

Strategi Pengembangan Usaha Mikro Ritel Rumah Pangan Kita di Bogor

The Development Strategy of Micro-Retail Businesses at Rumah Pangan Kita (RPK) in Bogor

Dwi Juliawan^{*1}, Rizal Syarief², Muhammad Findi³

¹ Program Studi Magister Pengembangan IKM, Sekolah Pascasarjana IPB

² Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor

Jl. Raya Pajajaran, Kampus IPB Gn Gede, Bogor

³ Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB

Jl. Agatis Kampus IPB Darmaga, Bogor, 16144

Diterima: 3 Mei 2025; Direvisi: 15 Juli 2025; Disetujui: 2 September 2025

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan usaha ritel mikro Rumah Pangan Kita (RPK) di Bogor. Alat analisis yang digunakan adalah matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), matriks IE (*Internal External*) yang berguna untuk menganalisis posisi RPK dalam persaingan usaha, analisis SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) yang merupakan hasil keputusan strategis berdasarkan faktor faktor sukses utama internal-eksternal. Jumlah sampel RPK yang digunakan sebanyak 70 dari total 84 RPK di Bogor berdasarkan rumus slovin. Identifikasi faktor internal di tingkat pengecer khususnya di RPK Bogor menunjukkan bahwa kekuatan utama adalah pasokan beras Bulog yang selalu ada dan teratur. Kelemahan utamanya adalah keharusan RPK untuk membeli beras Bulog secara tunai, kualitas kemasan produk yang kurang baik terutama pada bagian jahitan pada beras SPHP 5kg beras medium, dan keterbatasan modal. Identifikasi faktor eksternal menemukan bahwa peluang utama adalah RPK selain menjual produk Bulog juga dapat menjual produk non Bulog untuk diversifikasi produk. Ancaman utama berasal dari persaingan yang tinggi dengan toko beras dan toko ritel modern. Berdasarkan matriks IE, RPK berada pada sel V, dengan strategi *Hold and Maintain*. Hasil analisis SWOT dan QSPM menyimpulkan bahwa RPK harus melakukan diversifikasi produk, hal ini berarti RPK tidak hanya menjual beras Bulog. Selain itu, RPK harus berkolaborasi dengan UMKM setempat dan memanfaatkan digitalisasi untuk memaksimalkan penjualan dan keuntungan.

Kata kunci: beras, bulog, retailer, rumah pangan kita

ABSTRACT

The purpose of this reseach was to analyze the development strategy of the micro retail business of Rumah Pangan Kita (RPK) in Bogor. The analytical tools used were the IFE (*Internal Factor Evaluation*), EFE (*External Factor Evaluation*), IE (*Internal External*) matrix which are useful for analyzing the position of RPK in business competition, SWOT and QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) which are the results of strategic decisions based on the main internal-external success factors. The number of RPK samples used was 70 out of a total of 84 RPKs in Bogor based on the slovin formula. Identification of internal factors at the retailer level, especially in RPK Bogor, showed that the main strength was the regular supply of Bulog rice. However, the main weaknesses were the requirement for RPK to buy Bulog rice in cash, the poor quality of packaging, especially on the seams of medium rice, and limited capital. External factor identification found that the main opportunity is that RPK, in addition to selling Bulog products, can also sell non-Bulog products for product diversification. Meanwhile, the main threat comes from high competition with rice shops and modern retail outlets. Based on the IE matrix, RPK is in cell V, with a hold and maintain strategy. The results of the SWOT and QSPM analysis concluded that RPK must diversify its product offerings, this means that RPK does not only sell Bulog rice. In addition, RPK must collaborate with local MSMEs and utilize digitalization to maximize sales and profits.

