

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di Indonesia¹. Salah satu subsektor UMKM yang berperan strategis adalah toko sembako, yang menyediakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari secara langsung.². Namun, sektor ini sering menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya efisiensi operasional, kurangnya inovasi, dan keterbatasan sumber daya manusia. Untuk menjawab tantangan ini, diperlukan pendekatan manajemen yang inklusif dan berbasis komunitas, yang tidak hanya berorientasi pada keberlanjutan toko, tetapi juga meningkatkan pendapatan anggota komunitas yang terlibat.

Manajemen inklusif berbasis komunitas merupakan pendekatan yang memberikan penekanan pada keterlibatan aktif seluruh pemangku kepentingan, mulai dari pemilik usaha, pekerja, hingga konsumen lokal. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan kolaborasi yang efektif, di mana semua pihak berkontribusi dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan, dan pengelolaan kegiatan bisnis. Manajemen inklusif berbasis komunitas telah menjadi salah satu pendekatan yang diakui efektif dalam mendukung keberlanjutan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pendekatan ini memungkinkan keterlibatan aktif semua pihak dalam pengelolaan sumber daya, sehingga tercipta rasa memiliki yang lebih besar dan distribusi manfaat yang lebih merata. Studi menunjukkan bahwa pendekatan ini mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha kecil. Contohnya adalah penelitian oleh Nurdin yang menemukan

¹ Mochammad Maulidie Alfiannor Saputera, Rahmiati Rahmiati, and Novian Adhipurna, "Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing Dan Branding Melalui Pendaftaran Merek Dagang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Panacea* 2, no. 2 (2024): 133, <https://doi.org/10.20527/jpmp.v2i2.12813>.

² Sya'diyatus Salamah and Badrudin Kurniawan, "Efektivitas Pelaksanaan Program Sembako Selama Pandemi Covid-19 (Studi Di Desa Karangwungu Lor Kecamatan Laren Kabupaten Lamongan)," *Publika* 19 (2022): 819–34, <https://doi.org/10.26740/publika.v10n3.p819-834>.

bahwa penerapan manajemen rantai pasok berbasis komunitas pada UMKM mampu meningkatkan koordinasi dengan pemasok dan konsumen, sehingga berujung pada peningkatan pendapatan toko sembako. UMKM Mangrove memperoleh pendapatan dari produksi dan penjualan jahe instan yang mereka hasilkan. Proses produksi mereka menggunakan sistem *Just In Time (JIT)*, di mana produksi hanya dilakukan berdasarkan pesanan, sehingga tidak ada stok bahan baku atau produk jadi yang disimpan. Strategi ini membantu mereka menghindari kerugian akibat produk yang tidak terjual. Produk jahe instan UMKM Mangrove dipasarkan melalui media sosial seperti Facebook dan WhatsApp Business, serta dipromosikan dalam berbagai event. Distribusi produk dilakukan secara langsung ke konsumen menggunakan motor atau mobil sewaan untuk wilayah lokal, sedangkan untuk pesanan dari luar daerah, mereka bekerja sama dengan agen pengiriman. Penelitian ini dilakukan di UMKM Mangrove yang berlokasi di Jl. Poros Palu Sabang, Dusun Tiga, Desa Enu, Kecamatan Sindue, Kabupaten Donggala, Provinsi Sulawesi Tengah. UMKM ini didirikan pada akhir tahun 2020 dan awalnya terdiri dari 21 ibu rumah tangga, namun tenaga kerja aktif saat ini berjumlah delapan orang.³.

Keterlibatan komunitas memiliki peran krusial dalam mendorong inovasi, daya saing, dan peningkatan pendapatan bagi UMKM. Dengan membangun hubungan yang erat dengan komunitas, UMKM dapat memperoleh akses ke berbagai sumber daya, jaringan, dan pengetahuan yang dapat meningkatkan kreativitas serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan komunitas memungkinkan UMKM untuk mengembangkan inovasi berbasis kebutuhan lokal, meningkatkan efektivitas pemasaran, serta memperkuat reputasi bisnis

³ Jurana Nurdin et al., “Implementasi Manajemen Rantai Pasok Pada Produksi Instan Jahe Oleh UMKM Mangrove,” *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)* 5, no. 2 (2023): 287–96, <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i2.1121>.

melalui kepercayaan dan loyalitas pelanggan⁴. Selain itu, komunitas dapat menjadi katalis bagi pertumbuhan bisnis dengan menyediakan umpan balik yang konstruktif dan menciptakan peluang kolaborasi yang lebih luas.

