



Analisis Pengembangan Usaha Dagang Sembako Di Pasar Laino Kota Raha

Waode Andriani, Arifin Uta, Asrul

Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo

waodeandriani1@gmail.com

Kendari, 93117, Sulawesi Tenggara, Indonesia

Abstract

The purpose of this study is to analyze the development of the trade business of Sembako in the Laino market of the city of Raha. The informant in this study is a trader from the Sembako market in Laino up to 7 traders. The methodology aimed at this research is qualitative research with descriptive description. Data collection using: interviews, observations and documents. The results show that market entrepreneurs often have good enough business ideas to develop a Sembako trading business with the intention to do so. The idea of starting a business and not striving for big profits, but having an idea so that consumers can always constantly visit a business place when making purchases and sales, so that sellers in the new Laino market dare to open business establishments where some ideas were born, such as; open a clothing, electronics and grocery store. But after firsthand observation and careful planning as to what type of business would continue, traders came to the conclusion of opening a Sembako trading business in the Laino market with a relatively reasonable capital. Available but sufficient business opportunities to enable substantial commercial development, given that that consumer demand is like that. At the same time, the Sembako business in the wool market is growing.

Keywords: Business Development; Sembako Trade Business

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan usaha utama pemasaran makanan di pasar Laino Kota Raha. Informan penelitian ini adalah 7 orang pedagang lain di pasar Laino. Pendekatan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data yang digunakan: wawancara, observasi dan dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang yang berdagang di pasar ini biasanya memiliki ide bisnis yang cukup baik untuk mengembangkan bisnis makanan pokok dengan asumsi bahwa startup tidak mencari keuntungan besar. namun beliau memiliki ide agar konsumen selalu dapat mengunjungi usahanya secara konstan sambil berbelanja, sehingga para pedagang di pasar laino berani membuka usaha yang melahirkan beberapa ide, seperti; membuka toko pakaian, elektronik, dan kelontong. Namun, setelah pengamatan langsung dan perencanaan yang matang tentang jenis usaha yang akan mereka geluti, para pedagang sampai pada kesimpulan untuk membuka usaha sembako di pasar Laino dengan modal yang relatif kecil. Peluang usaha yang terjangkau namun cukup untuk pertumbuhan usaha yang signifikan bila melihat konsumen. membutuhkan. sangat tinggi sehingga usaha produksi bahan makanan pokok berkembang di pasar Laino.

Kata kunci : Pengembangan Usaha; Usaha Dagang Sembako



PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, serta dalam penyebaran hasil pembangunan dan menjadi motor penggerak tumbuhnya kegiatan ekonomi nasional dalam memerangi kemiskinan.

Pertumbuhan dan perkembangan sektor UKM sering dipandang sebagai indikator positif pembangunan, terutama di negara-negara berpenghasilan rendah. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2000, tiga tahun setelah krisis Solo en la (1997), sektor UKM mampu memberikan kontribusi yang signifikan, terutama terhadap pertumbuhan barang-barang nasional secara keseluruhan. Produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2000 adalah 4,9%, dimana 2%, 8% adalah karena sektor UKM.

Menurut Pratomo dan Soejodono (2002: 14), alasan mengapa UKM dapat bertahan dan cenderung bertambah jumlahnya pada saat krisis adalah pertama, sebagian besar UKM menggunakan modal sendiri daripada modal bank. Efek resesi di sektor perbankan dan kenaikan suku bunga belum berdampak pada UKM. Kedua, dengan krisis ekonomi berkepanjangan yang memaksa sektor formal banyak merumahkan tenaga kerja, para pengangguran berpindah ke sektor informal untuk menjalankan usaha kecil-kecilan. kegiatan skala. bisnis, yang mengarah pada peningkatan jumlah usaha kecil dan menengah.

Menurut Anoraga (2008:66), pengembangan usaha adalah tanggung jawab setiap wirausahawan atau wirausahawan yang membutuhkan pemikiran, dorongan, dan kreativitas. di perusahaan menengah tetapi juga di perusahaan kecil dan besar.

Pengembangan usaha, menurut Afuah (2004:48), adalah serangkaian tindakan yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang atau jasa yang bernilai bagi konsumen. menggunakan pengalaman, teknologi, kekayaan intelektual dan penampilan untuk meningkatkan kualitas dan mengembangkan bisnis.

Tumbuhnya suatu usaha adalah tanggung jawab setiap wirausahawan atau wirausahawan yang membutuhkan pemikiran, dorongan, dan kreativitas (Anoraga, 2007: 66), sekalipun ia telah menjadi perusahaan besar. Untuk pengembangan perusahaan, banyak tergantung pada kapasitas pengusaha dan manajer dalam kegiatan sehari-hari. Menurut pendapat Scumpeter (dalam Jhingan, 1993: 3) bahwa pembangunan adalah perubahan spontan dan terputus-putus yang terus-menerus berubah dan mengubah keseimbangan. . sebelum. dan Kellogg berpendapat (dalam Moekijat, 2001:20) bahwa perkembangan adalah perubahan dalam diri seseorang yang memungkinkannya menjadi produktif.

Pengembangan usaha adalah kegiatan persiapan dan proses menganalisis potensi pertumbuhan, mendukung dan memantau realisasi peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk peluang pertumbuhan usaha yang strategis dan dapat dicapai, Hendro (2011:12).

Menurut French et al (2000), definisi pengembangan usaha adalah seperangkat konsep dan teknik yang kuat untuk meningkatkan kinerja organisasi dan kesejahteraan individu. Pengembangan bisnis adalah metode atau program untuk mengubah pola pikir, status dan kualitas hubungan interpersonal. hubungan industrial Stephen Robbins dan Murray Coulter (2003, 44).

1) Meningkatkan perekonomian

Dengan kata lain, jika barang dan jasa diproduksi dengan cara yang paling efisien, peningkatan tidak mungkin terjadi, karena ini akan meningkatkan biaya dalam jangka panjang (penghematan volume) Mereka dihasilkan dari peningkatan kumulatif volume .

2) Perluasan ruang lingkup kegiatan

Pendekatan ini dapat dilaksanakan dengan menambah jenis kegiatan baru, produk dan jasa baru selain yang sudah diproduksi (lebih banyak kegiatan), diversifikasi dan penggunaan berbagai teknologi, bus wisata dan perusahaan jasa pendidikan ya mereka berkembang bersama perusahaan belajar mengajar (Suryana, 2006:156).



Berbagai organisasi atau instansi bahkan undang-undang telah mengajukan banyak definisi tentang usaha mikro, kecil dan menengah.

- a) Usaha Mikro
Usaha mikro adalah perusahaan manufaktur yang dimiliki oleh perorangan dan/atau organisasi bisnis yang terpisah dengan kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) sampai dengan Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) dan omset tahunan (pendapatan / tahun).) sampai dengan Rp3.000.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b) Usaha kecil
Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi produktif yang mandiri yang dilakukan oleh badan hukum perseorangan atau komersial yang tidak dikuasai atau dikuasai, dimiliki, dikuasai atau membentuk secara langsung atau tidak langsung bagian dari usaha menengah atau besar. Skala Perusahaan Kriteria Usaha Kecil: memiliki kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) melebihi Rp50.000.000 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) dan pendapatan penjualan tahunan (penghasilan/tahun) Selengkapnya dari 300.000.000 (tiga ratus juta) rupiah, tetapi tidak lebih dari 2.500.000.000 rupiah (dua ribu lima ratus juta rupiah).
- c) Perusahaan menengah
Perusahaan menengah adalah perusahaan industri dan ekonomi mandiri yang dikelola oleh perorangan atau badan hukum yang bukan merupakan anak perusahaan atau anak perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau langsung atau tidak langsung oleh perusahaan menengah atau besar. (tidak termasuk tanah dan bangunan) di atas Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) dan omzet (penghasilan/tahun) sebesar Rp2.500.000.000,00 (dua ribu lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp500.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Atas dasar hukum n ° 20 Tahun 2008, Pasal 6 menyatakan bahwa:
kriteria

