

Pengembangan Strategi Pemasaran dan Keuangan Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pengelola Pada Toko Sembako Waru, Sidoarjo

Azza Nuha Nisrina^{1*}, Abdur Rohman²

^{1,2}Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman
Universitas Trunojoyo Madura

Email: 220721100147@student.trunojoyo.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.21107/bep.v5i1.26217>

ABSTRACT

This research discusses the marketing and financial strategies of the Sembakkwal Sidoarjo store. Improving manager security and achieving broader business goals requires proper market analysis, product differentiation, product positioning, and financial resource management. The government has developed the People's Welfare Index (IkraR) and social protection programs to improve people's welfare. Effective marketing strategies include increased education, motivation, and a supportive environment. Analysis of the internal and external environment includes an assessment of the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) that influence the Waru Sembako business. Effective financial strategies include better financial management and require consumers to make a 50% down payment. Explaining marketing and financial strategies is essential to increasing the overall success of your business. In this way, the Sembakwar Branch can improve manager safety and increase business success.

Keywords: Strategy, Marketing, Finance, Welfare

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dan keuangan toko Sembakkwal Sidoarjo. Meningkatkan keamanan manajer dan mencapai tujuan bisnis yang lebih luas memerlukan analisis pasar yang tepat, diferensiasi produk, penentuan posisi produk, dan pengelolaan sumber daya keuangan. Pemerintah telah mengembangkan Indeks Kesejahteraan Rakyat (IkraR) dan program perlindungan sosial untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Strategi pemasaran yang efektif meliputi peningkatan pendidikan, motivasi, dan lingkungan yang mendukung. Analisis lingkungan internal dan eksternal meliputi penilaian terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) yang mempengaruhi bisnis Waru Sembako. Strategi keuangan yang efektif mencakup pengelolaan keuangan yang lebih baik dan mengharuskan konsumen membayar uang muka sebesar 50%. Mengembangkan strategi pemasaran dan keuangan sangat penting untuk meningkatkan kesuksesan bisnis Anda secara keseluruhan. Dengan cara ini, Cabang Sembakwar dapat meningkatkan keselamatan pengelola dan meningkatkan kesuksesan bisnis.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Keuangan, Kesejahteraan

PENDAHULUAN

Pengelolaan toko sembako yang efektif memerlukan strategi pemasaran dan keuangan yang tepat. Toko Sembako Waru, Sidoarjo, sebagai salah satu toko

sembako yang beroperasi di Sidoarjo, memiliki tujuan untuk meningkatkan keselamatan pengelola dan meningkatkan penjualan. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, perlu dilakukan analisis strategi pemasaran dan keuangan yang sistematis dan terintegrasi. Analisis lingkungan internal dan eksternal akan membantu menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mempengaruhi toko sembako.

Saat menganalisis lingkungan internal, Anda harus memperhatikan faktor-faktor seperti promosi, produk, layanan, dan keuangan. Strategi pemasaran yang efektif harus mampu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk toko kelontong, meningkatkan kualitas pelayanan, dan meningkatkan keuangan. Dalam hal ini, strategi pemasaran yang layak adalah strategi WT (*weakness-threat*) yang meminimalkan kerentanan untuk menghindari ancaman. Strategi tersebut antara lain dengan memberikan pelatihan khusus kepada karyawan, meningkatkan kualitas layanan, serta meningkatkan keuangan dengan meningkatkan pendapatan harian dan mengalokasikan dana dalam jumlah besar untuk acara-acara berskala besar.

Selain itu, analisis lingkungan eksternal juga harus diperhatikan. Faktor-faktor seperti persaingan antar industri sejenis dan potensi masuknya pesaing baru harus dipertimbangkan. Dalam hal ini strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dapat diterapkan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi kelemahan. Strategi ini mencakup mencari atau merelokasi lokasi baru ke lokasi strategis yang mudah ditemukan orang, dan meningkatkan promosi penjualan dengan memasang iklan di berbagai media. Dengan demikian, pengembangan strategi pemasaran dan keuangan yang tepat dapat membantu meningkatkan keselamatan pengelola dan meningkatkan penjualan pada Toko Sembako Waru, Sidoarjo. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan keuangan, serta meningkatkan promosi penjualan, toko sembako dapat lebih kompetitif dan meningkatkan keselamatan pengelola. Oleh karena itu, analisis strategi pemasaran dan keuangan yang sistematis dan terintegrasi sangat penting dalam meningkatkan keselamatan pengelola pada toko sembako.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan strategi pemasaran dan keuangan menjadi sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan pengelola pada toko Sembako Waru di Sidoarjo. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Yosika Setyani Rahati berjudul "Pelaksanaan strategi pemasaran Bidang Pariwisata di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Makassar" menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dipaparkan di atas dapat meningkatkan dividen CV. Maraja & MICE kota Makassar dengan menerapkan strategi pemasaran *Immitation* dan promosi paket wisata dengan cara *advertising*.

