

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Proyek Bisnis

Pengembangan usaha pada sektor UMKM merupakan proses strategis yang seharusnya dilakukan oleh setiap pelaku bisnis untuk meningkatkan kapasitas, produktivitas, dan daya saing usaha dalam jangka panjang (Tambunan, 2012). Para pakar manajemen usaha kecil menjelaskan bahwa UMKM wajib melakukan penguatan pada aspek perencanaan, operasional, dan pemasaran agar mampu bertahan dari tekanan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif (Kotler & Keller, 2016). Konsep pengembangan usaha yang diperkenalkan oleh Drucker menekankan bahwa pelaku UMKM seharusnya tidak hanya menjalankan kegiatan rutin harian, tetapi juga melakukan inovasi berkelanjutan dan evaluasi sistematis terhadap seluruh aktivitas usaha untuk mencapai pertumbuhan yang stabil (Drucker, 2007). Model pengembangan usaha menurut Meredith menyatakan bahwa UMKM yang ingin berkembang harus memiliki kemampuan adaptif terhadap kebutuhan konsumen, perubahan harga pasar, dan dinamika lingkungan usaha (Meredith, 2018).

Penelitian-penelitian tentang UMKM menunjukkan bahwa pelaku usaha kecil wajib melakukan pembenahan pada aspek pengelolaan keuangan, pelayanan, dan manajemen stok sebagai langkah dasar pengembangan (Rahmana, 2019). Ahli kewirausahaan seperti Hisrich menegaskan bahwa pengembangan usaha pada UMKM harus mencakup penguatan struktur internal, termasuk pembagian tugas, sistem pengawasan, dan proses evaluasi kinerja secara berkala (Hisrich et al., 2017).

Pandangan Mulyadi mengenai sistem pengelolaan usaha juga menyatakan bahwa UMKM wajib memiliki pencatatan yang terstruktur, baik pencatatan sederhana maupun menggunakan sistem digital, untuk mendukung proses pengambilan keputusan yang akurat (Mulyadi, 2016).

Organisasi internasional seperti OECD menjelaskan bahwa UMKM yang tidak melakukan pengembangan usaha secara sistematis akan lebih rentan mengalami stagnasi, penurunan kualitas pelayanan, dan kesulitan mempertahankan pelanggan jangka panjang (OECD, 2020). Hasil penelitian Kementerian Koperasi dan UMKM menunjukkan bahwa pelaku usaha mikro seharusnya terus meningkatkan kualitas manajemen karena faktor manajerial merupakan penyebab utama keberhasilan atau kegagalan suatu usaha (Kemenkop UKM, 2022). Pakar pemasaran ritel tradisional juga menegaskan bahwa pengembangan usaha wajib dilakukan melalui peningkatan variasi produk, penataan ruang, dan penyesuaian harga agar usaha mikro dapat bersaing dengan toko modern yang terus berkembang (Berman & Evans, 2018).

Konsep pengembangan usaha pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan peningkatan jumlah barang atau omzet, tetapi juga mencakup transformasi menyeluruh pada pola pikir, strategi, dan tata kelola usaha agar UMKM mampu memberikan nilai lebih bagi konsumen serta meningkatkan keberlanjutan usaha di masa depan. Berbagai teori tersebut menegaskan bahwa pengembangan usaha warung kelontong merupakan kewajiban strategis yang perlu dilakukan untuk menjawab tantangan modernisasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Warung kelontong sebagai unit usaha perdagangan ritel tradisional memiliki peran vital dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, sehingga usaha tersebut seharusnya dikembangkan secara profesional agar mampu mempertahankan posisinya di tengah pertumbuhan ritel modern (Fahmi, 2019). Para ahli ritel tradisional menjelaskan bahwa warung kelontong memiliki karakter unik berupa kedekatan sosial, fleksibilitas transaksi, dan kecepatan pelayanan, sehingga pengembangan usaha harus diarahkan pada penguatan hubungan pelanggan dan peningkatan kualitas pelayanan (Arifin, 2020). Penelitian Santosa menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada warung kelontong sangat dipengaruhi oleh hubungan emosional dan kualitas pelayanan, sehingga warung tradisional wajib menjaga konsistensi pelayanan ramah dan transparansi harga (Santosa, 2018).

