

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TOKO SEMBAKO INJEK  
BALANJA MENGGUNAKAN ASSET BASED COMMUNITY  
DEVELOPMENT**

**Pemi<sup>1</sup>, Sabinus Beni<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Kewirausahaan Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Kalimantan Barat

<sup>1</sup>E-mail: pemikristiani@gmail.com

Received: 08 Oktober 2021; Accepted: 05 November 2021; Published: 01 Desember 2021

**Abstrak**

Perdagangan merupakan akar pokok pembangunan nasional dan pembangunan daerah. Yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang maju dan mandiri serta sejahtera lahir dan batin. Di daerah perbatasan saat ini tentunya sangat dibutuhkan kebutuhan sembako, karena kebutuhan bahan sembako yang masih terbatas, sehingga sebagian pasokan sembako dan kebutuhan lainnya masih didatangkan dari negara lain tentunya. Penelitian ini bertujuan untuk mengangkat permasalahan mengenai “ Bagaimana desain strategi pengembangan berbasis asset yang dapat dilakukan oleh Toko Injek Balanja dan Bagaimana Implementasi strategi pengembangan berbasis asset yang dilakukan oleh Toko Injek Balanja”, untuk dapat menarik minat konsumen, strategi pembangunan Usaha Toko Sembako Injek Balanja yang berada diperbatasan menggunakan Asset Based Community Development. Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang menghasilkan kata-kata secara tertulis atau lisan dari objek yang diamati dan hasil dari wawancara, Penelitian ini berlokasi di dusun Tanjung, Kecamatan Sajingan Besar, Kabupaten Sambas. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini akan menggunakan prosedur yang dapat menghasilkan data yang berupa deskriptif dari ucapan, tulisan, perilaku, objek itu sendiri. usaha sembako Injek Balanja merupakan usaha yang akan menyediakan segala kebutuhan bahan-bahan sembako yang dimana toko sembako Injek balanja akan memenuhi kebutuhan yang dicari masyarakat. dimana Toko Sembako Injek balanja berkesempatan untuk menyediakan segala kebutuhan sembako agar orang-orang di sekitar tidak lagi mencari di kejauhan kebutuhan sembako ini. Sembako akrab di telinga masyarakat Indonesia. Tentu saja karena hal tersebut sangat dekat dengan kebutuhan manusia. Secara luas sembako ini kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan manusia dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya atas pangan dimana bahan-bahan sembako yang pastinya dicari masyarakat hampir setiap harinya untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga. Perkembangan usaha sembako yang berbasis asset. Guna untuk memanfaatkan asset-asset yang telah ada. untuk dijadikan peluang usaha dengan sudah adanya memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung untuk mempermudah melakukan suatu kegiatan usaha. Usaha yang berbasis asset agar dimanfaatkan dengan baik serta lebih meningkat dan baik lagi.

**Kata kunci:** Strategi pengembangan, Toko Sembako, Asset Based Community Development.

**1. PENDAHULUAN**

Perdagangan merupakan akar pokok pembangunan nasional dan pembangunan daerah yang bertujuan untuk mewujudkan masyarakat yang

maju dan mandiri serta lahir batin. Di daerah perbatasan saat ini tentunya sangat dibutuhkan kebutuhan sembako, karena kebutuhan bahan sembako yang masih terbatas, sehingga sebagian

pasokan sembako dan kebutuhan lainnya masih didatangkan dari negara lain tentunya. Oleh karena itu wilayah yang berada di dekat perbatasan sangat diperlukan sekali pemenuhan bahan sembako yang cukup untuk memuaskan atau pemenuhan kebutuhan sembako masyarakat yang mendiami di wilayah perbatasan. Usaha toko sembako Injek Balanja (IB) yang berada juga di daerah wilayah perbatasan juga akan menyediakan berbagai macam kebutuhan bahan sembako untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat agar mereka memakai produk dalam negeri sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pembangunan Usaha Toko Sembako Injek Balanja yang berada di perbatasan menggunakan *Asset Based Community Development*. Untuk membantu pemenuhan kebutuhan bahan sembako di wilayah perbatasan, yang secara fokus pada penggunaan *asset* yang dimiliki masyarakat sebagai basis utama pengembangan masyarakat yang berkelanjutan berdasarkan kekuatan yang dimilikinya. Ini melibatkan penilaian sumber daya, keterampilan, dan pengalaman yang tersedia dalam komunitas, mengorganisir komunitas disekitar masalah yang menggerakkan anggotanya untuk bertindak, dan kemudian menentukan dan mengambil tindakan yang sesuai.