Selain itu, strategi keuangan juga sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan pengelola. Strategi keuangan yang efektif dapat membantu perusahaan dalam mengelola sumber daya dan meningkatkan keuntungan. Misalnya, penelitian oleh Nabila (2021) menunjukkan bahwa strategi keuangan yang dipaparkan di atas dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengintegrasikan strategi operasional, strategi pemasaran, dan strategi keuangan.

Dalam penelitian ini, faktor-faktor internal seperti manajemen, pemasaran,

keuangan, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi juga perlu diperhatikan. Faktor-faktor internal ini dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan pengelola dengan cara meningkatkan keunggulan komparatif dan mengatasi kelemahan yang ada.

Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan penjualan produk dan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Misalnya, penelitian oleh Tini Suhartini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dipaparkan di atas dapat meningkatkan penjualan pada CV. Maraja & MICE kota Makassar dengan menerapkan strategi pemasaran *Immitation* dan promosi paket wisata dengan cara *advertising*.

Dalam penelitian ini, peneliti juga akan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada perusahaan. Analisis SWOT ini dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada dan mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola.

Dengan demikian, penelitian ini berharap dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran dan keuangan yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola pada toko Sembako Waru di Sidoarjo. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan referensi yang lebih baik untuk pengembangan strategi pemasaran dan keuangan pada perusahaan lain yang memiliki tujuan yang sama.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua komponen utama, yaitu wawancara dan studi pustaka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran dan keuangan yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola pada Toko Sembako Waru di Sidoarjo. Studi pustaka adalah metode penelitian kualitatif yang berfokus pada kajian dokumen, literatur, dan sumber-sumber lain yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan kajian terhadap teori-teori dan konsep-konsep yang terkait dengan pemasaran, keuangan, dan kesejahteraan pengelola. Peneliti juga mempelajari strategi-strategi pemasaran dan keuangan yang telah digunakan oleh toko-toko serupa untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan meliputi jurnal, buku, dan artikel-artikel yang terkait dengan topik penelitian. Hasil kajian ini digunakan sebagai landasan teori untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui wawancara.

Wawancara adalah metode penelitian kualitatif yang berfokus pada pengumpulan data melalui percakapan langsung dengan informan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pengelola Toko Sembako Waru dan beberapa pengelola toko lain yang memiliki pengalaman dalam pemasaran dan keuangan. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan terbuka untuk memungkinkan informan memberikan informasi yang akurat dan rinci tentang strategi pemasaran dan keuangan yang digunakan oleh toko tersebut. Informan yang dipilih adalah mereka yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data melalui wawancara dilakukan dengan menggunakan catatan dan rekaman audio untuk memastikan akurasi data yang dikumpulkan.

Data yang dikumpulkan melalui wawancara dan studi pustaka kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menjelaskan dan menguraikan strategi pemasaran dan keuangan yang digunakan oleh Toko Sembako Waru. Analisis

data dilakukan dengan menggunakan logika data yang dianalisis dan diinterpretasikan berdasarkan landasan teori yang telah disusun. Hasil analisis digunakan untuk menarik kesimpulan dan mengembangkan rekomendasi strategi pemasaran dan keuangan yang lebih efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola pada Toko Sembako Waru.