Teori pemasaran jasa menurut Lupiyoadi menegaskan bahwa usaha ritel tradisional yang ingin berkembang harus meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, dan variasi produk untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin berkembang (Lupiyoadi, 2014). Pandangan Kotler dan Armstrong mengenai perilaku konsumen menunjukkan bahwa pelanggan memiliki kecenderungan memilih tempat belanja yang menawarkan kemudahan, kedekatan lokasi, dan pelayanan personal, sehingga warung kelontong seharusnya memanfaatkan keunggulan tersebut dalam pengembangan usahanya (Kotler & Armstrong, 2018). Model ritel tradisional menurut Levy & Weitz juga menyatakan bahwa warung kelontong wajib memperbaiki manajemen persediaan, rotasi produk, dan penataan rak agar mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan serta efektivitas pelayanan (Levy & Weitz, 2017).

Pengamat UMKM seperti Suyanto menilai bahwa keberadaan warung kelontong akan tetap relevan apabila pelaku usaha dapat menyesuaikan diri dengan pola konsumsi masyarakat, terutama dalam aspek ketersediaan barang, kebersihan toko, dan pelayanan yang cepat (Suyanto, 2020). Penelitian lainnya pada sektor ritel menunjukkan bahwa usaha kecil yang mampu menyediakan barang lengkap, harga stabil, dan interaksi sosial yang baik lebih mudah mempertahankan pelanggan meskipun bersaing dengan toko modern atau e-commerce (Pratiwi, 2019). Pakar ekonomi mikro seperti Samuelson juga menekankan bahwa usaha ritel kecil harus mempertahankan efisiensi, stabilitas harga, dan responsivitas terhadap kebutuhan konsumen sebagai bagian dari pengembangan usaha (Samuelson, 2010).

Warung kelontong yang dikembangkan berdasarkan teori ritel tradisional akan mampu meningkatkan kualitas layanan, mempertahankan loyalitas pelanggan, serta memperkuat posisi usaha meskipun berada dalam lingkungan pasar yang semakin kompetitif. Berbagai teori dan penelitian tersebut menegaskan bahwa pengembangan usaha warung kelontong merupakan langkah strategis yang wajib dilakukan agar usaha tradisional tetap eksis dan mampu bersaing pada era modern.

Pelaku usaha UMKM membutuhkan penguatan manajemen internal sebagai fondasi utama dalam pengembangan usaha, karena struktur pengelolaan yang jelas mampu meningkatkan efektivitas operasional dan keberlanjutan bisnis (Mulyadi, 2016). Para pakar manajemen strategis menjelaskan bahwa sebuah usaha kecil idealnya memiliki sistem perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang terukur agar setiap aktivitas usaha dapat berjalan secara konsisten dan sesuai tujuan (David, 2017). Model manajemen modern menurut Robbins dan

Coulter menyebutkan bahwa UMKM perlu menetapkan pembagian tugas, pendelegasian wewenang, serta standarisasi prosedur agar usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan individu, tetapi bekerja berdasarkan sistem yang stabil (Robbins & Coulter, 2018). Konsep manajemen operasional yang diperkenalkan oleh Heizer dan Render menegaskan bahwa pelaku usaha mikro seharusnya menyusun strategi operasional, seperti pengendalian persediaan, manajemen waktu kerja, dan pengaturan arus kas, untuk meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya (Heizer & Render, 2016).