Usaha Sembako merupakan salah satu usaha yang akan terus ada dan selalu menjadi kebutuhan. Dalam usaha Toko Sembako Injek Balanja yang berlokasi di dusun Tanjung, dimana strategi yang digunakan oleh Toko Sembako Injek Balanja ini yang menggunakan Strategi pengembangan *Asset Based Community Development*. Dimana metode ini menggunakan asset dan sumber daya masyarakat sebagai dasar untuk pembangunan, itu memberdayakan masyarakat dengan mendorong mereka untuk memanfaatkan

apa yang telah mereka miliki. Dalam usaha Toko Sembako Injek Balanja yang menggunakan strategi pengembangan ini untuk membantu kelompok tempat tinggal lingkungan masyarakat tersebut agar bisa menyediakan kebutuhan barang-barang sembako untuk suatu komunitas masyarakat tersebut agar mempermudah mereka dalam pemenuhan kebutuhan sembako yang hampir setiap harinya pasti diperlukan menjadi kebutuhan setiap rumah tangga.

Berdasarkan tujuan ini untuk mengetahui segmentasi target dan posisi dalam menjual kebutuhan sembako di dusun Tanjung yang berbasis strategi pengembangan masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sembako mereka sehari-hari dan strategi tersebut yang dapat digunakan usaha Toko Sembako Injek Balanja untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya. Agar usaha Toko Sembako Injek Balanja yang dijalankan sesuai apa yang diharapkan, melalui penelitian strategi pengembangan ini yang berbasis pengembangan menyediakan kebutuhan masyarakat. Yaitu masyarakat diapresiasi sebagai jejaring potensi yang luar biasa. Masyarakat telah lahir, hidup dan berkembang sehingga memiliki *asset* baik, *asset* sosial, ekonomi maupun budaya.

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bagaimana desain strategi pengembangan berbasis asset yang dapat dilakukan oleh Toko Injek Balanja dan Bagaimana Implementasi strategi pengembangan berbasis *asset* yang dilakukan oleh Toko Injek Balanja

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan kata-kata secara tertulis atau lisan dari objek yang diamati dan hasil dari wawancara, Metode penelitian kualitatif

menggunakan metode ini karena beberapa pertimbangan yaitu metode kualitatif lebih mudah dan hasil yang diperoleh juga sudah pasti, selain itu adanya hubungan langsung antara peneliti dan responden.

Penelitian kualitatif ini diarahkan untuk mendapatkan fakta-fakta yang berhubungan dengan strategi dan inovasi dalam pemasaran produk usaha toko sembako Injek Balanja yang dimana telah diterapkan saat ini dimana peneliti dalam menggunakan penelitian kualitatif ini sebagai orang yang utama dalam mengambil alih untuk mengumpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

Adapun jenis penelitian dalam usaha sembako Injek Balanja juga dengan menerapkan berbagai langkah untuk semakin membantu dalam mendukung mengembangkan usaha sembako Injek Balanja dengan menggunakan teknik dan jenis penelitian yang digunakan adalah riset aksi (action research) menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD). Riset aksi adalah sebuah metodologi yang erat kaitannya dengan keterlibatan partisipan, sehingga proses dan hasilnya sangat dipengaruhi oleh nilai dan budaya yang dimiliki oleh partisipan tersebut.

*Action research* berbeda dengan penelitian konvensional yang bertujuan untuk mengidentifikasi masalah, menguraikan faktor penyebab, membangun penjelasan dan implikasi suatu fenomena. Sedangkan action research yang berasal dari dua kata yakni action dan research yang masing-masing saling terintegrasi satu sama lain dan menganggap bahwa penelitian dan aksi adalah dua hal tidak terpisahkan.

Dalam Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi di Dusun Tanjung, Kecamatan Sajingan Besar, Kabupaten Sambas. Lokasi ini dipilih sebagai objek peneliti karena menarik bagi peneliti untuk mengadakan

penelitian dalam usaha yang dijalankan yaitu usaha sembako. Dimana tujuannya untuk meningkatkan volume penjualan dan kepuasan konsumen yang berlokasi di Dusun Tanjung.