1. Micro-perusahaan adalah sebagai berikut:
 - a) memiliki jumlah bersih ditambah RP 50.000.000 (lima puluh juta rupiah), tidak ada termasuk tanah dan komersial bangunan; atau
 - b) memiliki omset tahunan Umum Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria komersial kecil adalah:
 - a) memiliki nilai murni Rs. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) semaksimal mungkin Rp. 500.000.000.000 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan. Tentu. atau
 - b) Pendapatan tahunan tinggi pada Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah) hingga maksimum Rp2.200.000.000,00 (dua ribu lima ratus juta rupiah).
3. Bisnis kriteria yang rata-rata diikuti sebagai:
 - a) memiliki nilai sendiri RP.500,000,000 (lima ratus juta rupiah) untuk maksimal RP1,000,000,000,000.00 (sepuluh miliar rupiah), tanah tidak termasuk Dan pembangunan Tempat kawasan bisnis, tentu saja. atau
 - b) memiliki omset Rp tahunan sejumlah 2.500.000.000 (dua ribu lima ratus juta rupiah) sebesar Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Menurut klasifikasi Badan Pusat Statistik (BTS), usaha kecil identik dengan bisnis dan businesses.bps rumah mengklasifikasikan industri kecil berdasarkan jumlah karyawan, yaitu: industri rumah tangga (1) I dengan jumlah total 14 rakyat; (2) usaha kecil dengan 519 karyawan; (3) cabang menengah dengan 2099 karyawan; (4) Perusahaan besar dengan lebih dari 100 pekerja.



Usaha mikro, kecil dan menengah, selain memainkan peran penting dalam memastikan pekerjaan, juga merupakan perantara dalam industrialisasi negara, Anderson (dikutip oleh Sulistyastuti, 2004) sesuai dengan Rugito (2003: 40). ., setidaknya ada lima aspek utama, mengapa UKM memainkan peran strategis, yaitu: aspek

- 1) manajemen, termasuk: peningkatan produktivitas / pendapatan / bekerja di miliaran / tenaga kerja, peningkatan potensi pemasaran. dan pengembangan sumber daya manusia.
- 2) Dari sudut pandang modal, itu termasuk: dukungan modal (cadangan 15Ris manfaat dari perusahaan publik dan kewajiban pembayaran untuk usaha kecil untuk meminjam setidaknya 20%) dalam portofolio kredit dan penggunaan pinjaman bank.
- 3) Pengembangan kemitraan dengan perusahaan besar atau melalui sistem krisis dan pembangunan ekonomi nasional yang disebabkan oleh:
 - a. sektor mikro bisa berkembang di sebagian besar bursa dan perluasan daerah di seluruh Indonesia.
 - b. Karena penyebarannya yang sangat luas (baik di dunia bisnis maupun wilayahnya), sektor mikro juga memainkan peran yang sangat penting dalam peluang yang setara di bidang pekerjaan.
 - c. IMSP The, termasuk kemitraan kerjasama, sebagai suatu peraturan, fleksibel, IHR dengan usaha kecil, kesederhanaan karakteristik teknis dan teknologi yang digunakan mungkin lebih mudah untuk menyesuaikan dengan perubahan atau perkembangan.

Oleh Tambunan (2002: 73), pengembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia tidak terlepas dari berbagai jenis wajah problems.ukm yang masalah umum kecil, seperti modal terbatas tenaga kerja dan / atau investasi modal, kesulitan . Dapatkan bahan baku dan harga kualitas., Aksesibilitas, batas efisiensi dan peralatan energi.

Pada saat yang sama, menurut Mudrajad Kunkoro di Bisnis Indonesia Harian tanggal 21 Oktober 2008, tujuh masalah yang dihadapi oleh perusahaan menengah-kecil dan pada saat krisis global, yaitu :

- a) tidak ada Batal kewajiban antara Manajemen ... dan orang tersebut bertindak sebagai pemilik dan wirausahawan, mempekerjakan kekuatan kerja keluarga dan pria yang dia cintai.
- b) bisnis Kecil memiliki akses yang rendah ke lembaga kredit resmi, sebagai suatu peraturan, tergantung pada pembiayaan kegiatan modal sendiri atau sumber lain, seperti anggota keluarga, orang tua, perantara, dan bahkan pinjaman.
) Sebagian besar bisnis kecil tidak memiliki status hukum atau kooperatif).
- c) Trendi ekspor menunjukkan bagaimana bergolak dan ekspor stabil dari Indonesia untuk 19992006.

hal yang harus diperhitungkan dalam upaya untuk memperluas kesempatan pada aspek modal:

1. bagaimana menangani bantuan modal tidak menyebabkan modal;
2. Bagaimana cara mengatasi aspek modal ini dengan membuat sistem baru, yang memungkinkan akses mikro, kecil dan menengah ke lembaga keuangan;
3. Bagaimana merencanakan penggunaan atau distribusi modal, tidak jatuh ke dalam perangkap pertanian alami.

Mendukung pengembangan infrastruktur bisnis untuk meningkatkan produktivitas dan pertumbuhan perusahaan Warrons, yang tidak berarti yang bagi masyarakat jika produk tidak dapat dijual di pasar, atau segera, bahkan jika itu bisa dijual, Tetapi biaya tingkat yang sangat rendah. Dengan demikian, elemen-elemen utama upaya untuk memperluas kemungkinan MMB adalah pengembangan produksi dan infrastruktur penjualan.

Kehadiran pemasaran dan / atau infrastruktur transportasi dari tempat produksi pasar akan mengurangi



rantai pemasaran dan, pada akhirnya, meningkatkan adopsi petani dan usaha mikro, serta kontraktor menengah dan kecil.

Adapun macam-macam modal usaha adalah sebagai berikut :

1) Modal Sendiri

Menurut Mardiyatmo (2008) mengatakan bahwa modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik usaha itu sendiri. Modal sendiri terdiri dari tabungan, sumbangan, hibah, saudara, dan lain sebagainya. Kelebihan modal sendiri adalah Tidak ada biaya seperti biaya bunga atau biaya administrasi sehingga tidak menjadi beban perusahaan, Tidak tergantung pada pihak lain, artinya perolehan dana diperoleh dari setoran pemilik modal; Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama, tidak ada keharusan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan pemilik akan tertanam lama dan tidak ada masalah seandainya pemilik modal mau mengalihkan ke pihak lain.

Kekurangan modal sendiri adalah jumlahnya terbatas, artinya untuk memperoleh dalam jumlah tertentu sangat tergantung dari pemilik dan jumlahnya relative terbatas. Perolehan modal sendiri dalam jumlah tertentu dari calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) sulit karena mereka akan mempertimbangkan kinerja dan prospek usahanya. Kurang motivasi pemilik, artinya pemilik usaha yang menggunakan modal sendiri motivasi usahanya lebih rendah dibandingkan dengan menggunakan modal asing.

2) Modal Asing (Pinjaman)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang biasanya diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya yang tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Di samping itu, dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari pinjaman dari dunia perbankan, baik dari perbankan swasta maupun pemerintah atau perbankan asing; Pinjaman dari lembaga keuangan seperti perusahaan pegadaian, modal ventura, asuransi leasing, dana pensiun, Koperasi atau lembaga Pembiayaan lainnya; Pinjaman dari perusahaan non keuangan. Adapun modal pinjaman memiliki kelebihan dan kekurangan yaitu:

a. Kelebihan modal pinjaman adalah:

- (1) Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat mengajukan modal pinjaman ke berbagai sumber. Selama dana yang di ajukan perusahaan layak, perolehan dana tidak terlalu sulit. Banyak pihak berusaha menawarkan dananya ke perusahaan yang dinilai prospek cerah.
- (2) Motivasi usaha tinggi. Hal ini merupakan kebalikan dari menggunakan modal sendiri. Jika menggunakan modal asing, motivasi pemilik untuk memajukan usaha tinggi, ini disebabkan adanya beban bagi perusahaan untuk mengembalikan pinjaman. Selain itu, perusahaan juga berusaha menjaga image dan kepercayaan perusahaan yang member pinjaman agar tidak tercemar.

b. Kekurangan modal pinjaman adalah:

- (1) Dikenakan berbagai biaya seperti bunga dan biaya administrasi. Pinjaman yang diperoleh dari lembaga lain sudah pasti disertai berbagai kewajiban untuk membayar jasa seperti: bunga, biaya administrasi, biaya komisi, materai dan asuransi.
- (2) Harus dikembalikan. Modal asing wajib dikembalikan dalam jangka waktu yang telah disepakati. Hal ini bagi perusahaan yang sedang mengalami likuiditas merupakan beban yang harus ditanggukan.