Selain mendorong inovasi, keterlibatan komunitas juga berkontribusi pada peningkatan daya saing dan pendapatan UMKM⁵. Ketika UMKM aktif dalam kegiatan sosial dan ekonomi komunitas, mereka lebih mudah membangun relasi dengan pelanggan serta memperluas pasar mereka. Dukungan komunitas juga dapat membantu UMKM mengakses pelatihan, pendanaan, serta infrastruktur yang mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan⁶. Selain itu, UMKM yang memiliki keterlibatan kuat dengan komunitas cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, sehingga menghasilkan peningkatan pendapatan jangka panjang. Dengan demikian, strategi bisnis yang berbasis keterlibatan komunitas dapat menjadi kunci bagi UMKM dalam mencapai kesuksesan dan keberlanjutan usaha mereka.

Secara keseluruhan, prinsip dasar berbasis komunitas dalam manajemen inklusif ekonomi bertumpu pada kerja sama, pemberdayaan individu dan kelompok, serta penguatan kelembagaan yang mendukung ekonomi lokal. Dengan adanya keterlibatan aktif anggota komunitas dan kolaborasi yang berkelanjutan, pendekatan ini dapat menjadi solusi efektif dalam menciptakan kemandirian ekonomi dan mengurangi kesenjangan sosial di berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, pemberdayaan komunitas melalui pelatihan keterampilan manajemen dan literasi keuangan juga terbukti efektif. Studi Siregar menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan manajemen SDM berbasis ekonomi kreatif dapat meningkatkan kompetensi dan

⁴ Mohammad Ridwan Rumasukun and Muhammad Yamin Noch, “The Role of Community Engagement in SME Management: A Qualitative Synthesis,” *Golden Ratio of Community Services and Dedication* 3, no. 1 (2023): 40–48, <https://doi.org/10.52970/grcsd.v3i1.605>.

⁵ Saputera, Rahmiati, and Adhipurna, “Pemberdayaan UMKM Dalam Digitalisasi Marketing Dan Branding Melalui Pendaftaran Merek Dagang.”

⁶ Arjang, Ahmad Junaidi, and Achmad Choerudin, “Business Innovation for SMEs and Community Empowerment: Strategies to Enhance Income and Quality of Life,” *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)* 1, no. 2 (2024): 133–46, <https://doi.org/10.61100/j.tirakat.v1i2.183>.

pemahaman pelaku UMKM hingga 85%, sehingga memperkuat potensi usaha kecil termasuk toko sembako⁷

Paguyuban memiliki peran signifikan dalam mendukung perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui penguatan jejaring sosial dan kolaborasi antar pelaku usaha. Dengan membangun hubungan yang erat antar anggota, paguyuban membantu UMKM dalam berbagi sumber daya, pengetahuan, dan pengalaman yang dapat meningkatkan efisiensi produksi serta daya saing usaha. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan komunitas dalam paguyuban industri tempe di Malang berkontribusi terhadap penciptaan nilai bersama (co-creation value), yang pada akhirnya meningkatkan niat beli konsumen dan loyalitas pelanggan⁸. Dengan demikian, paguyuban dapat berfungsi sebagai wadah bagi UMKM untuk memperkuat identitas bisnis mereka serta mendapatkan dukungan yang berkelanjutan dari komunitas lokal.