Pengembangan usaha berdasarkan teori kewirausahaan juga menuntut UMKM agar mampu membangun kemampuan adaptasi, fleksibilitas, dan inovasi untuk menanggapi perubahan lingkungan bisnis secara cepat (Zimmerer & Scarborough, 2017). Pakar pengembangan UMKM seperti Middleton menyatakan bahwa usaha kecil yang ingin berkembang perlu meningkatkan kapasitas manajerial melalui pelatihan, pencatatan sistematis, dan pengambilan keputusan berbasis data (Middleton, 2020). Hasil penelitian dari International Labour Organization (ILO) menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan prinsip manajemen profesional dapat mengalami peningkatan pendapatan hingga 25–40% karena pengelolaan yang lebih terstruktur dan terukur (ILO, 2019). Seluruh teori tersebut menunjukkan bahwa penguatan manajemen internal merupakan kewajiban strategis bagi pengembangan usaha warung kelontong, terutama karena usaha berbasis keluarga sering menghadapi tantangan keterbatasan administrasi dan pencatatan.

Pelaksanaan strategi pemasaran yang baik menjadi fondasi penting dalam pengembangan usaha ritel tradisional karena keberhasilan sebuah warung

kelontong sangat bergantung pada kemampuan menarik dan mempertahankan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2018). Teori pemasaran ritel oleh Berman dan Evans menjelaskan bahwa pelaku usaha kecil seharusnya meningkatkan daya tarik toko melalui penyediaan produk lengkap, harga yang konsisten, tampil bersih, dan pelayanan cepat untuk menjaga pengalaman belanja pelanggan (Berman & Evans, 2018). Penelitian pemasaran UMKM menunjukkan bahwa pelanggan cenderung memilih warung yang memberikan layanan ramah, komunikasi yang baik, dan pertimbangan sosial yang positif (Pratiwi, 2019). Para ahli kepuasan pelanggan menyatakan bahwa usaha kecil perlu menjaga kualitas layanan, transparansi harga, dan hubungan interpersonal karena faktor emosional sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di warung tradisional (Santosa, 2018).

Model pemasaran berbasis hubungan (*relationship marketing*) menekankan bahwa warung kelontong harus menjaga hubungan jangka panjang melalui perilaku jujur, pelayanan konsisten, dan komunikasi yang baik, karena hubungan sosial merupakan aset paling berharga dalam ritel tradisional (Berry, 1995). Pandangan Lupiyoadi tentang pemasaran jasa menunjukkan bahwa pelaku usaha ritel kecil seharusnya memperhatikan aspek bukti fisik (*physical evidence*), proses pelayanan (*process*), dan orang (*people*) sebagai faktor utama penyebab pelanggan bertahan (Lupiyoadi, 2014). Strategi pemasaran modern juga menekankan peran promosi mulut ke mulut, yang dinilai sangat efektif bagi UMKM karena mampu membangun reputasi tanpa biaya besar (Ardiansyah, 2020). Seluruh landasan teori pemasaran tersebut menunjukkan bahwa pengembangan usaha warung kelontong wajib berfokus pada pelayanan, kualitas komunikasi, dan hubungan sosial agar

mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan menghadapi persaingan ritel modern.

Kegiatan pencatatan keuangan yang terstruktur menjadi unsur fundamental dalam pengembangan usaha karena laporan keuangan yang rapi memungkinkan pelaku usaha memahami arus kas, menghitung laba, mengendalikan biaya, dan membuat keputusan strategis secara tepat (Munawir, 2017). Para ahli akuntansi UMKM seperti Lubis dan Hafni menjelaskan bahwa pencatatan keuangan sederhana merupakan alat penting bagi usaha mikro untuk mencegah kebocoran kas, menghindari tumpang tindih penggunaan modal, serta memetakan kebutuhan pengembangan usaha (Lubis & Hafni, 2022). Konsep pembukuan dasar menurut Warren, Reeve, dan Duchac menyatakan bahwa laporan keuangan yang teratur memberikan pemilik usaha kesempatan untuk mengevaluasi kinerja bulanan dan mengidentifikasi sumber permasalahan seperti penurunan omzet atau meningkatnya biaya operasional (Warren et al., 2016).

