, 2014, *Konsumen dan Hukum : Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum Pada Perlindungan Konsumen Indonesia*, Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Ni Putu Ari Aryawati, dkk., 2022, *Manajemen UMKM Dan Koperasi*, Sukoharjo: Tahta Media Group.
- Shidarta, 2014, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* , Jakarta : Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ahsyar, T. K., Syaifullah, S., & Ardiansyah, A. (2020). E-Marketplace Media Pengembangan Promosi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dinas Koperasi Umkm Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 6(1), 43.

<https://doi.org/10.24014/rmsi.v6i1.8768>

Doubig, A., & Makassar, D. I. (2020). *2** 1,2. 2(2)*.

Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.

Putra, A. H. (2018). Peran Umkm Dalam Pembangunan Dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2).
<https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>

Rokhayati, I. (2015). Pengukuran Kinerja pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Suatu Telaah Pustaka. *Monex*, 4(2), 94–100.
<http://ejournal.poltektegal.ac.id/index.php/monex/article/view/273/267>

Samsurijal Hasan, Elpisah Elpisah, Joko Sabtohadhi, Zarkasi Zarkasi, F. F. (2022). *STUDI KELAYAKAN BISNIS*. Widina.
[https://books.google.co.id/books?id=GIKCEAAAQBAJ&lpg=PR1&ots=kd5F77YWEe&dq=artikel tentang studi kelayakan bisnis&lr&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q=artikel tentang studi kelayakan bisnis&f=false](https://books.google.co.id/books?id=GIKCEAAAQBAJ&lpg=PR1&ots=kd5F77YWEe&dq=artikel+tentang+studi+kelayakan+bisnis&lr&hl=id&pg=PR1#v=onepage&q=artikel+tentang+studi+kelayakan+bisnis&f=false)

Yanuar, D. (2016). *Dony Yanuar Analisis Kelayakan Bisnis Analisis Kelayakan Bisnis Ditinjau dari Aspek Pasar , Aspek Pemasaran dan Aspek Keuangan pada UMKM Makanan Khas Bangka di Kota Pangkalpinang Dony Yanuar Analisis Kelayakan Bisnis. II(1)*, 41–51.