Dengan demikian, metode penelitian kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua komponen utama, yaitu wawancara dan studi pustaka, yang digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran dan keuangan yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola pada Toko Sembako Waru di Sidoarjo. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran dan keuangan yang lebih efektif untuk meningkatkan kesejahteraan pengelola pada toko-toko serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran adalah sebuah keseluruhan usaha dari suatu bisnis yang bertujuan untuk menjangkau target konsumen yang dianggap prospektif dan mengubah mereka menjadi konsumen tetap. Strategi pemasaran meliputi berbagai langkah yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis, seperti meningkatkan daya jual dan membuat perusahaan menjadi lebih berkembang. Strategi pemasaran interaktif melibatkan interaksi langsung dengan konsumen melalui media digital. Contohnya, menggunakan social media untuk berinteraksi dengan pelanggan, menjawab pertanyaan, dan memberikan informasi produk yang relevan. Strategi pemasaran Online melibatkan penggunaan platform digital untuk mempromosikan produk. Contohnya, menggunakan Google Ads, Facebook Ads, dan iklan lainnya untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Strategi pemasaran offline melibatkan penggunaan media non-digital untuk mempromosikan produk. Contohnya, menggunakan iklan koran, poster, dan brosur untuk menjangkau target pasar yang lebih lokal. (Mohammad Iqbal, 2022) Strategi pemasaran *influencer* melibatkan kerja sama dengan *influencer* yang memiliki pengaruh besar di kalangan target pasar. Contohnya, menggunakan *influencer* untuk mempromosikan produk dan meningkatkan *brand awareness*. Strategi pemasaran konten melibatkan penggunaan konten yang relevan dan berkualitas untuk mempromosikan produk. Contohnya, membuat video produk, blog, dan artikel yang membantu meningkatkan penjualan.

Strategi pemasaran email melibatkan penggunaan email untuk mempromosikan produk dan meningkatkan *brand awareness*. Contohnya, membuat *newsletter* yang berisi informasi produk dan promo yang relevan. Strategi pemasaran *referral* melibatkan penggunaan *referral* untuk meningkatkan penjualan. Contohnya, memberikan diskon atau hadiah kepada pelanggan yang mereferensikan teman mereka untuk membeli produk.

Strategi pemasaran loyalty melibatkan penggunaan program loyalty untuk meningkatkan kesetiaan pelanggan. Contohnya, membuat program loyalty yang memberikan poin atau hadiah kepada pelanggan yang terus membeli produk. Strategi pemasaran event melibatkan penggunaan event untuk mempromosikan produk. Contohnya, membuat acara launching produk yang menarik dan berkesan.

Strategi pemasaran sponsorship melibatkan penggunaan sponsorship untuk meningkatkan *brand awareness*. Contohnya, menjadi sponsor acara olahraga atau festival yang relevan dengan target pasar. Strategi pemasaran partnership melibatkan penggunaan kerja sama dengan perusahaan lain untuk

meningkatkan penjualan. Contohnya, membuat kerja sama dengan perusahaan yang memiliki produk yang relevan dengan target pasar.

Strategi pemasaran data-driven melibatkan penggunaan data untuk meningkatkan penjualan. Contohnya, menggunakan data pelanggan untuk membuat kampanye yang lebih efektif dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat, bisnis dapat meningkatkan penjualan, meningkatkan *brand awareness*, dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. Oleh karena itu, strategi pemasaran harus dipilih dan dijalankan secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.

Strategi keuangan perusahaan adalah serangkaian tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan keuangan yang telah ditentukan. Strategi ini meliputi beberapa jenis, seperti perencanaan, *budgeting*, mitigasi risiko, distribusi kekayaan, dan pelaporan keuangan. (Mutiarawan, 2022)

Perencanaan keuangan adalah tahap pertama dalam strategi keuangan. Proses ini melibatkan alokasi pengeluaran, target pemasukan, capaian laba, dan pemerolehan modal bila diperlukan. Perencanaan keuangan harus dilakukan beberapa periode sekali untuk memastikan perusahaan memiliki gambaran yang jelas tentang posisi keuangan masa depan.

Budgeting adalah tahap berikutnya dalam strategi keuangan. Proses ini melibatkan alokasi pendanaan pada sektor-sektor penting perusahaan. Divisi keuangan harus mempertimbangkan berbagai hal, seperti kebutuhan pokok divisi, dampak alokasi terhadap strategi, serta kondisi keuangan perusahaan. *Budgeting* memungkinkan perusahaan untuk mengelola pengeluaran secara efektif dan efisien.