Penelitian Rahmawati menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan pencatatan keuangan secara rutin mampu meningkatkan efisiensi modal dan meminimalisir risiko kerugian akibat kurangnya pengawasan kas (Rahmawati, 2020). Standar akuntansi UMKM juga menegaskan bahwa pencatatan harian seharusnya digunakan sebagai dasar penyusunan laporan bulanan agar pemilik usaha dapat merencanakan pembelian stok, menentukan harga jual, dan menilai kebutuhan investasi usaha (IAI, 2018). Pandangan ekonom mikro seperti Samuelson dan Nordhaus menekankan bahwa usaha yang memiliki transparansi keuangan lebih mudah berkembang karena mampu menyesuaikan kombinasi modal

dan tenaga kerja secara efisien (Samuelson & Nordhaus, 2010). Seluruh teori tersebut menunjukkan bahwa pengembangan warung kelontong membutuhkan pencatatan keuangan yang baik agar usaha dapat bertahan, berkembang, dan mengambil keputusan secara tepat berdasarkan data.

UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan struktural yang memengaruhi kemampuan pengembangan usaha, terutama pada aspek manajemen, pencatatan keuangan, dan stabilitas permodalan (Kemenkop UKM, 2022). Data BPS menunjukkan bahwa lebih dari 60% pelaku UMKM belum melakukan pencatatan keuangan yang teratur, sehingga evaluasi kinerja usaha sering dilakukan berdasarkan perkiraan dan bukan berdasarkan data yang akurat (BPS, 2023). Sebagian besar UMKM juga menghadapi permasalahan klasik berupa modal terbatas, daya tawar rendah terhadap pemasok, serta fluktuasi biaya operasional yang tidak terprediksi, sehingga proses pengembangan usaha menjadi tidak stabil (Suryani, 2020). Realitas ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM membutuhkan penguatan manajerial dan sistem administrasi untuk menjaga keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

Usaha ritel tradisional, termasuk warung kelontong, menghadapi tekanan besar akibat pertumbuhan minimarket modern yang meningkat hingga lebih dari 30% pada beberapa wilayah padat penduduk (Aprilianti, 2020). Warung tradisional sering kali mengalami ketidakmampuan mempertahankan stok, kekurangan variasi barang, serta ketergantungan pada pemasok dalam jumlah terbatas sehingga proses belanja tidak selalu efisien (Hidayat, 2019). Pelaku usaha ritel kecil juga banyak menghadapi kendala pada pengawasan stok, terutama pada barang yang cepat habis

seperti obat-obatan, kebutuhan pokok, dan produk konsumsi harian (Prasetyo, 2021). Kondisi lapangan menunjukkan bahwa warung kelontong masih mengandalkan hubungan personal dan fleksibilitas harga sebagai kekuatan utama untuk mempertahankan pelanggan, meskipun tantangan operasional sering menghambat perkembangan usaha.

Warung Ar-Rahmah sebagai usaha ritel keluarga menghadapi pola permintaan yang fluktuatif setiap bulan, dengan omzet harian berada pada kisaran Rp3–4 juta dan peningkatan signifikan pada awal serta akhir bulan, sementara pertengahan bulan cenderung mengalami penurunan daya beli. Aktivitas penjualan juga meningkat tajam satu minggu menjelang Idulfitri, terutama untuk komoditas kelapa dan kebutuhan pokok lain, serta meningkat kembali menjelang Iduladha ketika permintaan masyarakat kembali naik. Barang dagangan tertentu, seperti obat-obatan, sering mengalami kekosongan karena tingginya permintaan harian dan keterbatasan kapasitas penyimpanan di warung. Sebagian barang juga mengalami risiko kerusakan dan kedaluwarsa meskipun masih berada di bawah 20%, termasuk barang yang mudah berubah kualitas akibat penyimpanan yang terbatas.

Sistem pencatatan keuangan di Warung Ar-Rahmah masih dilakukan secara manual menggunakan buku tulis sehingga keberlanjutannya tidak selalu stabil, terutama ketika pemilik atau pelaksana proyek sedang sibuk sehingga beberapa transaksi kadang tidak tercatat. Situasi administrasi juga diperumit oleh kebiasaan sebagian pelanggan yang berutang dalam jumlah cukup besar dan sering menunda pembayaran, sehingga arus kas warung harus menyesuaikan dengan pola pembayaran pelanggan tersebut. Kondisi pencatatan manual menyebabkan laporan

harian dan posisi arus kas tidak selalu dapat dipantau secara real time, sehingga proses evaluasi keuangan membutuhkan waktu lebih panjang untuk direkap ulang. Fakta lapangan ini menunjukkan perlunya sistem pencatatan yang lebih konsisten agar pengendalian keuangan dan ketersediaan barang dapat dikelola dengan lebih baik.