Sumber data penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi dua bagian jenis data. Menurut (Umi Narimawati, 2008), data Primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkomplilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responde, yaitu orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi ataupun data. Berkaitan dengan sumber data primer adalah yang berkaitan langsung dengan diperoleh dari pengamatan penulis, dan dari pertanyaan yang berupa wawancara ke responden, terkait permasalahan yang telah diteliti oleh usaha toko sembako injek balanja.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik, yaitu:

#### 1. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung (Riyanto 2010:96). Metode obeservasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan observasi pengamatan lapangan secara langsung. Dimana peneliti turun langsung ke lapangan dan mengamati langsung proses bagaimana menerapkan dan mencari tahu cara strategi dalam pemasaran usaha sembako.

#### 2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat kerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu (Esterberg dalam Sugiyono 2015:72). Dimana dalam melancarkan proses pengembangan usaha sembako. untuk memperoleh data maka peneliti untuk

usaha sembako ini melakukan berbagai wawancara dan serta pengamatan peneliti terhadap lokasi lingkungan masyarakat sekitar guna mendapatkan keterangan untuk melengkapi data-data penelitian untuk mengetahui mengenai implementasi strategi pemasaran usaha sembako yang akan dibangun di Dusun Tanjung. Dan media yang dilakukan ialah berpapasan langsung dengan masyarakat sekitar.

Analisis data merupakan menyusun kembali data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dan kemudian membuat kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh tersebut sehingga tujuannya mudah untuk dipahami peneliti atau orang lain yang sebagai pembaca dan dapat mempunyai makna yang menarik.

Adapun analisis data yang dilakukan usaha sembako Injek Balanja ini yaitu Dalam usaha sembako ini melakukan penelitian dengan metode kualitatif dimana penelitian yang digunakan ini menggunakan pendekatan kualitatif yaitu bertujuan untuk membangun satu-satu proposi dan menjelaskan makna di balik realita agar penelitiannya jelas. Dalam penelitian ini akan menggunakan prosedur yang dapat menghasilkan data yang berupa deskriptif dari ucapan, tulisan, perilaku, objek itu sendiri. Dan penelitian kualitatif ini adalah penelitian yang mendeskripsikan hasil penelitian secara sistematis, akurat, dan nalar dengan cara merangkai kalimat secara tepat untuk memperoleh kesimpulan yang menarik dan tepat.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sembako akrab di telinga masyarakat Indonesia. Tentu saja karena hal tersebut sangat dekat dengan kebutuhan manusia. Secara luas sembako merupakan kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan manusia dalam kegiatan pemenuhan kebutuhannya atas

pangan dimana bahan-bahan sembako yang pastinya dicari masyarakat hampir setiap harinya untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga.

Usaha sembako Injek Balanja merupakan usaha yang akan menyediakan segala kebutuhan bahan-bahan sembako yang dimana toko sembako Injek balanja akan memenuhi kebutuhan yang dicari masyarakat. Usaha toko sembako IB ini berada di dusun Tanjung yang jaraknya sangat dekat dengan perbatasan Malaysia. Karena dengan adanya perbatasan inilah membuat di daerah wilayah dusun Tanjung, Kecamatan Sajingan Besar ini mengakibatkan ramainya orang-orang berdatangan sehingga ada kesempatan untuk mendirikan Usaha Toko Sembako dimana Toko Sembako Injek balanja berkesempatan untuk menyediakan segala kebutuhan sembako agar orang-orang di sekitar tidak lagi mencari di kejauhan kebutuhan sembako ini.

Kondisi bangunan Toko Injek Balanja pastinya bangunan yang berbentuk khusus toko yang digunakan untuk menjual dan menempatkan barang-barang yang akan dijual. Usaha sembako injek balanja letaknya tepat di depan rumah, langsung berhadapan dengan jalan raya. Dan memiliki kelengkapan peralatan seperti etalase tempat yang digunakan untuk menyusun barang-barang sembako serta adanya meja kasir.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. Selain itu juga bahwa pelayanan merupakan proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas yang biasa terjadi pada interaksi antara pemilik usaha dan pembeli. Dan pelayanan pada Toko IB dilakukan seperti itu dimana pada saat pembeli datang langsung ditanya ingin membeli apa sambil

mengambilkan apa yang ingin dibeli pembeli tersebut. Dan pada saat pemilik melayani mengambilkan barang yang akan dibeli maka pembeli dipersilahkan untuk duduk sembari dia menunggu.

Produk-produk yang dijual toko Injek Balanja merupakan:

- Kebutuhan pokok bahan-bahan sembako
- Jajanan makanan ringan
- Minuman botol maupun es
- Peralatan mandi

Tata letak barang yang dijual ialah tersedianya rak-rak di dinding-dinding dalam bangunan usaha sembako yang dimana ada pemisahan antara makanan, non makanan dan minuman-minuman, dan tersedia juga meja kasir dan juga tersedia meja dan bangku diluar untuk tempat pembeli duduk sembari menunggu.