Key words: bulog, rice, retailer, rumah pangan kita

*) Korespondensi:

Villa Bogor Indah 2 Blok GG 9 No 10, Ciparigi, Kota Bogor, Jawa Barat; Email: dwi.juliawan@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kebutuhan pangan pokok selalu mengalami peningkatan permintaan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk yang terus bertambah. Permintaan terhadap komoditi pangan seperti beras sebagai makanan pokok mengalami peningkatan setiap tahunnya dan Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk lebih dari 270 juta jiwa memiliki kebutuhan yang sangat tinggi terhadap beras. Komoditi beras merupakan salah satu komoditas pangan pokok yang memiliki peranan vital dalam kehidupan masyarakat. Beras sebagai sumber karbohidrat utama tidak hanya menjadi bahan makanan pokok sebagian besar penduduk, tetapi juga menjadi simbol kemandirian dan ketahanan pangan nasional. Indonesia sebagai negara agraris memiliki lahan pertanian yang luas dan iklim yang mendukung produksi beras, namun tantangan dalam produksi, distribusi, pemasaran dan konsumsi beras masih tetap ada, termasuk perubahan iklim, keterbatasan sumber daya serta dinamika pasar.

Data Badan Pangan Nasional (Bapanas) menunjukkan konsumsi beras per kapita masyarakat Indonesia pada 2023 mencapai 81,23 kg/kapita/tahun. Angka ini merupakan gabungan konsumsi beras lokal, beras kualitas unggul, beras impor, dan beras ketan. Tingkat konsumsi beras per kapita Indonesia pada 2023 turun 0,15% dibanding 2022 namun, level konsumsinya masih lebih tinggi dibanding 5 tahun lalu. Adapun total kebutuhan beras untuk konsumsi rumah tangga nasional pada 2023 mencapai 22,64 juta ton/tahun. Konsumsi rumah tangga tersebut dibanding 2022, dan menjadi rekor tertinggi dalam lima tahun terakhir.

Kegiatan pemasaran beras Bulog disalurkan salah satunya adalah melalui usaha mikro ritel Rumah Pangan Kita (RPK) dan dalam penelitian ini difokuskan pada upaya dan strategi pengembangan usaha RPK di Bogor. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam memajukan perekonomian Indonesia sangat penting, hal ini seperti yang dikemukakan oleh Telaumbanua (2021). RPK adalah inisiatif yang dikembangkan oleh Bulog untuk memfasilitasi usaha ritel skala mikro yang berfokus pada distribusi pangan. Inisiatif ini bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap bahan pangan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau, sekaligus membantu meningkatkan ekonomi masyarakat binaan Bulog. Perum Bulog menggendeng masyarakat menjadi bagian dalam

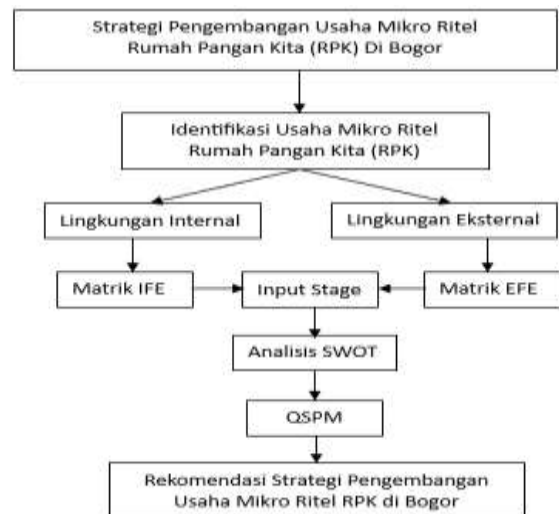
jaringan distribusi bahan pangan melalui program RPK, yang tujuannya selain menstabilkan harga pangan juga dapat menumbuhkan jiwa *entrepreneur* serta meningkatkan ekonomi masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Menganalisis faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha mikro ritel RPK di Bogor; (2) Menganalisis faktor-faktor eksternal seperti peluang dan ancaman usaha mikro ritel RPK di Bogor; (3) Menyusun rekomendasi dalam strategi pengembangan RPK di Bogor.

METODE PENELITIAN

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka pemikiran operasional penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor Cabang, Gudang Bulog dan Rumah Pangan Kita (RPK) di Bogor. Penelitian dilaksanakan mulai bulan November 2024 sampai Maret 2025.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder, baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif. Data primer diperoleh dari wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan pelaku rantai pasok seperti pejabat Bulog, pakar usaha ritel, akademisi, pemilik dan pengelola usaha RPK. Data sekunder diperoleh melalui literatur, data relevan yang dikeluarkan oleh lembaga-lembaga pemerintah atau instansi terkait, artikel, jurnal, dan penelitian terdahulu yang mendukung penelitian.