Selain itu, adapun industri paguyuban lain yang ada di daerah kecamatan Baron yaitu:

Tabel 1.1
Perbedaan Industri Paguyuban di Desa Jekek
Tahun 2024-2025

Nama Toko	Jenis Usaha	Nama Paguyuban	Bidang Usaha	Karakteristik Produk	Sistem Distribusi
Toko Azalea	Grosir dan Ecer	Paguyuban Sumurpandan	Makanan Ringan, Kebutuhan Rumah Tangga	Produk bervariasi, termasuk makanan beku	Jangkauan luas, bisa mencapai luar kecamatan
Toko Falabiba	Grosir dan Ecer	Paguyuban Arek (Arek Termas)	Makanan basah &	Fokus pada makanan siap saji dengan	Terbatas di wilayah lokal karena

⁷ Lina Dameria Siregar et al., “Peningkatan Kompetensi Manajemen Sdm Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Pada UMKM Songket Desa Muara Penimbung Ilir,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 5 (2022): 4065–71, <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10553>.

⁸ Ginta Ginting, “THE POWER OF COMMUNITY ENGAGEMENT FOR DELIVERING CO-CREATION VALUE (Case: Paguyuban Sentra Industri Tempe Sanan-Malang Jawa Timur),” *Jurnal of the Community Development in Asia* 5, no. 3 (2022): 72–83, <https://doi.org/10.32535/jcda.v5i3.1844>.

			frozen food	masa simpan pendek	keterbatasan daya tahan produk
Toko Jabalekat	Grosir dan Ecer	Paguyuban Sambirobyong	Makanan basah, minuman	Fokus pada makana basah yang masa simpan nya pendek	Terbatas di wilayah lokal karena keterbatasan daya tahan produk

Sumber : Data observasi oleh penulis

Industri makanan beku dan makanan siap saji di Indonesia memiliki potensi ekonomi yang signifikan seiring dengan perubahan pola konsumsi Masyarakat. Industri makanan beku mengalami pertumbuhan pesat karena meningkatnya permintaan produk yang tahan lama dan praktis untuk dikonsumsi ⁹. Hal ini mendukung potensi bisnis seperti Toko Azalea yang bergerak dalam distribusi makanan beku, di mana produk mereka lebih fleksibel dalam sistem penyimpanan dan distribusi sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas, termasuk luar kecamatan.

Sementara itu, sektor makanan siap saji juga berkembang pesat akibat gaya hidup modern yang menuntut kecepatan dan kemudahan akses makanan. Penelitian Imam Santoso menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih makanan siap saji karena kemudahan dalam konsumsi, meskipun produk ini memiliki masa simpan yang lebih pendek dibandingkan makanan beku ¹⁰. Toko Falabiba, yang fokus pada distribusi makanan siap saji, harus memiliki strategi distribusi yang lebih ketat dan efisien agar produk tetap terjaga kualitasnya hingga sampai ke konsumen.

Namun, tantangan utama dalam industri ini adalah daya jangkau distribusi yang bergantung pada jenis produk yang dijual. Produk makanan beku dari Toko Falabiba lebih mudah untuk didistribusikan ke luar kecamatan karena memiliki masa simpan yang lebih lama dan dapat disimpan dalam kondisi beku tanpa mengalami penurunan kualitas secara signifikan.

⁹ Imam Santoso, S.A Mustaniroh, and Dodyk Pranowo, “Keakrabban Produk Dan Minat Beli Frozen Food: Peran Pengetahuan Produk, Kemasan, Dan Lingkungan Sosial,” *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen* 11, no. 2 (2018): 133–44, <https://doi.org/10.24156/jikk.2018.11.2.133>.

¹⁰ Santoso, Mustaniroh, and Pranowo.

Sebaliknya, produk makanan siap saji dari Toko Jabalekat memiliki keterbatasan dalam jangkauan distribusi karena harus dikonsumsi dalam waktu singkat, sehingga distribusinya lebih terbatas pada wilayah lokal. Dengan demikian, baik industri makanan beku maupun makanan siap saji memiliki peluang besar dalam pasar Indonesia, tetapi masing-masing memiliki strategi bisnis yang berbeda dalam hal produksi, distribusi, dan pemasaran. Keberadaan paguyuban seperti Arter dapat menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing UMKM di sektor ini, terutama dalam mendukung keberlanjutan usaha dan ekspansi pasar lokal.