Adapun riwayat toko IB ialah riwayat usaha sembako IB pada awalnya untuk membuka usaha pastinya banyak melalui proses yang dilakukan pada mulanya untuk pekerjaan bapak dan ibu memotong karet, dan sekian lama memotong karet uangnya disisihkan juga sebagai tabungan. Dan karena disitu bapak sudah berpikir untuk membuka usaha sembako yang kecil-kecilan dahulu, setelah ada uang tabungan bapak dan ibu sekitar 2 juta itu terkumpul lalu ditambah dengan meminjam uang juga pada IDT (impres desa tertinggal). Dengan jumlah 1 juta. Jadi modal sudah terkumpul sebanyak 3 juta untuk modal awalnya.

Setelah semua modal terkumpul bapak dan ibu mulai memakai uang tersebut untuk dipakai berbelanja bahan-bahan sembako, dan waktu berbelanja bahan sembako tersebut bapak dan ibu membelanjanya di toko

yang ada di pasar Galing untuk berbelanja bahan-bahan sembako yang akan dijual. Dan setelah itu dirumah yang sederhana dibuatkan tempat khusus untuk menata bahan-bahan sembako tersebut dengan membuka usaha sembako yang kecil-kecilan. Dan mulailah menata bahan-bahan sembako tersebut pada tempat yang sudah tersedia dan setelah ditata bahan-bahan sembako tersebut langsung dibuka dan dijual bahan-bahannya. Hingga sudah mulai sedikit terlihat perkembangannya setelah berjalan sekitar 6 bulan.

Setelah melewati beberapa tahun usaha sembako tersebut mengalami peningkatan. Mendapatkan hasil penjualan yang meningkatkan pendapatan sehingga modal yang didapatkan menjadi lebih lumayan besar dari yang sebelumnya. Dan untuk lebih lagi mengembangkan usaha sembako tersebut agar menjadi lebih besar dan kelihatan berkembang maka hingga pada saat ini usaha sembako yang awalnya hanya usaha sembako kecil-kecilan dan ditempatkan juga ditempat yang sangat sederhana hingga seiring berjalannya waktu usaha sembako bisa berubah menjadi bangunan yang sudah lebih baik dan cukup besar dari yang sebelumnya.

Dalam sebuah usaha pastinya memiliki pesaing dengan pengusaha yang lainnya, apalagi dalam usaha sembako ini banyak sekali pesaingnya. Tetapi ditempat usaha sembako IB ini memang ada juga usaha sembako yang lainnya, akan tetapi setiap orang yang berbelanja pastinya berbeda-beda dan bukan hanya orang lokal saja tetapi ada juga orang datang yang berbelanja. Jadi usaha sembako IB tidak terlalu memperdulikan adanya pesaing dalam usaha karena setiap orang yang

berbelanja juga pastinya masih ada orang yang lain bukan hanya orang disekitar saja. Dan orang yang berbelanja juga pasti mereka sendiri yang menentukan ingin berbelanja di toko yang mana.

Adapun barang sembako yang laris dibeli ialah seperti gula, kopi, minyak goreng, indomie, susu, telur, bawang merah / putih, dan perlengkapan mandi. Adapun barang sembako yang kurang laris ialah seperti Pemutih pakaian, blau, dan tembakau.

Kondisi ekomoni masyarakat diwilayah Dusun Tanjung dapat dikatakan sudah mulai berkembang, dikarenakan terdapat beberapa usaha yang sudah mulai dirintis walaupun masih dalam kategori kelas menengah ke bawah. Terutama di wilayah Jalan Raya Simpang Tiga Tanjung ini, di wilayah ini terdapat jenis kegiatan usaha seperti; Toko Bangunan, Bengkel, Toko Kelontong, Rumah Makan, ATK, dan Penginapan.

Karena jenis usaha yang ada diwilayah Jalan Raya Simpang Tiga Dusun Tanjung ini pertumbuhannya sudah mulai berkembang karena wilayah ini sangat dekat dengan wilayah perbatasan dan merupakan wilayah yang strategis untuk membangun usaha ditambah pula sudah mulai banyak masyarakat yang mendiami wilayah ini, maka dari hasil penelitian ini saya berkeinginan untuk mendirikan usaha sembako IB, karena menurut penelitian saya melihat dengan keadaan wilayah yang sudah mulai banyak penduduknya maka saya berkeinginan untuk membangun usaha sembako IB agar memenuhi kebutuhan harian yang selalu di cari masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat.