Metode Penentuan Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri atas pimpinan Bulog, pelaku Rumah Pangan Kita di Bogor, praktisi ritel yang berpengalaman dan akademisi. Penentuan responden menurut Amin *et al.* (2023) dapat menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel pada populasi pelaku RPK di Bogor. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% untuk ilmu-ilmu sosial, *margin of error* sebesar 5% sehingga jumlah sampel untuk penelitian ini rumusnya adalah:

$$n = N/(1+Ne^2)$$

n = besar sample atau jumlah responden

N = ukuran populasi atau jumlah elemen dalam populasi

e = nilai presisi atau tingkat signifikansi yang telah ditentukan (Mardiasuti, 2022)

Populasi pelaku RPK di Bogor berdasarkan data dari kantor cabang Bulog Bogor ada total 84 orang yang terdaftar dan berdasarkan rumus slovin dengan tingkat *error* sebesar 5% maka 70 responden yang ditelusuri dalam penelitian ini.

Metode Pengolahan Data

Penelitian ini membutuhkan pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif untuk mengolah data primer dan sekunder. Metode IFE, EFE, Matriks IE, QSPM mengukur strategi pengembangan Rumah Pangan Kita (RPK).

Metode IFE digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan (Santoso, 2013). Menurut Amiruddin *et al.* (2022) metode EFE digunakan untuk menilai peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Matriks IE menurut digunakan untuk menentukan posisi dalam peta strategi berdasarkan hasil IFE dan EFE (Sari, 2019).

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan yang merupakan faktor internal dan peluang, ancaman yang merupakan faktor eksternal. Menurut Lesmana dan Hasbiyah (2019), matriks SWOT membantu perusahaan membuat empat strategi yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Menurut Setyorini *et al.* (2016) QSPM adalah alat analisis yang digunakan untuk mengevaluasi alternatif strategi berdasarkan faktor faktor sukses utama internal-eksternal. QSPM digunakan untuk menentukan strategi mana yang akan dijadikan prioritas dalam pemilihan alternatif strategi yang telah direkomendasikan (Baroto dan Purbohadiningrat, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pelaku Rumah Pangan Kita Bogor

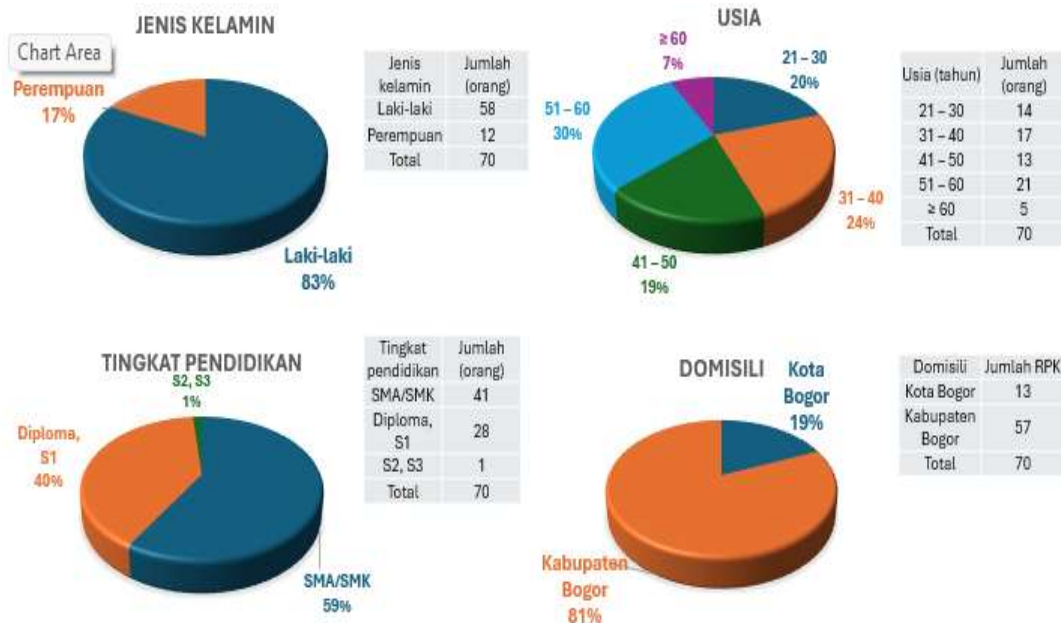
Karakteristik pelaku RPK dilihat berdasarkan jenis kelamin, tingkat usia, pendidikan dan domisili di Bogor dapat dilihat pada Gambar 2.