Dari ketiga wilayah tersebut, pengambilan studi kasus wilayah Sumurpandan ini memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan wilayah lain yakni Toko Azalea untuk diteliti adalah karena toko ini merupakan bagian dari komunitas Paguyuban di Kecamatan Baron Desa Jekek yang berfokus pada usaha kebutuhan rumah tangga, baik kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Keunikan Toko Azalea terletak pada sistem paguyuban yang mendukung kesejahteraan anggotanya melalui kesepakatan harga jual dan pengadaan bahan produksi. Selain itu, dibandingkan dengan Toko Falabiba dan Toko Jabalekat yang menjual makanan basah dengan masa simpan pendek, Toko Azalea memiliki produk dengan daya tahan lebih lama, sehingga aspek pengelolaan stok, distribusi, serta strategi pemasaran komunitasnya menjadi menarik untuk diteliti. Studi ini dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana model bisnis berbasis paguyuban mampu meningkatkan kesejahteraan anggotanya serta bertahan dalam persaingan usaha kebutuhan rumah tangga. Untuk itu, Sumurpandan menjadi wilayah industri yang tepat dalam menganalisis lebih lanjut mengenai kasus-kasus industri dalam konteks manajemen inklusif.

Pemilihan Toko Azalea sebagai objek penelitian didasarkan pada karakteristik unik yang dimilikinya dibandingkan dengan toko grosir lain di Kabupaten Nganjuk. Toko Azalea tidak hanya berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi, tetapi juga menjadi ruang kolaborasi yang mengintegrasikan nilai-nilai komunitas melalui keterlibatan aktif Paguyuban

Sumurpandan. Berbeda dari toko grosir lain yang umumnya dikelola secara individual dan bersifat hierarkis, Toko Azalea menerapkan pendekatan manajemen inklusif berbasis komunitas, di mana para anggota memiliki peran langsung dalam proses pengambilan keputusan, distribusi keuntungan, serta pengelolaan usaha sehari-hari. Hal ini menjadikan Toko Azalea menarik untuk diteliti karena menawarkan model pengelolaan alternatif yang tidak hanya fokus pada profit, tetapi juga pada penguatan sosial dan kesejahteraan bersama. Dengan demikian, Toko Azalea menjadi contoh konkret bagaimana praktik bisnis yang inklusif dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan sekaligus memperkuat solidaritas komunitas lokal.

Paguyuban Sumurpandan, sebagai salah satu komunitas ekonomi lokal, memiliki peran strategis dalam mengelola dan mendukung operasional Toko Azalea. Toko Azalea tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi barang, tetapi juga sebagai sumber penghidupan bagi anggota komunitas. Namun, tantangan yang dihadapi adalah kurangnya koordinasi yang efektif dan keterbatasan kapasitas manajerial yang inklusif di kalangan anggota komunitas. Hal ini menyebabkan potensi ekonomi yang dimiliki belum sepenuhnya termanfaatkan. Paguyuban ini terbentuk atas dasar kesepakatan bersama seluruh pelaku usaha di Dusun Sumurpandan. Keberadaannya bertujuan sebagai wadah untuk menyalurkan kesejahteraan masyarakat yang mayoritas berprofesi sebagai pengusaha di bidang kebutuhan rumah tangga, termasuk kebutuhan primer seperti makanan ringan serta kebutuhan sekunder seperti arang, tusuk sate, dan garam grosok. Kesejahteraan yang dimaksud berkaitan dengan kesepakatan mengenai harga jual serta pengadaan bahan produksi ¹¹

Era persaingan ekonomi yang semakin kompetitif, toko-toko komunitas seperti Toko Azalea di bawah naungan Paguyuban Sumurpandan memegang peran penting dalam mendukung kesejahteraan ekonomi lokal. Keberadaan

¹¹ Rahimmah Shiddiqah and Khofifatu Rohmah Adi, "Peran Paguyuban Terhadap Pertumbuhan UMKM Di Kawasan Sentral Industri Tahu Takwa Desa Tinalan Kota Kediri," *Jurnal Integrasi Dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial* 3, no. 12 (2024): 1346–55, <https://doi.org/10.17977/um063v3i12p1346-1355>.