Mitigasi risiko adalah tahap ketiga dalam strategi keuangan. Divisi keuangan harus memahami risiko-risiko berkaitan keuangan di masa depan, baik risiko dari internal maupun eksternal. Dalam proses mitigasi, divisi keuangan juga harus menyiapkan rencana solusi saat sewaktu-waktu risiko benar-benar terjadi. Mitigasi risiko membantu perusahaan dalam mengantisipasi dan menghadapi risiko keuangan yang potensial (Mutiarawan, 2022).

Distribusi kekayaan, juga dikenal sebagai investasi, adalah tahap keempat dalam strategi keuangan. Selain menjadi pengawas dan pencatat finansial, divisi keuangan juga perlu menjadi manajer investasi bagi bisnis. Agar kekayaan perusahaan tidak menumpuk sia-sia atau mengalami depresiasi, divisi keuangan wajib membuat strategi investasi setiap beberapa waktu sekali. Distribusi kekayaan membantu perusahaan dalam meningkatkan nilai kekayaan dan mengoptimalkan penggunaan dana.

Terakhir, pelaporan keuangan adalah tahap terakhir dalam strategi keuangan. Segala proses dan hasil keputusan perusahaan hingga terjadinya transaksi pengeluaran dan pemasukan harus dilaporkan. Selain sebagai landasan pengambilan keputusan, laporan keuangan juga diperlukan guna menjaga kepercayaan publik terhadap perusahaan. Pelaporan keuangan membantu perusahaan dalam memantau dan mengelola keuangan secara efektif.

Dalam perspektif teoritik, strategi pemasaran dan keuangan dipandang sebagai elemen yang saling terkait dan berfungsi untuk mencapai tujuan perusahaan yang lebih luas. Strategi pemasaran melibatkan proses segmentasi pasar, diferensiasi, dan positioning produk untuk menarik minat pelanggan yang tepat. Sementara strategi keuangan melibatkan pengelolaan sumber daya keuangan yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih luas. Dalam konteks toko Sembako Waru, strategi pemasaran dapat berfokus pada segmentasi

pasar yang tepat, diferensiasi produk, dan positioning produk yang unggul untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Strategi keuangan dapat berfokus pada pengelolaan biaya, manajemen *cash flow*, dan pengelolaan risiko untuk meningkatkan efisiensi operasional dan kestabilan keuangan (Elika & Gunawan, 2017).

Dalam perspektif empiris, penelitian dapat dilakukan untuk menganalisis pengaruh strategi pemasaran dan keuangan terhadap keselamatan pengelola pada toko Sembako Waru. Penelitian ini dapat menggunakan metode survei dan analisis data untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran dan keuangan yang digunakan oleh toko Sembako Waru berpengaruh terhadap keselamatan pengelola. Hasil penelitian ini dapat membantu dalam meningkatkan keselamatan pengelola dengan mengembangkan strategi pemasaran dan keuangan yang lebih efektif.

Implementasi strategi pemasaran dan keuangan pada toko Sembako Waru dapat dilakukan dengan beberapa langkah. Pertama, toko harus melakukan analisis pasar yang tepat untuk mengetahui segmentasi pasar yang tepat dan minat pelanggan. Kedua, toko harus melakukan diferensiasi produk yang unggul untuk menarik minat pelanggan. Ketiga, toko harus melakukan positioning produk yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan. Keempat, toko harus melakukan pengelolaan sumber daya keuangan yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih luas. Dengan demikian, toko Sembako Waru dapat meningkatkan keselamatan pengelola dan mencapai tujuan bisnis yang lebih luas. Peningkatan kesejahteraan rakyat di Indonesia telah menjadi salah satu tujuan utama pemerintah. Untuk mencapai tujuan ini, Kemenko Kesra telah mengembangkan Indeks Kesejahteraan Rakyat (IkraR) sebagai alat ukur keberhasilan pembangunan yang inklusif. IkraR meliputi parameter seperti tingkat kesejahteraan rakyat, alat ukur keberhasilan pembangunan yang inklusif, dan alat ukur keberhasilan pembangunan yang berbasis masyarakat. Dengan demikian, pemerintah dapat menilai tingkat kesejahteraan rakyat secara lebih efektif dan mengembangkan strategi yang lebih tepat untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat (Suhartini, 2022).