Hasil analisis lingkungan internal-eksternal RPK

Hasil evaluasi faktor internal diperoleh nilai 2,61, meliputi faktor kekuatan 1,74 dan faktor kelemahan 0,87. Hasil evaluasi faktor internal tersebut menunjukkan faktor kekuatan yang memiliki nilai tertinggi adalah pasokan beras yang selalu ada dengan nilai skor 0,46 dibandingkan faktor internal lainnya dan ini sesuai dengan analisis kinerja rantai pasok beras Bulog yang dikelola oleh kantor cabang Bulog Bogor dengan nilai metrik kinerja di atas 90% dan tergolong sangat baik. Faktor kekuatan lainnya setelah pasokan atau rantai pasok adalah harga dan kualitas beras berturut nilai skornya adalah sebesar 0,39 dan 0,35 (Tabel 1), sementara faktor bimbingan, pelatihan kewirausahaan masih paling bawah dari faktor kekuatan lainnya yaitu 0,25 dan ini sesuai dari hasil wawancara peneliti yang mendapatkan respon dari sebagian pelaku RPK belum merasakan efek secara nyata.

Faktor kelemahan diperoleh skor tertinggi yang sama yaitu sebesar 0,17 pada pembelian produk Bulog yang wajib tunai, faktor kemasan terutama beras SPHP ukuran 5 kg yang menjadi produk andalan *fast moving* dimana kurang kuat vakum dan jahitan mudah lepas serta faktor internal lainnya adalah keterbatasan modal dalam pengelolaan usaha RPK.

Hasil evaluasi faktor eksternal diperoleh skor 2,65 meliputi faktor peluang 2,02 dan faktor ancaman sebesar 0.63. Hasil evaluasi faktor eksternal, khususnya pada faktor peluang yang paling baik adalah RPK menjual produk-produk di luar produk Bulog (diversifikasi produk) juga dengan nilai 0,42. Faktor ancaman yang dominan pada Tabel EFE adalah persaingan yang tinggi dimana RPK harus bersaing dengan toko-toko beras dan ritel modern karena memiliki model bisnis yang hampir sama. Faktor persaingan dengan kompetitor ini diperoleh nilai tertinggi yaitu 0,19 dibandingkan dengan faktor lainnya (Tabel 2). Usaha mikro paling besar menghadapi kendala pada persaingan usaha sejenis dan keterbatasan modal usaha selain itu juga mengalami kesulitan penggunaan teknologi yang ada (Laksmana, 2024).



Gambar 2. Karakteristik RPK Bogor

Tabel 1. Hasil *internal factor evaluation*

No	Faktor-Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
A	Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
1	Pasokan produk beras dari Bulog selalu ada	0,12	3,86	0,46
2	Pangsa pasar yang ada karena beras kebutuhan pokok	0,08	3,57	0,29
3	Harga produk beras yang terjamin dan terjangkau	0,10	3,86	0,39
4	Kualitas atau mutu rasa produk beras yang baik	0,09	3,86	0,35
5	Bimbingan, pelatihan kewirausahaan	0,07	3,57	0,25
	Sub total	0,47		1,74
B	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)			
1	Pembelian ke Bulog dari RPK tunai	0,10	1,71	0,17
2	Produk diambil ke gudang Bulog	0,09	1,57	0,14
3	Tidak ada retur atau <i>damage allowance</i>	0,08	1,43	0,11
4	Kemasan produk yang kurang baik (jahitan)	0,10	1,71	0,17
5	Pencatatan keuangan sederhana	0,08	1,43	0,11
6	Keterbatasan modal pengelolaan usaha	0,09	1,86	0,17
	Sub total	0,53		0,87
	Total Keseluruhan	1,00		2,61