- (3) Beban moral, Perusahaan yang mengalami kegagalan atau masalah yang mengakibatkan kerugian akan berdampak terhadap pinjaman sehingga akan menjadi beban moral atas utang yang belum atau akan dibayar (Kasmir, 2007:91).

3) Modal Patungan

Selain modal sendiri atau pinjaman, juga bisa menggunakan modal usaha dengan cara berbagai kepemilikan usaha dengan orang lain. Caranya dengan menggabungkan antara modal sendiri dengan modal satu orang teman atau beberapa orang (yang berperan sebagai mitra usaha) (Jackie Ambadar, 2010: 15).

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa modal usaha adalah harta yang dimiliki untuk digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha dengan tujuan memperoleh laba yang optimal sehingga diharapkan bisa meningkatkan pendapatan pengusaha Jambu Mete UD Mubaraq Lombe di Kota Kendari.

Dengan adanya pengembangan otonomi daerah pada setiap daerah di Indonesia diharuskan untuk dapat mengembangkan setiap potensi lokal yang dimilikinya agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan regional maupun global. Secara tidak langsung, hal tersebut berarti pembangunan ekonomi suatu wilayah lebih mengarah pada pendekatan yang berorientasi pada pengembangan sumber daya lokal yang merupakan faktor-faktor pembentuk wilayah tersebut secara optimal dan maksimal.

Pengembangan usaha sembako di tengah-tengah masyarakat sangatlah besar, terutama dalam memberdayakan masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan. Minimal individu dari masyarakat dapat memenuhi kebutuhan pribadinya dan jauh dari kemiskinan. Tidak berhenti disitu saja, peran usaha sembako mampu menghidupkan sektor lain seperti jasa distribusi dan angkutan transportasi, jasa sewa lahan produksi, industri manufaktur pembuat mesin produksi, industri kemasan, jasa periklanan (*advertising*), pemasaran, dan jasa *design branding* produk (jika diperlukan), Ruth Florida (2015 :13).

Usaha sembako di Kota Raha khususnya di Pasar Laino dikenal sebagai usaha yang mampu menambah sumber pendapatan keluarga dan juga sebagai penunjang kegiatan ekonomi yang merupakan mata pencaharian pokok bagi pengusaha. Usaha tersebut mempunyai arti penting dalam mengurangi tingkat kemiskinan disekitar kawasan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut.

Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat tercermin pada sasaran pembangunan ekonomi skala besar kini telah menjadi prioritas pengembangan ke depan. Hal ini sesuai dengan Intruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang dukungan pengembangan ekonomi kreatif. Dukungan ini diharapkan untuk mengembangkan ekonomi yang ada dipedesaan sehingga dapat berpengaruh secara nyata bagi kegiatan perekonomian.

Skala perusahaan peluang ekonomi dari perusahaan berpenghasilan rendah pertama kali dilakukan melalui pendekatan individu. Memperbaiki Satusatu Gaming ini tidak memberikan hasil yang memuaskan, sehingga pendekatan kelompok telah digunakan sejak tahun 1980, dalam sebuah kelompok atau usaha patungan, di samping itu, masalah distribusi, miskin tidak bisa mengendalikan distribusi produk dan entri terpisah. Melalui kelompok, mereka dapat membangun kekuatan mereka untuk berpartisipasi dalam menentukan distribusi. Bisnis atau organisasi ekonomi bertujuan untuk dengan mudah mengakses modal yang ada dan menciptakan skala ekonomi untuk bisnis. Aspek lain menyangkut hubungan antara ukuran perusahaan dengan jenis aset, pasar bahan baku dan pasar faktor produksi Dimensi kelembagaan ini penting diperhatikan dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat.

1. Pengembangan Jaringan Usaha, Asosiasi Pemasaran dan Perdagangan Upaya jaringan usaha ini dapat dilakukan melalui berbagai model jaringan seperti outsourcing atau konsolidasi.

Upaya pemasaran jaringan dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai strategi, seperti



menghubungi berbagai pusat informasi perusahaan dan mendirikan dan mendirikan pusat data perusahaan, bisnis UMK, dan mengembangkan situs web UMK di kantor-kantor pemerintah di luar negeri. menengah dan kecil, karena hanya hubungan produksi yang jujur yang bisa efektif. Dengan demikian, melalui serikat-serikat di lingkungan kapitalis, serikat-serikat produksi, serikat-serikat distribusi, semua orang akan diberdayakan.

2. Pengembangan sumber daya manusia Sumber daya manusia merupakan faktor penting bagi semua bisnis, bahkan di sektor usaha kecil. Keberhasilan perusahaan kecil memasuki pasar dunia atau berurusan dengan produk impor di pasar domestik ditentukan oleh kemampuan perusahaan besar untuk mengembangkan produk komersial, tekstil kecil, agar tetap eksis.

Kelemahan utama dari pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia adalah kurangnya sumber daya manusia, gaya manajemen saat ini masih pengembangan usaha yang relatif tradisional.

Peningkatan kualitas sumber daya manusia dilakukan dalam berbagai bentuk seperti pendidikan dan pelatihan, seminar dan lokakarya, on the job training, pemagangan dan kerjasama bisnis (2004).

3. Memperluas Akses Teknologi Kepemilikan teknologi merupakan salah satu pendorong utama pengembangan UKM Di negara maju, keberhasilan UKM ditentukan oleh kemampuan mereka untuk melakukan bisnis dengan meningkatkan teknologi berdasarkan kebutuhan UMK.
4. Menciptakan lingkungan usaha yang lebih baik Pertumbuhan UMK sebagian besar akan didorong oleh ada tidaknya lingkungan usaha yang mendukung pertumbuhan UMK Berbagai peraturan daerah yang tidak menguntungkan bagi dunia usaha merupakan tanda iklim yang kurang kondusif. Lingkungan usaha yang kondusif melalui reformasi dan deregulasi perizinan UMK merupakan salah satu strategi yang baik untuk pengembangan UMK.

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh UMKM dibandingkan dengan usaha besar antara lain (Titik Sartika 2002:20):

- 1) Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- 2) Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam usaha kecil.
- 3) Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala besar yang pada umumnya birokratis.
- 4) Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

Sedangkan kelemahan yang dimiliki UMKM adalah :

- a) Kesulitan pemasaran Salah satu aspek permasalahan yang dihadapi oleh pengusaha UMKM adalah tekanan-tekanan persaingan di pasar domestik.
- b) Keterbatasan finansial UMKM di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial antara lain : modal (baik modal awal maupun modal kerja) dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang.
- c) Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) Keterbatasan sumber daya manusia juga merupakan salah satu kendala serius bagi UMKM di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, kontrol kualitas, akuntansi, mesin-mesin, organisasi, pemrosesan data, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Semua keahlian tersebut sangat diperlukan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi, dan produktifitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru.
- d) Masalah bahan baku Keterbatasan bahan baku dan input – input sering menjadi salah satu masalah serius bagi pertumbuhan output dan kelangsungan produksi bagi UMKM di Indonesia terutama selama masa krisis.



e) Keterbatasan Teknologi Berbeda dengan negara-negara maju, UMKM di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi tradisional dalam mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbatasan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya jumlah produksi dan efisiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat serta kesanggupan bagi UMKM di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar global. Keterbatasan produksi disebabkan oleh banyak faktor seperti keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi, dan keterbatasan sumber daya manusia yang dapat mengoperasikan mesin-mesin baru.

Beberapa peraturan daerah yang tidak terlalu menguntungkan dunia usaha merupakan pertanda iklim yang kurang kondusif. Lingkungan usaha yang kondusif melalui reformasi dan deregulasi perizinan UMK merupakan salah satu strategi yang baik untuk mengembangkan UMK.

Kapital konkret dipahami sebagai kapital aktif dan kapital abstrak dipahami sebagai kapital pasif.