Peningkatan kesejahteraan sosial juga menjadi fokus utama pemerintah. Kesejahteraan sosial diartikan sebagai suatu kondisi yang harus diwujudkan bagi seluruh warga negara dalam pemenuhan kebutuhan material, spiritual, dan sosial. Pemerintah telah mengembangkan berbagai program perlindungan sosial, termasuk bantuan sosial, jaminan sosial, dan jaring pengaman sosial untuk masyarakat miskin yang mencakup sepanjang hayat, termasuk penyandang distabilitas. Selain itu, pemerintah juga telah menyiapkan anggaran sebesar Rp493T untuk program perlindungan sosial ini.

Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, pemerintah juga telah mengembangkan strategi dan usaha peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat nelayan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian terhadap strategi dan usaha peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat nelayan. Strategi yang dilakukan meliputi peningkatan pendidikan, motivasi, dan lingkungan yang mendukung. Selain itu, pemerintah juga telah mengembangkan berbagai program pelatihan dan peningkatan ketrampilan tenaga kerja, serta pemberdayaan tenaga kerja padat karya produktif (Imron, 2012).

Pemerintah juga telah berupaya meningkatkan kesejahteraan sosial dengan adanya program perlindungan sosial bagi seluruh masyarakat. Perlindungan sosial dalam bentuk bantuan sosial, jaminan sosial maupun jaring

pengaman sosial untuk masyarakat miskin yang mencakup sepanjang hayat. Pemerintah juga telah menyiapkan anggaran sebesar Rp493T untuk program perlindungan sosial ini. Selain itu, pemerintah juga telah mengembangkan berbagai program untuk meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat termasuk kelompok menengah, seperti adanya skema jaminan sosial kesehatan yang saat ini cakupan pesertanya terbesar di seluruh dunia dan jaminan sosial ketenagakerjaan yang didalam-Nya juga melibatkan pekerjaan besar yang dilakukan pemerintah kepada masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan sosial adalah dalam upaya menangani kemiskinan dan mengentaskan kemiskinan ekstrem.

Analisis lingkungan internal meliputi evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang mempengaruhi toko Sembako Waru. Dalam hal ini, kekuatan toko Sembako Waru meliputi ketersediaan produk yang bervariasi, promosi yang baik, dan ketekunan dalam membuka toko. Namun, kelemahan yang perlu diperbaiki adalah pelayanan pelanggan yang masih kurang, serta manajemen keuangan yang belum terlaksana dengan baik. Dalam analisis ini, strategi pemasaran yang efektif dapat diterapkan, seperti memberikan pelatihan khusus kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja dan mengarahkan mereka untuk membantu promosi. Selain itu, manajemen keuangan perlu ditingkatkan dengan lebih baik dalam pencatatan perolehan harian dan penggunaan uang dalam jumlah besar untuk acara besar lainnya. Dengan demikian, toko Sembako Waru tidak akan mengalami kekurangan modal (Fitriani et al., 2023).

Analisis lingkungan eksternal meliputi persaingan antar perdagangan sejenis dan potensi masuknya pesaing baru. Dalam hal ini, strategi WT (*Weakness-Threats*) dapat digunakan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Strategi ini meliputi memberikan pelatihan khusus kepada karyawan agar kinerja mereka meningkat dan mengarahkan mereka untuk membantu promosi. Selain itu, pemilik toko Sembako Waru harus mengarahkan karyawan untuk membantu promosi agar jangkauan konsumen menjadi lebih luas. Dalam hal ini, anak-anak atau suami mereka dalam berinteraksi sosial harus lebih baik lagi. Dengan demikian, toko Sembako Waru dapat meningkatkan keselamatan pengelola dan meningkatkan keberhasilan bisnisnya.

Strategi pemasaran yang efektif dapat diterapkan melalui beberapa langkah. Pertama, toko Sembako Waru harus meningkatkan pelayanan pelanggan dengan lebih baik. Kedua, strategi promosi harus ditingkatkan dengan menggunakan media digital dan strategi lain yang efektif. Ketiga, produk yang dijual harus bervariasi dan berkualitas untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, toko Sembako Waru dapat meningkatkan keselamatan pengelola dan meningkatkan keberhasilan bisnisnya (Oktaviana, 2019).