Kondisi fisik Warung Ar-Rahmah menunjukkan bahwa ruang pelayanan pelanggan berada pada kategori menengah, sedangkan ruang tempat pelaksana melayani relatif sempit sehingga aktivitas transaksi harus dilakukan secara efektif dalam ruang terbatas. Situasi ruang pelayanan menuntut pemilik warung untuk menata barang secara lebih rapi agar akses pelanggan tetap nyaman, terutama pada jam ramai di pagi hari dan setelah magrib. Jam operasional warung, yang dimulai pukul 06.00 hingga 19.30, mencerminkan tingginya intensitas pelayanan setiap hari sehingga pengelolaan tenaga kerja dan stamina fisik menjadi faktor penting dalam pengelolaan usaha harian. Kondisi operasional yang padat juga menyebabkan stok kadang kosong atau rusak, terutama pada barang yang permintaannya tidak stabil atau penyimpanannya membutuhkan ruang yang lebih besar.

Kondisi pengelolaan Warung Ar-Rahmah menunjukkan adanya perbedaan tertentu apabila dibandingkan dengan prinsip-prinsip pengembangan usaha yang dikemukakan oleh para ahli manajemen, pemasaran, dan akuntansi UMKM. Konsep pengelolaan usaha yang ideal mengharuskan adanya sistem pencatatan yang konsisten, pengendalian stok yang stabil, penataan ruang yang efisien, serta pelayanan yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Situasi lapangan Warung Ar-Rahmah memperlihatkan bahwa sebagian aspek tersebut belum berjalan secara

optimal. Pencatatan transaksi masih dilakukan secara manual dan kadang terlewat, ketersediaan stok belum stabil terutama untuk barang dengan permintaan tinggi, ruang pelayanan relatif terbatas, dan arus kas mengalami tekanan akibat kebiasaan pelanggan berutang. Gambaran ini menunjukkan bahwa praktik operasional yang berlangsung sehari-hari belum sepenuhnya mencerminkan standar pengelolaan usaha sebagaimana digariskan dalam teori.

Realitas operasional Warung Ar-Rahmah menegaskan perlunya penguatan pada beberapa unsur utama, termasuk administrasi keuangan, pengaturan persediaan, strategi pelayanan, serta tata kelola operasional harian. Kebutuhan penguatan tersebut menjadi dasar penting bagi penyusunan proyek bisnis ini, karena setiap langkah perbaikan diharapkan mampu mengarahkan usaha menuju pola pengelolaan yang lebih sistematis, efisien, dan selaras dengan prinsip pengembangan UMKM yang dianjurkan. Upaya perbaikan menyeluruh diharapkan dapat meningkatkan efektivitas operasional sekaligus memperkuat kemampuan warung dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan beradaptasi terhadap dinamika lingkungan usaha.

Keseluruhan kondisi tersebut memberikan landasan kuat bagi perumusan tujuan proyek bisnis yang akan diarahkan untuk meningkatkan kualitas pengelolaan Warung Ar-Rahmah secara terencana dan berkelanjutan. Bagian berikut akan menjelaskan Tujuan Proyek Bisnis yang disusun berdasarkan kebutuhan perbaikan pada berbagai aspek usaha yang masih memerlukan penguatan.