Tabel 2. Hasil *external factor evaluation*

No	Faktor-Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
A	Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1	Menjual produk di luar produk Bulog	0,11	3,86	0,42
2	Akses permodalan dari bank (Bulog-BRI)	0,10	3,57	0,36
3	Penjualan WA Group (keluarga, teman, tetangga)	0,09	3,71	0,33
4	Kerjasama dengan UMKM lokal	0,10	3,71	0,37
5	Trend permintaan yang semakin meningkat	0,08	3,29	0,26
6	Digitalisasi proses pengorderan, management stok	0,09	3,14	0,28
	Sub total	0,57		2,02
B	Ancaman (<i>Threats</i>)			
1	Persaingan tinggi dari toko beras, ritel modern	0,11	1,71	0,19
2	Perubahan kebijakan regulasi pemerintah	0,08	1,29	0,10
3	Sanksi jika melanggar penjualan di atas HET	0,10	1,57	0,16
4	Perubahan iklim yang bisa mengganggu pasokan	0,08	1,43	0,11
5	Perubahan pola konsumsi masyarakat	0,06	1,14	0,07
	Sub total	0,43		0,63
	Total Keseluruhan	1,00		2,65

Matriks I-E (Internal – Eksternal)

Matriks IE Menurut David (2010), merupakan matriks yang dapat menunjukkan posisi usaha RPK di Bogor pada sembilan kuadran sel. Hasil perhitungan skor total yang didapatkan pada matriks IFE dan EFE dipetakan ke dalam matriks IE. Skor total pada analisis faktor internal dengan menggunakan matriks IFE diperoleh skor total 2,61 dan skor total pada analisis faktor eksternal dengan menggunakan matriks EFE diperoleh skor total 2,65.

Pelaku usaha RPK di Bogor berada pada posisi sel V dengan strategi *Hold and Maintain* (Gambar 3). Usaha ritel mikro RPK berada pada posisi ini, maka strategi yang tepat untuk dijalankan adalah dengan melakukan peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan pasar, peningkatan efisiensi operasional, penguatan hubungan dengan pelanggan, pengembangan sumber daya manusia.

Matriks SWOT

Analisis matriks SWOT menghasilkan empat sel alternatif strategis dapat dilihat pada Gambar 4, Alternatif strategi yang dihasilkan merujuk pada hasil penggabungan faktor faktor yang telah diidentifikasi sebelumnya dan diharapkan menghasilkan strategi yang sesuai.

Matriks QSP (Quantitative Strategic Planning)

Alat analisis tahap selanjutnya yang digunakan dalam penelitian ini adalah QSPM yang digunakan untuk melakukan evaluasi dan memilih strategi terbaik berdasarkan faktor internal dan

faktor eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya.

Berdasarkan perhitungan dalam matriks QSP pada penelitian ini, diperoleh hasil strategi yang harus diprioritaskan yaitu RPK melakukan diversifikasi produk dimana RPK tidak hanya menjual beras Bulog tapi juga melengkapi dengan produk non Bulog yang tergolong *fast moving item* seperti gula pasir, minyak goreng, telur, kemitraan dengan UMKM lain dan memanfaatkan sosial media untuk memaksimalkan penjualan dengan nilai daya tarik atau total attractive score (TAS) sebesar 5,62 (Tabel 3).

Implikasi Manajerial

Keberhasilan pengembangan usaha mikro Rumah Pangan Kita sangat bergantung pada penerapan strategi manajemen yang terstruktur dan adaptif. Pengelolaan manajemen yang baik tidak hanya mencakup operasional harian, tetapi juga mencerminkan kemampuan untuk merancang sistem kerja yang efisien, merespons dinamika pasar, serta menyelaraskan tujuan usaha dengan tantangan dan peluang di sektor pangan ritel. David (2011) menyatakan bahwa strategi manajemen yang efektif harus mampu menetapkan arah jangka panjang organisasi, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks RPK, hal ini sangat penting mengingat keterbatasan modal, skala usaha kecil, dan tekanan persaingan dari ritel modern (Gambar 5).