Strategi keuangan yang efektif dapat diterapkan melalui beberapa langkah. Pertama, manajemen keuangan harus ditingkatkan dengan lebih baik dalam pencatatan perolehan harian dan penggunaan uang dalam jumlah besar untuk acara besar lainnya. Kedua, toko Sembako Waru harus menegaskan kepada konsumen setidaknya memberikan uang muka 50% agar tidak mengalami kekurangan modal. Dengan demikian, toko Sembako Waru dapat meningkatkan keselamatan pengelola dan meningkatkan keberhasilan bisnisnya.

Pengembangan strategi pemasaran dan keuangan sangat penting dalam meningkatkan keseluruhan keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran melibatkan analisis SWOT yang mempertimbangkan kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar. Contohnya, perusahaan yang memiliki produk dengan kualitas yang lebih baik dapat menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dengan para pesaing, seperti menggunakan pemasaran yang modern dan berfokus pada keunggulan produk.

Selain itu, strategi keuangan juga sangat penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha. Strategi keuangan melibatkan pengelolaan sumber daya, penggunaan, dan pengelolaan dana serta berfokus pada penyelarasan manajemen keuangan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan strategis. Dalam hal ini, perusahaan harus memiliki sistem keuangan yang efektif untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran serta memiliki rencana keuangan yang jelas untuk mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di pasar.

Dalam implementasi strategi pemasaran dan keuangan, perusahaan harus memiliki sistem informasi manajemen yang efektif untuk menentukan keberhasilan usaha. Sistem ini membantu perusahaan dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang relevan untuk mengambil keputusan yang tepat. Contohnya, perusahaan dapat menggunakan data mining untuk menghasilkan model prediktif yang membantu dalam menentukan strategi pemasaran yang efektif. (Sintawati, 2023)

Dalam beberapa kasus, efektivitas strategi pemasaran dan keuangan sangat bergantung pada kerja sama antara seluruh pihak terkait. Contohnya, perusahaan yang memiliki jaringan pemasaran yang luas dapat menggunakan strategi pemasaran yang berbeda dengan para pesaing, seperti menggunakan pemasaran yang modern dan berfokus pada keunggulan produk. Dalam hal ini, perusahaan harus memiliki sistem keuangan yang efektif untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran serta memiliki rencana keuangan yang jelas untuk mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi di pasar.

Pengembangan strategi pemasaran dan keuangan sangat penting dalam meningkatkan keseluruhan keberhasilan suatu usaha. Strategi pemasaran melibatkan analisis SWOT yang mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Strategi keuangan melibatkan pengelolaan sumber daya, penggunaan, dan pengelolaan dana serta berfokus pada penyelarasan manajemen keuangan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan strategis. Dalam implementasi strategi pemasaran dan keuangan, perusahaan harus memiliki sistem informasi manajemen yang efektif untuk menentukan keberhasilan usaha dan memiliki kerja sama yang kuat antara seluruh pihak terkait. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan keseluruhan keberhasilan usaha dan meningkatkan keseluruhan keseluruhan keberhasilan usaha.

Nama usaha yang diteliti dalam penelitian ini adalah UD. Nita Telur, yang dimiliki oleh Mochamad Suyono. Alamat usaha berada di Ngeni Permai IV No. 6 Kepuh Kiriman, Waru Sidoarjo. Bidang usaha yang ditekuni adalah Usaha Dagang dengan jumlah karyawan sebanyak 3 orang.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan terdapat beberapa hasil bahwa strategi pemasaran yang digunakan oleh UD. Nita Telur meliputi pengembangan produk yang mengikuti mode yang berlaku pada umumnya dengan memasarkan produk ke kalangan masyarakat sekitar. Pengembangan wilayah pemasaran dilakukan dengan sistem manual. Penetapan harga produk dilakukan dengan mengikuti harga pasarannya.

Saluran distribusi yang digunakan meliputi pabrik dan pasar serta sales. Wilayah pemasaran saat ini menargetkan pelanggan di sekitar toko, seperti di dalam kompleks perumahan. Rantai distribusi produk ditawarkan kepada pelanggan sekitar.

Strategi promosi yang digunakan meliputi murah serta menjamin produk yang berkualitas. Bisnis ini menggunakan promosi dalam penjualan produk dan jenis promosi yang dilakukan meliputi memasarkan jenis harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan para pesaing usaha di sekitar toko. Biaya yang dikeluarkan untuk promosi produk sebesar 100k untuk pengiriman barang.