toko ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang mendukung pendapatan anggota komunitas. Namun, tantangan seperti keterbatasan pengelolaan usaha, minimnya inovasi, dan rendahnya partisipasi aktif anggota menjadi kendala utama dalam pengembangan toko komunitas. Paguyuban Sumurpandan, sebagai salah satu komunitas ekonomi lokal, memiliki peran strategis dalam mengelola dan mendukung operasional Toko Azalea. Toko Azalea tidak hanya berfungsi sebagai pusat distribusi barang, tetapi juga sebagai sumber penghidupan bagi anggota komunitas. Namun, tantangan yang dihadapi adalah kurangnya koordinasi yang efektif dan keterbatasan kapasitas manajerial yang inklusif di kalangan anggota komunitas. Hal ini menyebabkan potensi ekonomi yang dimiliki belum sepenuhnya termanfaatkan.

Manajemen inklusif berbasis komunitas diyakini dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan ini. Dengan melibatkan semua anggota dalam pengambilan keputusan, diharapkan akan tercipta sinergi dan inovasi yang berdampak pada peningkatan pendapatan anggota serta keberlanjutan operasional Toko Azalea. Studi yang dilakukan oleh Purnomo menunjukkan bahwa komunitas yang menerapkan manajemen inklusif mampu meningkatkan pendapatan anggotanya hingga 25% dalam kurun waktu satu tahun. Namun, meskipun berbagai pendekatan ini telah terbukti efektif, implementasinya di tingkat komunitas sering menghadapi kendala, seperti rendahnya partisipasi anggota dan kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan usaha berbasis komunitas¹²

Manajemen inklusif berbasis komunitas tidak hanya berfungsi sebagai strategi untuk meningkatkan efisiensi dan pendapatan, tetapi juga sebagai bentuk penguatan kembali nilai-nilai sosial yang hidup dalam masyarakat, khususnya nilai gotong royong dan kebersamaan. Dalam konteks Paguyuban

¹² Tutur Hendra Sutiyawan, Wiwik Yunitaningrum, and Edi Purnomo, “Keterampilan Teknik Dasar Pukulan Pada Proses Pembelajaran Bulu Tangkis,” *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran* 4, no. 8 (2015): 1–15, <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb/article/view/11059>.

Sumurpandan, pendekatan ini menjadi cara yang relevan untuk menjawab tantangan ekonomi sekaligus menjaga identitas sosial komunitas. Melalui keterlibatan aktif semua anggota dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha, tercipta rasa memiliki yang kuat terhadap Toko Azalea. Hal ini mendorong semangat kerja sama dan tanggung jawab bersama yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan individu maupun kelompok. Di sisi lain, manajemen inklusif ini juga menjadi solusi yang lebih sesuai dengan kondisi sosial budaya lokal dibandingkan dengan model manajemen konvensional yang cenderung top-down. Oleh karena itu, pendekatan ini tidak hanya memperkuat aspek ekonomi komunitas, tetapi juga menjaga keberlanjutan sosial dalam jangka panjang.

Komunitas Paguyuban Sumurpandan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui sistem manajemen inklusif berbasis komunitas. Sebagai wadah pemberdayaan ekonomi, komunitas ini berfungsi untuk memfasilitasi anggota dalam mengembangkan usaha, memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Paguyuban Sumurpandan tidak hanya berperan sebagai kelompok sosial, tetapi juga sebagai ekosistem bisnis yang saling mendukung. Komunitas Paguyuban Sumurpandan di Toko Azalea menjalankan kegiatan ekonomi berbasis komunitas dengan konsep saling mendukung antaranggota. Salah satu kegiatan utama yang dilakukan adalah sistem penitipan produk di Toko Azalea, di mana anggota komunitas dapat menitipkan hasil produksi mereka, seperti makanan olahan, kerajinan tangan, atau produk rumah tangga lainnya. Dengan adanya sistem ini, para anggota memiliki akses lebih luas untuk memasarkan produk mereka tanpa harus memiliki toko sendiri, sehingga membantu meningkatkan pendapatan mereka.