		Kuat 3.0-4.0	Rata-rata 2.0-2.99	Lemah 1.0-1.99	EFE
Tinggi	3.0-4.0	I	II	III	
Menengah	2.0-2.99	IV	V	VI	
Rendah	1.0-1.99	VII	VIII	IX	
		IFE			

Gambar 3. Matriks IE RPK Bogor

	Faktor Internal	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)	
		1	2	1	2
Faktor Eksternal		1	Pasokan produk beras dari Bulog selalu ada	1	Pembelian ke Bulog dari RPK tunai
		2	Pangsa pasar yg selalu ada karena beras merupakan kebutuhan pokok	2	Produk diambil ke gudang Bulog
		3	Harga produk beras yang terjangkau dan terjangkau	3	Tidak ada retur atau damage allowance
		4	Kualitas atau mutu rasa produk beras yang baik	4	Kemasan produk yang kurang baik
		5	Bimbingan, pelatihan kewirausahaan	5	Pencatatan keuangan sederhana
				6	Keterbatasan modal pengelolaan usaha
Peluang (O)		Strategi S-O		Strategi W-O	
1	Menjual produk di luar produk Bulog	1	RPK harus selalu menjaga ketersediaan beras Bulog jangan sampai kosong karena pangsa pasar yang selalu ada dan permintaan yang tinggi mengingat harga dan kualitas terjangkau (S1,S2,S3,S4,O2,O5)	5	Kemudahan permodalan yang dibantu oleh Bulog melalui kerjasama Bank untuk membantu masalah kekurangan modal RPK, biaya pengangkutan, retur dan masalah kemasan (W1, W2, W3, W4, O2,O6)
2	Kemudahan akses permodalan dari bank (Bulog-BRI)	2	RPK tidak hanya menjual beras Bulog tapi juga melengkapi dengan produk non Bulog, kerjasama dengan UMKM lain dan memanfaatkan digitalisasi sosial media untuk memak simalkan penjualan (S1,S2,O1, O2, O3, O6)	6	Pencatatan keuangan RPK harus lebih proper dengan dibantu digitalisasi program RPK <i>mobile</i> dan kerjasama dengan UMKM lain (W5, O4, O6)
3	Penjualan WA Group (keluarga, teman, tetangga)				
4	Kerjasama dengan UMKM lokal (produk olahan, dll)				
5	Trend pertumbuhan permintaan yang semakin meningkat				
6	Digitalisasi proses pengorderan dan manajemen stok				
Ancaman (T)		Strategi S-T		Strategi W-T	
1	Persaingan tinggi dari toko beras dan ritel modern	3	Rantai pasok dari Bulog yang sangat baik, harga yang terjangkau dan kualitas yang terjangkau dapat menghadapi persaingan dari kompetitor (S1,S2, S3,S4,T1)	7	Dukungan dari Bulog dan dinas terkait pemerintah dapat meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman (S1, S2, S3, S4, S5, S6, T1,T2, T4)
2	Perubahan kebijakan regulasi pemerintah				
3	Sanksi jika melanggar penjualan di atas HET				
4	Perubahan iklim yang bisa mengganggu pasokan beras	4	Pasokan dan arahan Bulog dapat antisipasi sanksi dan ancaman lainnya (S1, S5, T2,T3,T4,T5)	8	Pelaku RPK wajib memiliki pengetahuan dan pengelolaan keuangan (W1,W2,W3,W6,T1,T2, T3,T4,T5)
5	Perubahan pola konsumsi masyarakat				

Gambar 4. Matriks SWOT RPK Bogor

Lebih jauh lagi, pengambilan keputusan strategis dalam manajemen RPK perlu didasarkan pada informasi dan data yang valid. Menurut Kinner dan Taylor (2010), riset pemasaran yang berbasis data sangat penting untuk memahami perilaku konsumen, memetakan preferensi pasar, serta mengidentifikasi peluang pertumbuhan. Penerapan riset semacam ini dapat membantu pelaku RPK dalam menentukan strategi pengembangan pasar dan diversifikasi produk secara lebih akurat. Misalnya, dengan memahami kebutuhan segmen pelanggan tertentu seperti sekolah, kantor, atau komunitas lokal, RPK dapat menyesuaikan penawaran produk maupun

pendekatan promosi melalui media sosial dan kerja sama UMKM.