Modal yang digunakan untuk mendirikan bisnis sebesar 200 Jt, yang terdiri dari biaya pembangunan serta biaya produksi. Sumber dana modal pertama yang digunakan berasal dari dana pribadi tanpa angsuran. Sumber dana sendiri yang digunakan sebesar 200 Jt, dan tidak ada sumber dana pinjaman yang digunakan. Modal yang dikeluarkan untuk memproduksi produk tersebut sebesar 100-120 Jt untuk biaya produksi beras, telur, dan sembako lainnya.

Biaya tetap yang dikeluarkan oleh bisnis meliputi bangunan, sewa lahan/pajak bangunan sewa, harga transportasi untuk produksi/distribusi, biaya investasi/tabungan bisnis, biaya mesin, biaya gaji karyawan, biaya kemasan, biaya listrik, biaya telepon, biaya promosi, dan biaya lainnya. Biaya yang dikeluarkan untuk produksi seperti beras, telur, tepung, dan sembako lainnya sebesar 100 Jt. Pendapatan yang diperoleh dalam per hari sebesar 3 Jt dan per bulan sebesar 43 Jt. Persentase pendapatan yang dikeluarkan untuk zakat dan pajak sebesar 0,25% untuk zakat dan 3-5% untuk pajak.

Wawancara ini menunjukkan bahwa UD. Nita Telur memiliki strategi pemasaran yang mengikuti mode yang berlaku, menggunakan sistem manual untuk pengembangan wilayah pemasaran, dan mengikuti harga pasarannya untuk penetapan harga produk. Strategi promosi yang digunakan meliputi murah serta menjamin produk yang berkualitas. Dalam aspek keuangan, modal yang digunakan untuk mendirikan bisnis sebesar 200 Jt, dan biaya yang dikeluarkan untuk produksi serta distribusi sebesar 100-120 Jt. Pendapatan yang diperoleh sebesar 3 Jt per hari dan 43 Jt per bulan, dengan persentase zakat dan pajak sebesar 0,25% dan 3-5% masing-masing.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan keuangan sangat penting untuk meningkatkan keberhasilan suatu perusahaan secara keseluruhan. Strategi pemasaran melibatkan analisis SWOT yang mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi suatu perusahaan. Hal ini memungkinkan bisnis untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan tetap kompetitif di pasar. Strategi keuangan melibatkan pengelolaan sumber daya, penggunaan dan pengendalian dana, dan berfokus pada penyesuaian pengelolaan keuangan dengan tujuan mencapai keuntungan strategis. Dalam menerapkan strategi pemasaran dan keuangan, perusahaan harus memiliki sistem informasi manajemen yang efektif untuk menentukan keberhasilan bisnis. Dalam konteks Toko Kelontong Waru, strategi pemasaran yang efektif dapat diterapkan dalam beberapa langkah. Pertama, Anda perlu memperbaiki manajemen keuangan Anda, mencatat pendapatan harian Anda dan mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk acara-acara besar lainnya. Kedua, toko Badas harus menekankan kepada

konsumen bahwa mereka harus membayar deposit minimal 50% agar tidak kehabisan modal. Dengan cara ini, Toko Kelontong Waru dapat meningkatkan keselamatan manajer dan meningkatkan kesuksesan bisnis.