Jenis modal dagang adalah:

1) Ekuitas

Menurut Mardiyatmo (2008), ekuitas adalah ekuitas yang diterima oleh pemilik usaha. Ekuitas termasuk tabungan, sumbangan, hibah, anggota keluarga, dll. tidak ada pungutan seperti bunga, biaya administrasi, sehingga tidak menjadi beban usaha, tidak bergantung pada pihak ketiga, yaitu Modal diperoleh dari pemilik. untuk mengajukan. Ibu Kota; Tidak memerlukan persyaratan yang rumit dan memakan waktu yang relatif lama, tidak memerlukan pengembalian modal, artinya modal yang ditanamkan oleh pemilik akan terkonsolidasi dalam waktu yang lama, dan tidak akan ada masalah. Jika pemilik modal ingin pindah ke lokasi lain.

Tidak ada modal saham yang terbatas, artinya memperoleh jumlah tertentu sangat tergantung pada pemilik dan jumlahnya relatif kecil. Memperoleh bagian modal tertentu dari calon pemilik baru (calon pemegang saham baru) sulit karena Anda akan memantau kinerja dan prospek usaha. Motivasi pemilik, yang berarti pengusaha yang menggunakan modal ekuitas kurang termotivasi secara komersial daripada pemilik yang menggunakan modal asing.

Keuntungan modal pinjaman:

1. Jumlahnya tidak terbatas, artinya perusahaan dapat meminjam modal dari berbagai sumber. Selama sumber permodalan yang ditawarkan perusahaan memungkinkan, meningkatkan modal tidak terlalu sulit. Banyak pihak yang ingin meminjamkan modalnya ke perusahaan yang dinilai menjanjikan.
2. Motivasi komersial yang kuat. Ini adalah kebalikan dari menggunakan ekuitas. Jika modal asing digunakan, motivasi pengusaha tinggi karena perusahaan harus menanggung beban pengembalian pinjaman. Selain itu, perusahaan juga berusaha menjaga citra dan kredibilitas perusahaan kredit agar tidak tercoreng.

Jumlah pokok yang terutang adalah:

1. Dikenakan berbagai biaya, seperti bunga dan biaya administrasi.
2. Pengembalian dana harus dilakukan. Modal asing harus dikembalikan dalam jangka waktu yang disepakati, yang merupakan beban bagi perusahaan yang mengalami kesulitan likuiditas yang harus ditanggihkan.
3. Beban moral, perusahaan yang menghadapi kebangkrutan atau masalah yang mengakibatkan kerugian akan mempengaruhi pinjaman sedemikian rupa sehingga akan menjadi beban psikologis atas utang yang belum dibayar (Kasmir, 2007: 91).

Modal Ventura

Selain modal ventura atau modal utang, modal ventura juga dapat digunakan dengan memiliki beberapa perusahaan dengan orang lain. Caranya adalah dengan menggabungkan ekuitas Anda dengan teman atau banyak orang (bertindak sebagai mitra bisnis) (Jackie Ambadar, 2010:15).



Dapat disimpulkan dari komentar sebelumnya bahwa modal saham adalah aset yang dimiliki untuk digunakan dalam operasi bisnis untuk memperoleh keuntungan yang optimal sehingga pendapatan pengusaha dapat meningkatkan Kompetisi UD Mete Mubarak di Kendari.Kota.

Dengan berkembangnya pemerintahan daerah sendiri di setiap daerah di Indonesia, maka perlu untuk dapat sepenuhnya mengeluarkan potensi lokal agar dapat bertahan dan sejahtera dalam konteks persaingan regional dan global. permukaan yang optimal dan maksimal.

Pertumbuhan bisnis makanan pokok di jantung masyarakat sangat besar, terutama dalam hal pemberdayaan pengangguran., Penyewaan ruang manufaktur, teknik, pengemasan, layanan periklanan, pemasaran produk dan layanan bermerek (jika ada), Ruth Florida (2015: 13).

Perdagangan pangan utama di kota Raha, khususnya di pasar Laino, dikenal sebagai kegiatan yang mampu meningkatkan pendapatan keluarga dan menunjang kegiatan ekonomi yang menjadi sumber mata pencaharian.Upaya ini penting untuk mengurangi kemiskinan di daerah, artinya harus meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan rakyat, hal ini tercermin dari tujuan pembangunan ekonomi skala besar yang kini menjadi prioritas pembangunan ke depan sesuai dengan Instruksi Presiden Nomor 2009 untuk mendukung pembangunan Ekonomi Kreativitas Diharapkan dukungan ini akan berkontribusi pada pengembangan ekonomi pedesaan yang ada dengan cara yang berdampak nyata pada kegiatan ekonomi.

Ketika bisnis makanan utama tumbuh, menjadi mungkin untuk menarik pekerja ke industri. Keterlibatan pemerintah akan sangat penting jika usaha sembako dapat dikelola dan didukung dengan berbagai cara untuk mencapai usaha yang berhasil, yaitu berpindah dari usaha kecil menjadi usaha yang berkembang, dengan tingkat keberhasilan yang baik bagi perkembangan perusahaan. . kebahagiaan pemilik dan karyawannya. Besarnya minat penduduk Raha dalam mencari pekerjaan membuka peluang besar bagi berkembangnya usaha kecil menengah di kota yang mayoritas penduduknya adalah usia kerja, sehingga pasar Laino menjadi alternatif tempat. untuk memulai bisnis. Produk utama.Laino bekerja sangat keras untuk menjual berbagai kegiatan bisnis di mana jumlah pelanggan harian sangat tinggi, sehingga sebagian besar penduduk desa Laino dan divisi pasar, sehingga permainannya juga sangat tinggi.

Banyaknya peluang usaha UKM di pasar Laino telah memaksa perusahaan-perusahaan besar makanan di kota Raha khususnya di kawasan pasar Laino untuk membuka usahanya dengan mendaftarkan perusahaan pada badan yang sesuai, dan banyaknya perusahaan yang dimiliki oleh SITUSIUP adalah 143 kegiatan usaha dengan berbagai jenis seperti kebutuhan pokok, peralatan makan, pakaian, kosmetik, elektronik, perhiasan dan lain-lain, (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Muna, 2019) Pasar Laino merupakan pasar yang cukup ramai dengan pembeli dan hampir seluruh sub- kabupaten datang untuk berbelanja, termasuk Raha. di Kabupaten Muna Barat, dimana pasar dengan segala fasilitasnya melayani berbagai kebutuhan konsumen. Padatnya pengunjung membuat usaha kecil menengah di pasar Laino cukup maju dan berkembang, sehingga dapat meningkatkan pendapatannya.

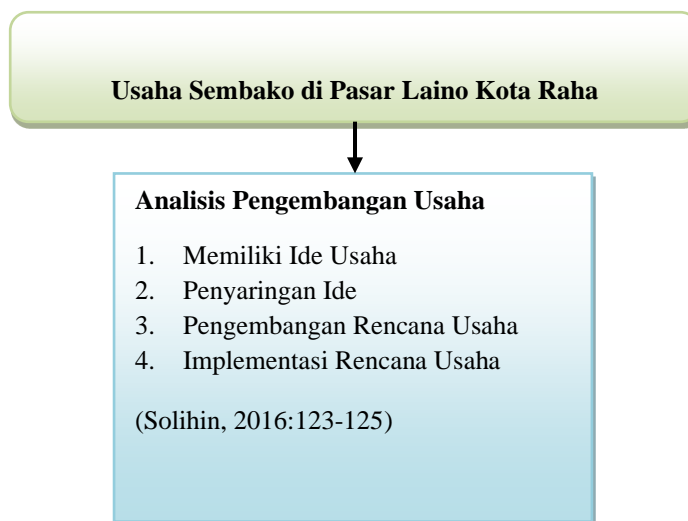
Permasalahan dalam penelitian ini adalah bahwa sambil mengamati kendaraan yang nyaman dan memadai dengan lalu lintas yang cukup padat, baik pada hari biasa maupun pada hari libur, masih ada pemain kunci di sektor makanan yang tidak berinovasi untuk memanfaatkan keuntungan. . produk yang ditawarkan kepada konsumen di pasar juga terbatas.

Mengingat premis sebelumnya, pertanyaan utama dalam merumuskan masalah dalam proposal penelitian ini adalah bagaimana mengembangkan bisnis makanan utama di pasar Laino di kota Raha?

Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Jundi faikar hanif. (2016). Analisis Prospek Dan Perkembangan Usaha Mikro Yang Memperoleh Bantuan, Metode penelitian, teknik pengumpulan data dan metode analisis data serta teknik analisa perkembangan usaha mikro. Benny Yohan .(2016). Analisis Potensi Usaha Kecil Menengah Balai Kebudayaan dan Olahraga Way Halim Bandar Lampung Kota, Penelitian ini dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan hasil dan observasi fisik serta survey menggunakan kuesioner. Rahayu Muthmainnah .(2013). Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah (MPMI) Kota Pekanbaru Raih Peluang ISG (Permainan Solidaritas Islam) Ketiga di Provinsi Riau Tahun 2013 Sesuai Ekonomi Syariah, Strategi perkembangan usaha, jenis penelitian dan teknik penentuan informan.

Berdasarkan pendahuluan diatas maka kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE

Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Laino Kota Raha. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan pengetahuan dasar tentang UKM yang bergerak dibidang sembako dan pengembangannya di Pasar Laino dengan alasan bahwa Pasar Laino merupakan pasar yang cukup potensial untuk pengembangan usaha serta pasar tersebut sangat ramai dikunjungi oleh para konsumen dan merupakan pasar yang cukup strategis tepatnya berada sekiran Kota Raha. Waktu pelaksanaan penelitian akan dilakukan selama 1 bulan.

Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moleong (2010:4) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendapat lain menurut Sugiyono (2015:15) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument



kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik penggabungan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Jenis pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. Menurut Nazir (2011:52), metode deskriptif adalah satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masa sekarang.

Ruang lingkup penelitian ini sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, dimana yang menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu mengenai pengembangan usaha dagang sembako di Pasar Laino Kota Raha. Sedangkan yang menjadi fokus penelitian adalah menganalisis berbagai pengembangan pelaku usaha dagang sembako di Pasar Laino Kota Raha. (Sugiyono 2017:207) pembatasan dalam penelitian kualitatif lebih didasarkan pada tingkat kepentingan, urgensi dan reabilitas masalah yang akan dipecahkan.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- 1) Sumber data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan.
- 2) Sumber data sekunder. Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009:137).

Untuk memperoleh data yang lebih lengkap, maka dipilih informan yang memahami lebih banyak terkait objek yang sedang diteliti. Adapun yang menjadi informan adalah pedagang sembako pasar Laino Kota Raha yang bergerak pada jenis sembako sebanyak 7 orang.

Pengumpulan data digunakan sebagai dasar penulisan laporan, baik secara lisan maupun tulisan. Pengumpulan data dilakukan sendiri oleh peneliti. Teknik yang digunakan adalah sebagai berikut :

a. Observasi Partisipatif (*Participant Observation*).

Observasi dilapangan diharapkan akan memperoleh data-data tentang kegiatan pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Observasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah melalui cara berperan serta (*Participant Observation*). Observasi yang dilaksanakan secara langsung dilapangan bertujuan untuk memperoleh data-data tentang kondisi fisik daerah penelitian, keadaan sosial dan budayanya serta hal lain yang sesuai dengan permasalahan.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu (Moleong, 2007:186) percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu antara pewawancara (*interviewer*) yang memberikan pertanyaan dan yang diwawancara (*interviewee*) yang menjawab pertanyaan. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh data mengenai kegiatan ekonomi usaha sembako yang ada di pasar Laino.

Teknik yang digunakan penulis adalah dengan cara mendatangi informan tidak hanya sekali namun berulang kali untuk mendapatkan jawaban yang detail. Sebelum wawancara dilakukan, terlebih dahulu peneliti menyiapkan pertanyaan untuk diajukan dalam wawancara yang dilaksanakan dengan tanya jawab.



c. Dokumentasi.

Peneliti menggunakan alat bantu dokumentasi berupa kamera foto untuk mengambil gambar dalam proses jual beli yang terjadi pada usaha sembako yang ada di Pasar Laino Kota Raha serta mengambil dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan objek penelitian.

Metode analisis data adalah salah satu teknis dan cara mencari, memperoleh, mengumpulkan dan mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif.

Menurut Bogdan dan Biklen (Gunawan, 2015: 210), analisis data adalah proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan-catatan dan bahan-bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang dikumpulkan dan memungkinkan menyajikan apa yang ditemukan.

Langkah-langkah analisis data dilakukan dengan cara sistematis dan sistemik, mulai dari mereduksi, menyajikan data, dan menarik kesimpulan (*verifikasi*) secara selektif.

1) Reduksi Data

Reduksi data yang dimaksudkan disini adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian untuk menyederhanakan, mengabstrakkan dan transformasi data. Informasi dari lapangan sebagai bahan mentah diringkas disusun secara sistematis, serta ditonjolkan pokok-pokok yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan.

2) Penyajian Data

Penyajian data yang telah diperoleh dari lapangan terkait dengan seluruh permasalahan penelitian dipilih antara mana yang dibutuhkan dengan yang tidak, lalu dikelompokkan, kemudian diberikan batasan masalah. Dari penyajian data tersebut, maka diharapkan dapat memberikan kejelasan mana data yang substantif dan mana data pendukung.

3) Penarikan Kesimpulan

Langkah selanjutnya dalam menganalisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Upaya penarikan kesimpulan yang dilakukan secara terus menerus selama berada dilapangan. Setelah pengumpulan data, penulis mulai mencari arti penjelasan-penjelasan. Kesimpulan-kesimpulan itu kemudian diverifikasi selama penelitian berlangsung dengan cara memikirkan ulang dan meninjau kembali catatan lapangan sehingga terbentuk penegasan kesimpulan. Berikut bagan data kualitatif menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2009).

Definisi Konsep

1. Pengembangan Usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.
2. Memiliki Ide Usaha adalah suatu pola yang terlahir dari alam pikiran untuk melakukan atau menjalankan suatu usaha yang mengarah pada tingkat keberhasilan usaha yang direncanakan.
3. Penyaringan Ide/ Konsep Usaha adalah suatu seleksi berdasarkan lahirnya suatu konsep yang bakal diterapkan setelah melalui berbagai pertimbangan yang sangat matang untuk keberhasilan suatu usaha yang akan dikelola.
4. Pengembangan Rencana Usaha (*Business Plan*) adalah penggunaan sumber daya ekonomi (uang, tenaga kerja, material, dan lain sebagainya) untuk memperoleh keuntungan. Dengan demikian,



- komponen utama dari usaha yang akan di kembangkan oleh seorang wirausahawan adalah perhitungan proyeksi rugi-laba (*proforma income statement*) dari bisnis yang akan di jalankan.
- Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha adalah Rencana usaha yang telah dibuat, baik secara rinci maupun secara global, tertulis maupun tidak tertulis, selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha, rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang dilakukan seorang wirausahawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pasar lainnya adalah satu-satunya di kota Raha yang terletak di Kele. Laiworu kec. Batalaiworu. Awalnya pasar ini adalah pasar desa, dibangun oleh departemen RI pertama kali sejak tahun 1996, dan setelah terjadi kebakaran di pasar Raha yang terletak di alun-alun, akhirnya pada tahun 1997 semua pedagang pasar Raha dipindahkan ke pasar lain. pasar.

Awalnya pengatur pasar di Kabupaten Muna berada di bawah yurisdiksi Dinas Pendapatan Daerah, dan setelah mendapatkan otonomi daerah, pengatur pasar dipindahkan ke Dinas Perindustrian dan Perdagangan Bulan. Untuk pertama kalinya, jumlah pedagang di Pasar Induk Raha meningkat menjadi sekitar ± 500 , dan jumlah pedagang pada tahun 2020 akan menjadi ± 2.000 pedagang, termasuk pedagang yang menempati kios, pedagang yang menempati kios, dan halaman kosong yang menempati tempat perdagangan.

Pasar sentral lainnya seluas ± 4 ha dan saat ini dimiliki oleh pemerintah daerah, yaitu. bagian barat seluas 2 hektar, dan bagian timur seluas ± 2 hektar. Di pasar lain, terjadi 4 kebakaran, yaitu pada tahun 2005, 2006, 2016 dan 2020, tepatnya pada tanggal 6 Mei 2020. Pasar sentral lain yang terletak di sisi barat (gedung 2 lantai) dibangun pada tahun 2015 di bawah kepemimpinan Bupati dkk. Sekarang ditempati oleh pedagang.