B. Tujuan Proyek Bisnis

Proyek bisnis ini disusun sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas pengelolaan Warung Ar-Rahmah agar dapat berkembang secara lebih sistematis dan berkelanjutan. Tujuan proyek bisnis dirumuskan berdasarkan kebutuhan penguatan pada aspek pengelolaan keuangan, persediaan barang, pemasaran, serta pelayanan usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan proyek bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas pengelolaan Warung Ar-Rahmah melalui perbaikan sistem pencatatan keuangan dan pengaturan persediaan barang agar pengelolaan usaha lebih tertib dan terkontrol.
2. Mengembangkan aspek pemasaran Warung Ar-Rahmah guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha di lingkungan sekitar.
3. Mengembangkan efektivitas pelayanan dan tata kelola operasional Warung Ar-Rahmah agar kegiatan usaha berjalan lebih efisien dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan.

C. Manfaat Proyek Bisnis

Pelaksanaan proyek bisnis ini diharapkan memberikan kontribusi positif bagi mahasiswa, pemilik usaha, dan proses pengelolaan UMKM secara umum. Manfaat proyek bisnis tidak hanya dirasakan dalam bentuk peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga dalam penguatan pengalaman praktis dan pemahaman pengelolaan usaha secara langsung.

Berdasarkan hal tersebut, manfaat proyek bisnis ini adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan kemampuan manajerial mahasiswa melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pengelolaan usaha.
2. Penambahan pengalaman dan wawasan mahasiswa dalam pengelolaan UMKM, khususnya terkait pencatatan keuangan sederhana, pengaturan persediaan, dan pelayanan usaha.
3. Peningkatan efektivitas pengelolaan usaha pada Warung Ar-Rahmah melalui penerapan langkah-langkah perbaikan pada aspek administrasi, operasional, dan pelayanan pelanggan.

D. Tempat Proyek Bisnis

Proyek bisnis ini dilaksanakan di Warung Ar-Rahmah, sebuah warung kelontong keluarga yang berlokasi di Desa Bojongsalam, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung. Warung Ar-Rahmah menyediakan berbagai kebutuhan harian masyarakat, seperti sembako, obat-obatan eceran, dan produk konsumsi rumah tangga. Kegiatan operasional warung yang berlangsung setiap hari memberikan kesempatan bagi pelaksana proyek untuk melakukan observasi, pendampingan, dan pengumpulan data secara langsung. Karakter usaha yang berbasis keluarga juga memungkinkan proses perbaikan manajemen dan operasional dilakukan dengan lebih fleksibel dan sesuai kebutuhan lapangan.

E. Jadwal Waktu Proyek Bisnis

Proyek bisnis ini dilaksanakan selama periode bulan Januari hingga Mei 2025, yang mencakup tahap perencanaan, observasi lapangan, pendampingan operasional, pengumpulan data, serta penyusunan laporan hasil proyek.

Pelaksanaan proyek dilakukan secara bertahap sesuai dengan kebutuhan kegiatan di Warung Ar-Rahmah, sehingga setiap proses dapat berjalan selaras dengan kondisi operasional warung. Rentang waktu tersebut dipilih agar pelaksana proyek memiliki kesempatan yang cukup untuk melakukan pengamatan, menganalisis permasalahan usaha, dan menyusun rekomendasi perbaikan yang relevan bagi pengembangan Warung Ar-Rahmah.

Tabel 1.1 Tahapan Pelaksanaan Proyek Bisnis

No.	Kegiatan Proyek Bisnis	Waktu Pelaksanaan	Keterangan
1	Perencanaan Proyek	Januari 2025	Penyusunan rencana kegiatan dan identifikasi fokus pengembangan.
2	Observasi Lapangan	Januari – Februari 2025	Pengamatan operasional harian Warung Ar-Rahmah.
3	Pendampingan Operasional	Februari – April 2025	Kegiatan pendampingan, perbaikan administrasi, dan pengaturan persediaan.
4	Pengumpulan Data & Evaluasi Sementara	Maret – April 2025	Pengumpulan data transaksi, stok, dan pelayanan.
5	Penyusunan Rekomendasi & Implementasi	April – Mei 2025	Penyusunan langkah perbaikan dan penerapan awal.
6	Penyusunan Laporan Proyek	Juni – Januari 2026	Penyelesaian laporan akhir proyek bisnis.