Dalam beberapa kegiatan usaha yang terdapat di wilayah Jalan Raya Simpang Tiga Tanjung ini, pemasaran yang dilakukan yaitu dengan cara bertatap muka atau bertransaksi langsung ditempat usaha tersebut tetapi seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi yang ada di masyarakat maka semakin mempermudah kegiatan transaksi jual beli yang telah ada.

Semakin banyak pula orang yang memanfaatkan teknologi, sehingga pemasaran dapat dilakukan melalui sosial media dan dapat memperluas pemasaran yang ada sehingga tidak hanya dalam wilayah Dusun Tanjung tetapi juga dapat mencakup wilayah-wilayah diluar daerah tersebut.

Adapun kondisi wilayah di daerah sajian besar sudah cukup berkembang, karena yang juga merupakan wilayah perbatasan Indonesia-malaysia, akses border aruk serta gedung-gedung perkantoran sesuai dengan instansi masing-masing. Dari pihak kecamatan maupun pemdes sudah cukup baik dalam mengintegrasikan kemajuan-kemajuan yang ada di desa dengan pesat. Bahkan sudah ada beberapa desa yang disebut dengan desa mandiri, salah satunya desa sebunga dan desa kaliau' yang ada di kecamatan sajian besar saat ini.

Adapun aset berupa tanah, bangunan, jumlah barang, tabungan maupun pinjaman ialah:

- ✓ Pemetaan aset berupa barang :  
Gula, Minyak goreng, Masako, Garam, Micin, Terasi, kopi, susu, rinso, Sabun, mandi, Pepsodent, Sikat gigi, Bawang merah, Bawang putih, Ikan teri, Pop mie, Vape, Teh kotak, Minuman botol, Kerupuk, Roti, Telur, Kecap, Saos, Mie bihun, Bumbu masak, Coffe sachet, Serbuk es, Energen,

Cuka makan, Shampoo, Molto, Sunlight, Sabun B29, Lasegar, Mentega, santan kara, Adem sari, Permen, Gula merah, Tepung, Indomie.

- ✓ Pemetaan aset tanah dan bangunan: Tanah dan Bangunan tempat pendirian usaha ialah tanah milik sendiri, dan bangunan toko juga milik sendiri atau tidak menyewa.
- ✓ Pemetaan aset tabungan maupun pinjaman: untuk mengamankan hasil usaha serta untuk persiapan keperluan modal usaha maka saya memiliki rekening tabungan untuk mengamankan uang dan untuk meminjam modal, yaitu pada CU. Dan nama CU tersebut ialah CU Bonaventura TP Sajingan Besar. Dan jika ada pinjaman modal untuk keperluan berbelanja barang atau untuk pengembangan usaha maka saya meminjam uang pada CU tersebut. Pinjaman itu untuk memenuhi kebutuhan usaha.

Lembaga Sosial merupakan aset sosial yang ada di desa Tanjung ialah *Asset* sosial yang ada di desa Tanjung yaitu Karang Taruna, dalam hal ini karang taruna mengelola tempat wisata. Organisasi Gereja dalam hal ini organisasi dalam gereja berorganisasi dalam pembangunan gereja sebagai pengurus gereja. Dan Masjid dalam hal ini masyarakat yang beragama Muslim *asset* sosial yang mereka lakukan yaitu melakukan pengajian. Adapun menurut penelitian saya hubungan dengan masyarakat / konsumen sejauh ini berjalan dengan lancar karena komunikasi penjual dan pembeli berelasi dengan cukup baik.

Adapun untuk saat ini yang kami gunakan tempat menabung dan meminjam modal usaha ialah di CU,

dan *asset* institusi pada CU itu tidak ada. Dikarenakan di CU dan dana CU semuanya dari uang anggota. CU hanya bisa kirim uang disatu induk saja.

Adapun kondisi bangunan tempat toko serta infrastrukturnya ialah kondisi fisik bangunan toko IB sudah baik karena bangunan toko sudah sesuai dengan tata letak serta penyediaan tempat barang-barang juga sudah baik. Dan bangunan tempat toko juga letaknya di persimpangan tiga dusun Tanjung. Dan kondisi infrastruktur seperti jalannya yang sudah aspal, listrik yang sudah ada serta jaringan signal yang sudah memadai.