Strategi keuangan yang efektif juga dapat diterapkan dalam beberapa langkah. Pertama, bisnis perlu memiliki sistem keuangan yang efektif untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran, serta rencana keuangan yang jelas untuk mengantisipasi perubahan pasar. Kedua, perusahaan harus memiliki sistem informasi manajemen yang efektif untuk menentukan keberhasilan bisnis. Dalam beberapa kasus, pengalokasian dana pada departemen-departemen penting suatu perusahaan harus dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti kebutuhan dasar departemen tersebut, dampak pengalokasian terhadap strategi, dan kondisi keuangan perusahaan. Pengurangan risiko adalah tahap ketiga dari strategi keuangan. Departemen keuangan perlu memahami risiko, baik internal maupun eksternal, yang terkait dengan pembiayaan di masa depan. Sebagai bagian dari proses mitigasi risiko, departemen keuangan harus mengembangkan rencana penyelesaian jika risiko benar-benar terjadi. Mitigasi risiko membantu bisnis memprediksi dan mengelola potensi risiko keuangan. Distribusi aset, juga dikenal sebagai investasi, adalah langkah keempat dalam strategi keuangan Anda. Selain berperan sebagai pengatur keuangan dan pencatatan, departemen keuangan juga harus bertindak sebagai manajer investasi perusahaan. Dari waktu ke waktu, bagian keuangan diharuskan menyusun strategi investasi untuk memastikan aset perusahaan tidak menumpuk secara sia-sia atau kehilangan nilai. Diversifikasi aset membantu perusahaan meningkatkan nilai aset dan mengoptimalkan penggunaan dana. Terakhir, pelaporan keuangan adalah langkah terakhir dalam strategi keuangan. Seluruh proses dan hasil keputusan manajemen yang mengarah pada realisasi transaksi pengeluaran dan pendapatan tunduk pada pelaporan. Laporan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan, namun juga membantu menjaga kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Pelaporan keuangan membantu bisnis memantau dan mengelola keuangan mereka secara efektif.

Saran

Dalam menerapkan strategi pemasaran dan keuangan, perusahaan harus memiliki sistem informasi manajemen yang efektif untuk menentukan keberhasilan bisnis. Dalam konteks Toko Kelontong Waru, strategi pemasaran yang efektif dapat diterapkan dalam beberapa langkah. Pertama, Anda perlu memperbaiki manajemen keuangan Anda, mencatat pendapatan harian Anda dan mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk acara-acara besar lainnya. Kedua, toko Badas harus menekankan kepada konsumen bahwa mereka harus membayar deposit minimal 50% agar tidak kehabisan modal. Dengan cara ini, Toko Kelontong Waru dapat meningkatkan keselamatan manajer dan meningkatkan kesuksesan bisnis. Dari waktu ke waktu, bagian keuangan diharuskan menyusun strategi investasi untuk memastikan aset perusahaan tidak menumpuk secara sia-sia atau kehilangan nilai. Diversifikasi aset membantu perusahaan meningkatkan nilai aset dan mengoptimalkan penggunaan dana. Terakhir, pelaporan keuangan adalah langkah terakhir dalam strategi keuangan. Seluruh proses dan hasil keputusan manajemen yang mengarah pada realisasi transaksi pengeluaran dan pendapatan tunduk pada pelaporan. Laporan keuangan tidak hanya berfungsi sebagai dasar pengambilan keputusan, namun

juga membantu menjaga kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Pelaporan keuangan membantu bisnis memantau dan mengelola keuangan mereka secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Imron. (2012). STRATEGI DAN USAHA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN HIDUP NELAYAN TANGGULSARI MANGUNHARJO TUGU SEMARANG DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN IKLIM.
- Dwi Oktaviana. (2019). STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TOKO YAPORA 1 LEBAKSIU DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA.
- Elika, C., & Gunawan, P. (2017). ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA PT. OMEGA INTERNUSA SIDOARJO (Vol. 5, Issue 1).
- Fitriani, Q., Syaifuddin, T., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2023). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO SEMBAKO DI DESA SIMPAR (Studi Kasus Pada Toko Sembako Munir) (Vol. 2, Issue 1).
- Gunawan Aji, I. A. A. , A. M. N. F. K. (2022). Pengaruh Strategi Operasional, Strategi Pemasaran, Dan Strategi Keuangan Terhadap Kinerja Perusahaan. Manajemen Dan Keuangan.
- Mohammad Iqbal. (2022). STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TOKO YAPORA 1 LEBAKSIU DALAM MEMPERTAHANKAN USAHA.
- Mutiawan. (2022). Konsep Pengelolaan Keuangan Bisnis.
- Reza Sri Rahayu. (2020). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH TABUNGAN PADA BANK SYARIAH MANDIRI.
- Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Akademik Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, D., & Ekonomi Syariah, J. (2020). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK DI TOKO PLAZA JILBAB KABUPATEN KAMPAR DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH SKRIPSI.
- Sintawati. (2023). STRATEGI PEMASARAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO DADI MAKMUR.
- Tini Suhartini. (2022). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RAHAYU FLORIST JAKARTA.