Deskripsi Temuan dan Pembahasan

Analisis Pengembangan Usaha Dagang Sembako di Pasar Laino Kota Raha

Pengembangan adalah upaya terencana dari suatu organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan karyawannya. Hal ini dicapai dengan meluncurkan produk baru, menciptakan unit bisnis baru, mengakuisisi produk yang sudah ada, dan mengakuisisi perusahaan yang sudah ada (Johan, 2011: 23).

Untuk mengetahui perkembangan usaha pemasaran makanan utama di pasar Laino kota Raha, maka diperlukan indeks atau instrumen pengukuran hasil penelitian yang didokumentasikan untuk penelitian ilmiah seperti analisis, volume deskripsi. Menurut teori Solikhin (2016: 123125), antara lain: 1) memiliki ide bisnis, 2) menemukan ide, 3) mengembangkan rencana bisnis, dan 4) menjalankan rencana bisnis. Di bawah ini adalah diagram dasar perkembangan bisnis sembako:

Tabel 1. Pengembangan Usaha Gadang Sembako 2020.

| No. | Pedagang | Indikator Pengembangan Usaha Dagang | | | | |
|-----|----------|-------------------------------------|------------------------------|--|--|--------------------|
| | | Ide Usaha | Penyaringan Ide | Pengembangan Rencana Usaha | Implementasi Rencana Usaha | Perkembangan Modal |
| 1. | Harsina | Membuka usaha kecil | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 4.500.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 65.000.000,- |



| | | | | | | |
|----|----------------|-------------------------|------------------------------|---|--|-------------------|
| 2. | Nasrudin Kamil | Usaha sembako | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 20.000.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 287.000.000,- |
| 3. | La Harida | Pedagang Keliling | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 15.000.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 105.000.000,- |
| 4. | H. Laasi | Menjual berbagai produk | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 35.000.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 135.000.000,- |
| 5. | La Ode Juni | Usaha sembako | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 17.500.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 201.000.000,- |
| 6. | Narti | Usaha sembako | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 5.000.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 125.000.000,- |
| 7. | La Ane | Usaha sembako | Membuka usaha dagang sembako | Mempersiapkan modal awal sebesar Rp. 9.000.000,- | Terlaksana sesuai perencanaan dan berkembang | Rp. 453.000.000,- |

Sumber : Hasil Olahan 2020

Tabel 1 diatas menjelaskan bahwa usaha dagang sembako di pasar Laino kota Raha sudah cukup membawa kesuksesan dan kesuksesan bagi setiap pedagang, dimana setiap pedagang akan memiliki ide masing-masing ketika memulai dan menjalankan usaha yang bisa digeluti sekaligus. Waktu. Upaya pengembangan usaha diwakili oleh 7 peserta. Manajemen usaha kecil, pedagang keliling yang arahnya dalam masing-masing ide ini mencoba untuk memulai bisnis sembako. Setelah mengajukan ide, langkah selanjutnya adalah menyaring ide bisnis, di mana setiap pedagang menjadi informan yang akhirnya membuka usaha makanan besar. Tentu saja karena mereka melihat peluang dan kepentingan.

Permintaan kebutuhan pokok di pasar Laino begitu tinggi sehingga para pedagang membuat rencana usaha, menyiapkan modal tetap atau seringkali modal awal untuk memulai usaha sembako. Dia terus melakukan ini dengan membeli barang untuk dijual di pasar di lokasi yang telah diatur sebelumnya.

Akibat dari penjualan sembako di pasar Laino kota Raha, maka usaha dagang para saudagar berkembang cukup baik, dengan masing-masing pedagang menambah modalnya untuk menjual sembako, yang menjadi prioritas usaha para pedagang di pasar :

Tabel 2. Jenis Sembako yang dipasarkan Tahun 2020.

| No. | Jenis Sembako | Pembelian (Rp) | Penjualan (Rp) | Terjual/ Hari |
|-----|---------------|-----------------------------------|----------------|---------------|
| 1. | Beras | 480.000/Karung | 500.000/Karung | 3 Karung |
| 2. | Telur | 45.000/Rak | 50.000/Rak | 20 Rak |
| 3. | Gula | 14.000/kg | 16.000/Kg | 15 Kg |
| 4. | Terigu | 7.000/Kg | 8.000/Kg | 7 Kg |
| 5. | Mie Instan | 100.000/Karton | 120.000/Karton | 2 Karton |
| 6. | Minyak Goreng | 16.000/Liter | 18.000/Liter | 12 Liter |
| 7. | Bawang | 25.000/Kg | 30.000/Kg | 30 Kg/Hari |
| 8. | Masako | 5.000/Renteng (isi 12 bungkus) | 500/Bungkus | 10 Renteng |

Sumber : Hasil Olahan 2020

Secara lebih rinci indikator perkembangan usaha dapat dianalisa sebagai berikut:

a) Memiliki ide usaha

Dalam memulai usaha tentunya seorang wirausahawan harus mampu berpikir jernih, pengalaman usaha akan dijadikan sebagai pilihan. Untuk mendorong pertumbuhan bisnis di masa depan dengan mempertimbangkan peluang yang muncul. Saking besarnya, melahirkan ide bisnis yang bisa dijual sebagai komoditas di pasar Laino. Ide bisnis yang dimiliki pengusaha bisa datang dari berbagai sumber, dan bisa juga muncul setelah menyaksikan kesuksesan bisnis seseorang melalui pengamatan langsung, pengetahuan, bisnis yang solid, atau pengalaman sebelumnya sebagai pengusaha.

Ide adalah cara berpikir kreatif dalam mengembangkan pola pikir dengan tujuan memulai bisnis baru atau berinovasi untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis. ... Ada beberapa faktor dalam sebuah perusahaan, salah satunya adalah potensi dan peluang bisnis. Dengan memahami hal ini, kita juga dapat memahami bagaimana cara berbisnis yang benar, memahami keinginan konsumen yang dinamis, dan menyikapi persaingan bisnis secara cerdas. Kombinasi potensi dan peluang bisnis sangat penting untuk memulai bisnis yang menarik, sehingga ide membangun bisnis harus benar-benar matang.

Proses penciptaan ide juga dapat dimulai dengan pengembangan produk baru ketika produk tersebut belum ada atau belum muncul di pasaran, dengan ketentuan produk inovatif tersebut dapat menjadi produk yang lebih berkualitas. Ide dapat muncul dari interaksi dengan kelompok yang berbeda menggunakan metode yang membangkitkan minat konsumen. Untuk menghasilkan aliran ide baru yang stabil, perusahaan dan wirausahawan harus memiliki kemampuan eksplosif untuk mengeksplorasi sumber ide atau pengalaman yang dimiliki wirausahawan lain.

Hasil kajian kegiatan utama industri makanan di pasar Laino kota Raha menunjukkan bahwa masyarakat yang berbisnis di pasar ini umumnya memiliki ide bisnis yang baik untuk mengembangkan bisnis makanan utama. Pikiran lemah tentang memulai bisnis tanpa mencari keuntungan besar. Tapi mari kita cari ide agar konsumen selalu bisa lebih sering datang. senantiasa menjadi wadah berbisnis dalam transaksi jual beli sehingga para pedagang di pasar Laino berani membuka pintu usahanya. Ide dari pemasok makanan utama di pasar Laino antara lain:

1. Melakukan observasi langsung dengan melihat produk yang benar-benar dibutuhkan konsumen
2. Setelah dilakukan observasi dan perencanaan, Rencana tersebut berkaitan dengan jenis usaha yang akan dijalankan, seperti sandang penjualan, toko kelontong, e-bisnis dan kebutuhan dasar lainnya.
3. Kesimpulan memulai usaha pemasaran makanan



4. Mempersiapkan modal untuk memulai usaha mencari lokasi yang strategis
5. Tekad dan keseriusan tinggi dalam pengelolaan agar usaha dapat berkembang dengan baik
6. Rajin berpromosi agar konsumen dapat dengan cepat mengenali bisnis yang sedang dibangun.