*Asset* spiritual masyarakat di desa Tanjung menganut agama Katolik, Kristen, dan Islam. Dalam hal beribadah masyarakat di desa Tanjung memang sudah baik, dikarenakan mereka sudah menjalankan kepercayaan mereka masing-masing. Ditambah lagi dengan adanya rasa toleransi dan saling membantu satu sama lain. Dalam kebudayaannya masyarakat desa Tanjung masih menjalankan adat istiadat mereka, dalam berbagai acara adat. Contohnya adat istiadat saat ada acara gawai pernikahan masyarakat bergotong royong untuk membantu tuan rumah dalam menyiapkan acara tersebut, gawai tahun baru padi, dan gawai ngabayatn.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan terkait perkembangan usaha sembako yang berbasis aset. Guna untuk memanfaatkan *asset-asset* yang telah ada. Untuk dijadikan peluang usaha dengan sudah adanya memiliki fasilitas - fasilitas yang mendukung untuk mempermudah melakukan suatu kegiatan usaha. Dengan memanfaatkan

asset yang telah ada ialah suatu strategi pengembangan usaha yang berbasis asset agar dimanfaatkan dengan baik serta lebih meningkat dan baik lagi. Dengan adanya dukungan fasilitas yang sudah cukup baik sehingga dapat memberikan dukungan untuk meningkatkan perkembangan usaha sembako.

## 5. REFERENSI

- Andria & Sugiharto, S. 2016. *Perencanaan Strategi Pemasaran. Dalam Mempertahankan Dan Mengembangkan Bisnis Toko Agung Di Kota Tanjung.*
- Angipora, M. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran.* Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Ardiansyah, Syahrul, M. 2015. *Strategi Pengembangan Usaha Toko Pulau Biru Surabaya Menggunakan Asset Based Community Development.* Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif.* Jakarta: Rineka Cipta.
- Baihaqi, Nasrul, M. 2017. *Analisis Strategi Pemasaran Toko Vanhelen Dalam Meningkatkan Penjualan.* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Beni, S. (2017). *Pembangunan Manusia Melalui Pendidikan Dasar Credit Union.* (Herulono, Ed.). Jakarta: Mer-C Publishing.
- Beni, S., & Manggu, B. 2020. Efektivitas Program Keluarga Harapan Dalam Penanggulangan Kemiskinan Di Perbatasan (Studi Kasus Kecamatan Jagoi Babang Kabupaten Bengkayang Kalimantan Barat). *Sosiokonsepia*, 9(2), 162–170.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran.* Jilid II. Edisi Kesebelas. Jakarta: Indeks.
- Kurtz. 2008. *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: BPFE
- Lenti, M., Beni, S., Sadewo, YD., & Usman. 2020. Strategi Diferensiasi Produk LINE Untuk Menarik Minat Konsumen. *Business, Economics and Entrepreneurship.* 2(2), 9-19.
- Listina, Deny & Fransiska, R. 2013. *Kewirausahaan Dan Strategi Bersaing Pedagang Sembako Di Pasar Raya I Kota Salatiga.* Alumnus Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana. Dosen Fakultas Dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana.
- Munawir, A. 2007. *Asset Based Communities Development (ABCD): Tipologi KKN Partisipatif UIN Sunan Kalijaga,* Jurnal Aplikasi ilmu Agama, 8(20), 104-113.
- Patton & Andri. 2005. *Asset Based Community Development: Strategi Pembangunan Di Era Otonomi Daerah.* Jurnal FISIP Universitas Mulawarman.
- Rapunzel, dkk. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pada Pemilik Warung Sembako Di Kota Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi.* Vol. 17 No. 02.
- Suharto & Edi. 2009. *Kebijakan sosial dan pengembangan masyarakat: perspektif pekerjaan sosial.*
- Supiana, H.Y., Beni, S. 2020. Analisis Kinerja Keuangan Pada Credit Union Bonaventura Tempat Pelayanan Ledo. *Business, Economics and Entrepreneurship.* 2(1), 10-14.
- Tjiptono & Fabdy. 2008. Strategi pemasaran. Yogyakarta: CV. Andi Indeks.

- Wibowo, dkk. 2015. Analisis Strategi Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 29. No. 1.
- Yuningrum & Heny. 2016. Usaha Untuk Meningkatkan Loyalitas Toko Kelontong Dalam Menghadapi Usaha Ritel Yang Menjamur Di Masyarakat. UIN Walisongo Semarang.