Selain itu, komunitas juga aktif dalam strategi pemasaran berbasis interaksi sosial. Salah satu bentuk promosi yang dilakukan adalah dengan memperkenalkan dan menawarkan produk kepada sekumpulan ibu-ibu yang sedang berkumpul, seperti dalam acara arisan, pengajian, atau pertemuan komunitas lainnya. Pendekatan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan

penjualan, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antaranggota komunitas serta membangun kepercayaan terhadap produk lokal yang mereka tawarkan. Melalui adanya sistem penitipan produk di toko dan promosi berbasis komunitas ini, Paguyuban Sumurpandan menciptakan ekosistem bisnis yang mendukung pertumbuhan ekonomi anggotanya secara inklusif. Kegiatan ini juga membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mendukung produk lokal serta mendorong semangat kewirausahaan di kalangan anggota komunitas.

Dampak dari sistem manajemen inklusif ini terlihat jelas pada peningkatan pendapatan anggota setelah bergabung dengan komunitas. Sebelum bergabung, sebagian besar anggota mengalami keterbatasan akses pasar, modal yang minim, serta kurangnya keterampilan dalam mengelola usaha. Berdasarkan hasil mini riset dengan owner Toko Azalea dan beberapa Owner UMKM Paguyuban Sumurpandan rata-rata pendapatan individu sebelum menjadi anggota komunitas berada pada kisaran Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 per bulan. Setelah bergabung, dengan adanya pendampingan usaha dan dukungan pemasaran dari Toko Azalea, pendapatan mereka meningkat signifikan hingga mencapai Rp 3.000.000 - Rp 4.000.000 per bulan. Peningkatan ini terjadi karena adanya akses ke pasar yang lebih luas, efisiensi dalam operasional usaha, serta kolaborasi yang memungkinkan anggota untuk berbagi sumber daya dan pengalaman. Dengan demikian, penerapan manajemen inklusif berbasis komunitas terbukti tidak hanya memperkuat keberlanjutan usaha individu, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi komunitas secara keseluruhan. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta sinergi antara toko dan komunitas yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat solidaritas antaranggota. Dengan pendekatan yang kolaboratif dan terintegrasi, diharapkan toko sembako dapat menjadi lebih kompetitif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi komunitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran manajemen inklusif berbasis komunitas dalam meningkatkan pendapatan anggota

Paguyuban Sumurpandan yang dikelola oleh Toko Azalea. Melalui pendekatan ini, diharapkan tercipta sinergi antara toko dan komunitas yang tidak hanya meningkatkan pendapatan tetapi juga memperkuat solidaritas antaranggota. Dengan pendekatan yang kolaboratif dan terintegrasi, diharapkan toko sembako dapat menjadi lebih kompetitif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi komunitas.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan focus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan manajemen inklusif berbasis komunitas pada toko Azalea dalam komunitas Paguyuban Sumurpandan?
2. Bagaimana peran manajemen inklusif berbasis komunitas dalam meningkatkan pendapatan anggota dalam komunitas Paguyuban Sumurpandan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan focus penelitian diatas, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengkaji penerapan manajemen inklusif berbasis komunitas guna meningkatkan pendapatan anggota dan toko Azalea dalam komunitas Paguyuban Sumurpandan
2. Menganalisis peran manajemen inklusif berbasis komunitas dalam meningkatkan pendapatan anggota dalam komunitas Paguyuban Sumurpandan.

D. Manfaat Penelitian

1. Kegunaan Secara Teoritis

Penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai manajemen inklusif berbasis komunitas, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi Masyarakat. Memberikan wawasan baru terkait implementasi manajemen inklusif dalam komunitas lokal sebagai strategi pengembangan usaha.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi Pelaku Usaha

Memberikan strategi berbasis data untuk meningkatkan efektivitas manajemen komunitas yang berpotensi meningkatkan omset toko dan memberdayakan para anggotanya.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi serta rujukan bagi penelitian yang akan datang terkait manajemen inklusif berbasis komunitas dalam meningkatkan pendapatan toko dan UMKM

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat membantu komunitas memahami peran manajemen inklusif dalam meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha anggota mereka.

d. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman peneliti mengenai manajemen inklusif berbasis komunitas khususnya dalam meningkatkan pendapatan UMKM dan pelaku usaha, serta memberikan pengalaman dalam penyusunan karya ilmiah