Dengan modal yang tersedia, pedagang mempersiapkan segala kebutuhan dan perlengkapan untuk melanjutkan pelaksanaan bentuk usaha yang akan menjadi andalan di pasar, walaupun modal yang ada kecil, namun sebagian pedagang juga memulai usaha dengan modal yang cukup besar. modal. ... modal, yang beberapa menggunakan modal Rs 4 500.000, tetapi juga beberapa pedagang memulai bisnis dengan modal Rs. 35.000.000. Kondisi ini menunjukkan bahwa para pelaku bisnis makanan utama di Pasar Laino memiliki ide yang baik dan bersiap untuk menjual barang-barang kebutuhan pokok berdasarkan permintaan konsumen yang tinggi.

Bahkan pedagang kecil masih menjalankan bisnis yang cukup berkembang, berpegang pada prinsip bahwa mereka tidak mencari keuntungan besar saat menjual, tetapi menggunakan sistem yang menantang keuntungan yang relatif kecil, asalkan fleksibel dan terjangkau. banyak dikunjungi konsumen untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Berikut adalah bagaimana Ibu Xs memperkenalkan dirinya sebagai pedagang makanan terutama di pasar Laino dalam wawancara kami, menjelaskannya:

“Ketika saya pertama kali memulai bisnis di pasar Laino, saya adalah orang biasa. Saya mengunjungi pasar dan ternyata cukup ramai. pembeli, jadi saya berpikir untuk memulai bisnis. Meski bisnis kuliner mainstream dengan modal kecil, namun jika dikelola dengan tempat bersih yang menjual barang-barang berkualitas dengan harga standar, akan banyak pelanggannya. “Pedagang makanan terutama di pasar Laino berkata :

” Saat memulai usaha, tentunya berasal dari ide saya sendiri, ketika membutuhkan kebutuhan pokok warga kota Raha. Cukup tinggi, jadi saya mengumpulkan modal dan setelah pendanaan di sana saya memberikan produk yang cukup bagus untuk membuat konsumen senang dengan produk yang mereka beli (wawancara, September 2020)

Kalimat di atas menjelaskan bahwa pemain utama di pasar Laino sering membuka bisnis komersial dengan ide mereka sendiri, didukung oleh modal yang tersedia, tetapi juga dengan sedikit penggunaan modal, tetapi tekad yang kuat ditopang oleh ketekunan, dan jika mereka memiliki penjualan yang tinggi dan tidak lelah, produk utama pasar Laino dapat melihat pertumbuhan yang baik dengan tambahan modal yang begitu besar.

a) Pemilihan ide

Pemangku kepentingan yang mengajukan ide dengan harapan memulai bisnis harus menyaring ide atau mengubahnya menjadi konsep bisnis pada tahap lanjutan dari bisnis ide bisnis di bagian bisnis yang lebih spesifik. Pemilihan ide bisnis akan dilakukan dengan menilai kelayakan dan peluang bisnis. Dari berbagai ide yang ada, para pelaku utama industri makanan di Pasar Laino akan menyaring ide, yaitu: Setelah melakukan observasi langsung dan perencanaan yang matang terhadap jenis usaha, para pelaku usaha memutuskan untuk membuka usaha pemasaran sembako di Pasar Laino.

Tujuan penciptaan ide adalah untuk menghasilkan sekumpulan ide bagus dan menyingkirkan ide buruk sesegera mungkin dan menyingkirkan ide buruk sesegera mungkin. Ide-ide potensial disaring lebih lanjut melalui proses peringkat sederhana dengan menganalisis peluang dan tertinggi. Karena permintaan pelanggan dan produk dianggap sangat sesuai dengan keterampilan pemasaran dan keahlian pemasaran, bisnis harus menaikkan peringkat keseluruhan ide produk.

Sebagai hasil penelitian yang dilakukan di Laino Market, dimana para pelaku usaha, setelah muncul ide, menyaring ide dengan melihat kondisi dan kondisi pasar, kemudian memahami peluang bisnis yang ada untuk sampai pada kesimpulan untuk membuka inti bisnis makanan dimana hasilnya kemudian pemilihan ide ini dilakukan setelah modal yang cukup telah dialokasikan untuk mempersiapkan pembelian dan meningkatkan ruang komersial yang siap untuk dijual.



. Para wisatawan yang relatif ramai yang tiba di pasar Laino memaksa para pedagang, terutama yang bergerak di sektor makanan pokok, untuk berinovasi lebih kreatif ketika persaingan antar merek sedang tinggi. Mengharuskan para pelaku bisnis untuk memperbarui sistem penjualan mereka, terutama dalam hal penetapan harga. ... untuk mendapatkan klien yang cukup.S

Hasil penelitian di atas dijelaskan oleh Pak Hd yang berdagang makanan terutama di pasar Laino: "Ada beberapa pedagang di pasar Laino, antara lain; elektronik, pakaian, kebutuhan pokok... tapi setelah mendalami ide untuk peluang bisnis, saya memutuskan untuk menjual kebutuhan pokok karena permintaan konsumen cukup tinggi, dan berkat ini, bisnis saya berkembang dengan baik." (Wawancara, September 2020).

Selain itu, Ibu Hs, yang juga merupakan pengecer makanan utama di pasar Laino, menjelaskan: "Bisnis makanan adalah pilihan saya di antara beberapa ide untuk dipilih. Masyarakat membutuhkan kebutuhan dasar" (wawancara, September 2020).

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa para pemain utama dalam bisnis makanan di pasar Laino, setelah mempertimbangkan banyak aspek melalui pilihan ide mereka, dengan hati-hati merencanakan untuk menentukan jenis produk, memilih lokasi dan peluang modal yang terbaik. Pilihannya adalah membuka usaha makanan terutama yang tingkat kebutuhan pokok kota Raha cukup tinggi terutama di pasar Laino, oleh karena itu badan usaha yang bergerak di bidang usaha makanan, bahan pokok cukup berkembang karena tingginya tingkat konsumen. permintaan di Pasar Laino dan pasar ini menjadi pilihan masyarakat karena ketersediaan bahan pokok dan kebutuhan lainnya di pasar sudah tersedia karena pedagang memiliki lebih banyak keuntungan, penjualan produk lebih banyak dan pertumbuhan yang menguntungkan.

Pengembangan rencana bisnis

Pengembangan adalah proses peningkatan kapasitas dan kapasitas sumber daya manusia untuk menghadapi perubahan lingkungan internal dan eksternal melalui pendidikan (capacity building) dan pengembangan profesional (melalui pelatihan). , pengembangan institusi atau institusi cenderung lebih formal dalam hal mengantisipasi keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan masyarakat untuk mempersiapkan manfaat situs di masa depan.

Tujuan dan program pembangunan mengacu pada aspek yang lebih besar, yaitu meningkatkan kapasitas masyarakat untuk mengantisipasi perubahan yang mungkin terjadi tanpa rencana (perubahan tidak lengkap) atau tanpa perubahan yang direncanakan. Pengembangan lebih difokuskan pada peningkatan keterampilan pengambilan keputusan dan pemberdayaan masyarakat (relationships) untuk manajer senior dan menengah, sedangkan pelatihan difokuskan pada staf junior (implementasi), Larasati (2018 : 1120121).

Husaini Usman (2011: 65), mengemukakan bahwa perencanaan adalah suatu kegiatan yang harus dilakukan di masa yang akan datang untuk mencapai tujuan, yang meliputi beberapa unsur, seperti seperangkat tindakan, metode, metode dan produk yang ingin dicapai. dan terkait dengan pertanyaan 273), berpendapat bahwa perencanaan adalah langkah awal ketika sebuah organisasi ingin menyelesaikan pekerjaan dari segi ide dan ruang lingkup sehingga implementasi, efektivitas dan tujuan dapat dicapai untuk mencapai

hasil yang optimal.

Melalui ide yang menarik, harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Kami mampu membedakan antara ide produk, konsep produk dan citra produk. Setelah pembuktian konsep berhasil, manajer produk baru akan mengembangkan rencana strategis untuk mengembangkan dan memasarkan produk baru.

Wirasahawan adalah orang yang menggunakan sumber daya ekonomi untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, komponen utama dari rencana bisnis yang dikembangkan oleh seorang pengusaha adalah perhitungan prakiraan untung dan rugi yang dibuat oleh perusahaan. Prakiraan untung dan rugi mendukung banyak elemen lain dari rencana bisnis, terutama rencana bisnis yang



aktif. Saat menyiapkan rencana bisnis, pengusaha menjelaskan detail rencana bisnis dengan cara yang berbeda.