Dari sisi rantai pasok, stabilitas pasokan beras dari Bulog menjadi salah satu kekuatan utama yang menopang kelangsungan operasional RPK. Namun, keberlangsungan ini menghadapi tantangan seperti fluktuasi distribusi, keterbatasan modal untuk stok awal, serta risiko ketergantungan terhadap perubahan kebijakan atau iklim. Fardiansyah (2023) menekankan pentingnya penguatan rantai pasok melalui pengukuran kinerja distribusi, integrasi informasi stok, dan pemantauan distribusi secara real-time. Dengan mengadopsi pendekatan sederhana dari

model SCOR (*Supply Chain Operation Reference*), RPK dapat meningkatkan keandalan, efisiensi biaya, dan fleksibilitas dalam pengelolaan rantai pasoknya (Rakhman *et al.* 2018; Marimin dan Maghfiroh 2010).

Selain itu, agar diversifikasi produk seperti penjualan barang non-Bulog dapat berjalan efektif, dibutuhkan sistem logistik yang adaptif dan berbasis permintaan. Konsep *demand-driven supply chain* menjadi relevan, dimana stok dikelola berdasarkan kebutuhan pasar yang aktual. Implementasi digitalisasi dalam proses pemesanan, pencatatan transaksi, dan manajemen inventori juga dianjurkan untuk meningkatkan

transparansi serta mempercepat respon terhadap permintaan pelanggan (Bolstorff dan Rosenbaum 2011; Chopra dan Meindl, 2007).

Semua strategi tersebut harus diimbangi dengan pengembangan sumber daya manusia. Pelatihan terkait manajemen stok, pemasaran, hingga pengelolaan pelanggan perlu dilakukan agar pelaku RPK memiliki keterampilan yang memadai dalam menjalankan usahanya secara profesional dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan strategi manajemen dan rantai pasok merupakan bagian integral dalam pencapaian tujuan jangka panjang RPK sebagai jaringan ritel mikro yang tangguh dan kompetitif.

Tabel 3. Prioritas strategi hasil perhitungan nilai daya tarik/total attractive score

No	Alternatif Strategi	TAS	Prioritas
1	RPK harus selalu menjaga ketersediaan beras Bulog jangan sampai kosong karena pangsa pasar yang selalu ada dan permintaan yang tinggi mengingat harga dan kualitas terjamin (S1,S2,S3,S4,O2,O5)	5,38	2
2	RPK tidak hanya menjual beras Bulog tapi juga melengkapi dengan produk non Bulog (diversifikasi produk), kerjasama dengan UMKM lain dan memanfaatkan digitalisasi serta sosial media untuk memaksimalkan penjualan (S1,S2,O1, O2, O3, O6).	5,62	1
3	Rantai pasok beras Bulog yang sangat baik, harga yang terjangkau dan kualitas yang terjamin harus berjalan secara konsisten agar dapat menghadapi persaingan dari kompetitor (S1,S2, S3, S4,T1)	5,16	4
4	Pasokan dan arahan, bimbingan, pelatihan dari Bulog untuk pelaku usaha mikro ritel RPK dapat antisipasi sanksi dan ancaman lainnya (S1, S5,T2,T3,T4,T5)	5,11	5
5	Kemudahan akses permodalan yang dibantu oleh Bulog melalui kerjasama Bank untuk membantu masalah keterbatasan modal RPK, biaya pengangkutan, dan atasi masalah keuangan lainnya (W1, W2, W3, W4, O2,O6)	5,09	6
6	Pencatatan keuangan RPK harus lebih proper dengan dibantu digitalisasi program RPK mobile dan kerjasama dengan UMKM lain (W5, O4, O6)	4,95	8
7	Dukungan dari Bulog seperti <i>term of payment</i> dan dinas terkait atau bank pemerintah dalam pemberian pinjaman bunga lunak (KUR) dapat meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman (S1, S2, S3, S4, S5, S6, T1,T2, T4)	5,36	3
8	Pelaku RPK wajib memiliki pengetahuan, ketrampilan mengelola toko ritel dan kemampuan pengelolaan keuangan (W1, W2, W3, W6, T1,T2, T3, T4, T5)	5,06	7



Gambar 5. Implikasi manajerial usaha RPK di Bogor

KESIMPULAN

Hasil identifikasi kekuatan utama yang memengaruhi usaha ritel mikro RPK adalah pasokan produk beras dari Bulog yang selalu tersedia, sementara kelemahan utama adalah pembelian ke Bulog dari RPK harus tunai, kemasan produk yang kurang baik pada beras medium dan keterbatasan modal pengelolaan usaha. Peluang utama adalah RPK menjual produk di luar produk Bulog untuk diversifikasi produk dan ancaman utama adalah persaingan tinggi dari toko beras dan ritel modern. Hasil analisis strategi pengembangan yang dapat diterapkan adalah strategi *Hold and Maintain*. Pada posisi ini, strategi yang tepat untuk dijalankan adalah melakukan peningkatan mutu pelayanan, pengembangan pasar, peningkatan efisiensi operasional, penguatan hubungan dengan pelanggan dan pengembangan SDM.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, NF, S. Garancang, A. Abunawas. 2023. Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1): 15-31.
- Amiruddin, MH, D. Andesta, D. Widyaningrum. 2021. Pendekatan Metode SWOT dan QSPM pada Strategi Pemasaran Produk Petis Udang (Studi Kasus: UD. Sahabat Barokah di Desa Sungonlegowo). *JUSTI (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 1(4): 489-502. doi:10.30587/justicb.v1i4.2822
- [Bapanas] Badan Pangan Nasional. 2023. Laporan Tahunan Badan Pangan Nasional Tahun 2023. [diakses 2024 Nov 15]. <https://badanpangan.go.id/>
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2023. Produksi Tanaman Padi (Ton) Tahun 2020-2023. Jakarta (ID): Badan Pusat Statistik.
- Baroto, T, C. Purbohadiningrat. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ppob Kipo Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknik Industri*, 15(1): 99-102.
- Bolstorff, P, R. Rosenbaum. 2011. *Supply Chain Excellence: A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model*. New York (US): AMACOM
- Chopra, S, P. Meindl. 2007. *Supply Chain Management: Strategic, Planning and Operation*. New Jersey (US): Pearson Prentice Hall.
- David, F. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases 13th edition*. New Jersey (US): Pearson Education.
- Fardiansyah, F. 2023. *Rantai Pasok Beras FS Jasmine PT Food Station Tjipinang Jaya*. [Tesis]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- Kinner, TC, JR. Taylor. 2010. *Marketing Research, an Applied Approach*. 4th Ed. New York (US): Mc Graw Hill
- Laksmiana, PE, I. Setyaningrum, M. Ariani. 2024. Strategi Pengembangan UMKM Kota Batu Jawa Timur Menuju Pertumbuhan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(2): 577-579.
- Lesmana, R, W. Hasbiyah. 2019. Model Analisis Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 2(1): 36-47.
- Mardiastuti, A. 2022. Mengenal rumus slovin, kapan digunakan dan contoh soal. <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal>
- Marimin, N. Maghfiroh. 2010. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. Bogor (ID): Unit Penerbit dan Percetakan IPB Press.
- Rakhman, A, M. Machfud, Y. Arkeman. 2018. Kinerja Manajemen Rantai Pasok Dengan Menggunakan Pendekatan Metode Supply Chain Operation Reference (SCOR). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. 4(1): 106-118.
- Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Cetakan Kedua puluh Empat. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rashif, M. 2024. Strategi Peningkatan Kinerja dan Mitigasi Risiko Rantai Pasok Pada Perusahaan Ritel Kebutuhan Hewan Peliharaan. [Tesis]. Bogor (ID). Institut Pertanian Bogor.
- Santoso, TP. 2013. *Analisis Strategi Pemasaran Produk Kerajinan Sepatu Pada UKM Galaksi Desa Ciapus*. Bogor.
- Sari, WM. 2019. Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) pada Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi Kasus pada Roman Indah Ukm di Padang). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(1): 86-96.
- Setyorini, H, M. Effendi, I. Santoso. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran Ws Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 5(1): 46-53.
- Telaumbanua, E. 2021. Kajian Pemberdayaan Pelaku UMKM Di Taman Jajanan Pasar Kota Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 4(2): 1045-1058.