Dalam melakukan pengembangan bisnis, definisi tonggak dianggap penting untuk menilai dan memahami tingkat pengembangan bisnis sebelum penyusunan rencana bisnis. Dalam hal ini, menyiapkan jadwal yang lebih rinci, seperti kalender waktu dan tindakan, akan membantu pengusaha membuat jadwal bisnis yang realistis.

Di pasar Laino di Raha, penyelidikan dilakukan, yang mengungkapkan bahwa setelah pemilihan ide, staf komersial perdagangan makanan terutama berpikir untuk mengembangkan bisnis mereka melalui perencanaan yang matang. Di mana pemilik bisnis telah mempertimbangkan untuk memperluas jangkauan penjualan mereka dengan bermitra dengan pedagang desa atau pedagang kecil lainnya di Kota Raha, menambah modal dan mengelola pemasaran dengan lebih baik untuk meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli dari bisnis yang mereka miliki. Para pedagang sudah memiliki klien mereka, dan ini membuat bisnis kami cukup berkembang. Meningkatkan modal melalui penjualan keuntungan oleh pedagang makanan utama memberikan banyak kebebasan bagi organisasi komersial untuk mengembangkan rencana bisnis.

Menghadapi permintaan pasar yang tinggi, saya berpikir untuk menambah modal pada makanan pokok yang ideal, serta memperluas hubungan baik dengan masyarakat dengan mengembangkan kemitraan dengan usaha kecil - itu masalah lain.” (Wawancara, September 2020)

Selain itu, Pak. LH, yang juga memperdagangkan produk makanan terutama di pasar Laino, menjelaskan:

“Kami selalu berpikir untuk mengembangkan rencana bisnis yang lebih maju untuk meningkatkan kualitas, kualitas dan kuantitas produk dengan meningkatkan modal komersial dan meningkatkan kualitas produk, layanan dan point of sale dan agregasi barang melalui penawaran merek.” (Wawancara, September 2020)

Kalimat di atas menjelaskan bahwa pedagang makanan terutama di pasar Laino, setelah memilih ide, kemudian berpikir dan mencoba membangun rencana bisnis dengan mekanisme yang lebih baik dalam semua aspek, yaitu peningkatan modal Perdagangan untuk melengkapi produk komersial mereka, diperluas Dengan bermitra dengan pedagang desa dan meningkatkan pekerjaan mereka untuk menjalankan bisnis makanan utama mereka, dengan bermitra dengan pedagang desa, mereka dapat berkembang dengan baik.

a) Implementasi Rencana Bisnis

Eksekusi adalah aplikasi atau tindakan yang diambil berdasarkan rencana yang disiapkan atau rinci secara hati-hati dan rinci, atau juga merupakan tindakan sebagai tindakan nyata dalam pelaksanaan rencana yang dirancang dengan cermat. hanya jika ada rencana, bukan hanya tindakan.

Sebuah rencana bisnis dikembangkan, baik rinci maupun global, secara tertulis atau tidak, dan kemudian diimplementasikan dalam bentuk implementasi bisnis. Sebuah rencana bisnis akan menjadi panduan untuk menjalankan bisnis yang akan dihadapi seorang pengusaha. Dalam mengimplementasikan rencana bisnis, seorang wirausahawan akan mengerahkan sumber daya yang diperlukan seperti modal, material, dan sumber daya manusia yang andal untuk menjalankan bisnis.

Setelah implementasi rencana pengembangan bisnis pemasok makanan utama di Pasar Laino, penjual akan melakukan tes pasar khusus untuk memahami hasil penyaringan dari ide-ide mereka. Penambahan modal yang cukup, peningkatan jumlah sembako dan penjualan dapat meyakinkan konsumen akan keunggulan dan kualitas produk yang ditawarkan dengan maksud agar konsumen dapat meningkatkan daya belinya di berbagai daerah, pada perusahaan yang telah mereka dirikan. Dengan demikian, penjual yakin dan percaya diri dalam pertumbuhan yang cepat karena jumlah pengunjung yang besar dan tingkat kebutuhan dasar yang tinggi.

Pasar Laino merupakan kawasan komersial di kota Raha dengan jumlah pengunjung yang cukup besar, dimana pasar ini terletak persis di sekitar kota dan cukup besar untuk menjadi alternatif pembeli



di pinggiran kota dan kota lainnya. di luar kota. Kota-kota seperti Bulan Barat. Kondisi tersebut menjadikan usaha makanan pokok pasar Laino menjadi tujuan dan sasaran pengunjung, karena menyediakan kebutuhan pokok, pemenuhan kebutuhan pokok sesuai kebutuhan dan keinginan. Keinginan konsumen untuk agen perusahaan komersial untuk melakukan kegiatan penambahan modal. untuk melengkapi barang dengan produk. banyak diminati konsumen dan sedang merenovasi pusat bisnis, menjaga kebersihan fasilitas dan sekitarnya, menjaga hubungan baik dengan masyarakat, dan bekerja sama dengan pihak lain.

Hasil kajian di atas dijelaskan oleh Ibu Xr, seorang pedagang makanan terutama di pasar Laino: “Setelah berpikir untuk mengembangkan usaha, kami menerapkannya dengan memperbaiki lokasi. perluasan jaringan bisnis. (Wawancara, September 2020).

Hal ini juga dijelaskan oleh Bapak LJ yang juga berdagang makanan terutama di pasar Laino: “Dengan begitu banyak pengunjung, kami selalu berpikir untuk mengembangkan bisnis kami dan kemudian menerapkannya. untuk mendukung permintaan konsumen dengan meningkatkan produk”. (Wawancara, September 2020).

Pernyataan di atas menjelaskan bahwa pengecer makanan komersial utama Pasar Laino selalu berusaha mengembangkan bisnisnya dengan menjalin hubungan baik dengan siapa pun, merenovasi tempat komersial dan meningkatkan modal untuk dapat memenuhi permintaan konsumen dengan menambahkan produk komersial. Oleh karena itu akan bekerja sama dengan perusahaan kecil lainnya untuk mendistribusikan produk

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Usaha makanan yang sebagian besar berlokasi di pasar Laino Kota Raha berkembang cukup baik mengingat kondisi dan lokasi usaha. Usaha yang sering mereka lakukan sebagai konsumen dan banyaknya produk pelengkap di lokasi mereka. Kondisi perkembangan usaha perdagangan pangan utama juga sesuai dengan hasil analisis indikator, antara lain; 1) memiliki ide bisnis, 2) menganalisis ide, 3) mengembangkan rencana bisnis, dan 4) menjalankan rencana bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Panji. 2009. *Manajemen Bisnis*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Glen Glenardi, 2002. *Peran Perbankan dalam Pengembangan Keuangan Mikro, disampaikan dalam rangka diskusi kelompok C-2 Temu Nasional dan Bazar Pengembangan Keuangan Mikro*, Tanggal 24 Juli.
- Gunawan, Imam, 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Teori dan Praktik, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Ismail Solihin, 2006. *Pengantar Bisnis*. Kencana, Jakarta
- Ismail Solihin, 2016. *Manajemen Strategik*. Erlangga, Jakarta
- Kasmir dan Jakfar, 2003. *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Miles, Matthew B. and A. Michael Huberman. 2000. *Qualitative Data Analysis* (terjemahan). UI Press, Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya; Bandung.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.
- Purdi E Chandra, 2000. *Trik Sukses Menuju Sukses*. Grafika Indah, Yogyakarta.
- Sadono, Sukirno. 2006. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Prenada Media Group, Jakarta.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.



-
- Suryana. 2011. *Kewirausahaan Pendoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Salemba Empat, Jakarta.
- Tambunan, Tulus T.H. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia, Beberapa Isu Penting*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tambunan, Tulus. 2009. *UMKM di Indonesia dan Beberapa Isu Penting*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Benny Yohan .(2016). Analisis Potensi Usaha Kecil dan Menengah di Pusat Kebudayaan dan Olah Raga Way Halim Kota Bandar Lampung
- Jundi faikar hanif. (2016). Analisis Prospek Dan Perkembangan Usaha Mikro Yang Memperoleh Bantuan
- Rahayu Muthmainnah .(2013). Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Pekanbaru dalam Menangkap Peluang ISG (*Islamic Solidarity Games*) ke III di Provinsi Riau Tahun 2013 menurut Ekonomi Islam