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian dengan judul “Enhancing SMEs as Service Elements: Exploring Community-Centered Management Strategies” yang ditulis oleh Tia Purnamasari¹³

Hasil dari penelitian ini adalah pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan sebagai prinsip dasar pengelolaan yang berpusat pada masyarakat, menekankan pentingnya kemitraan kolaboratif dalam mendorong inovasi, akses pasar, dan reputasi merek bagi UKM. Selain itu, penelitian ini menyoroti peran modal sosial dalam membentuk hubungan bisnis-komunitas dan mendorong hasil UKM, menekankan pentingnya

¹³ Tia Purnamasari, “Enhancing SMEs as Service Elements: Exploring Community-Centered Management Strategies,” *Golden Ratio of Community Services and Dedication* 4, no. 2 (2024): 57–68, <https://doi.org/10.52970/grcsd.v4i2.592>.

membangun hubungan berbasis kepercayaan dan memanfaatkan jaringan relasional. Inisiatif berbasis lokasi muncul sebagai katalis bagi pembangunan ekonomi lokal dan kohesi sosial, yang menawarkan peluang bagi UKM untuk menciptakan nilai bersama bagi dunia usaha dan Masyarakat.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah untuk mengetahui efektivitas strategi pengelolaan yang berpusat pada masyarakat dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama membahas tentang Usaha Kecil Menengah (UMKM) yang berpusat pada masyarakat setempat.

2. Penelitian dengan judul “Fostering Inclusive Management and Community Participation: Lessons from the Field” yang ditulis oleh Stephanie D. Ortiz

¹⁴

Hasil dari penelitian ini adalah Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa pengelolaan situs budaya yang efektif memerlukan keterlibatan masyarakat secara langsung, serta pemahaman yang mendalam tentang konteks sosial dan budaya di sekitar situs tersebut.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada bidang kajian, di mana penelitian WMF lebih menitikberatkan pada konservasi budaya, sementara penelitian di Toko Azalea berfokus pada pemberdayaan ekonomi melalui manajemen komunitas. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini secara keseluruhan, meskipun fokus dan konteksnya berbeda, kedua penelitian memiliki kesamaan dalam menerapkan prinsip manajemen inklusif berbasis komunitas untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan.

¹⁴ Stephanie D. Ortiz, “Fostering Inclusive Management and Community Participation: Lessons from the Field: Fomento de La Gestión Inclusiva y La Participación Comunitaria: Lecciones Del Campo,” *Studies in Conservation*, 2024, <https://doi.org/10.1080/00393630.2024.2336792>.

3. Penelitian dengan judul “Towards Inclusive Growth: Community-Centered Management Strategies for SMEs” yang ditulis oleh Elpisah ¹⁵

Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan adanya korelasi positif antara keterlibatan UKM dalam praktik masyarakat, seperti kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) dan keterlibatan pemangku kepentingan, serta peningkatan kinerja keuangan, daya saing, dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini menyoroti peran penting budaya organisasi, komitmen kepemimpinan, dan dukungan kelembagaan dalam mendorong keterlibatan UKM dalam inisiatif pengembangan masyarakat.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini membahas Strategi Manajemen Berpusat pada Komunitas untuk UMKM. Sedangkan persamaan pada penelitian ini adalah sama-sama membahas sebuah komunitas UMKM.

4. Penelitian dengan judul “Forms of Community Engagement in Neighborhood Food Retail: Healthy Community Stores Case Study Project” yang ditulis oleh Ravneet Kaur Megan R. Winkler, dkk ¹⁶

Hasil dari penelitian ini adalah Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat yang efektif memerlukan pendekatan kolaboratif dan model bisnis inklusif, seperti koperasi atau usaha sosial. Penelitian ini menekankan pentingnya hubungan autentik antara pengecer dan komunitas untuk meningkatkan akses makanan sehat serta kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Penelitian ini menemukan lima strategi utama dalam keterlibatan masyarakat, yaitu penjangkauan, membangun hubungan dengan pelanggan, memberi kembali kepada komunitas, bermitra dengan koalisi komunitas, serta mendorong inklusivitas dan keterwakilan dalam pengambilan keputusan toko.

¹⁵ E. Elpisah, “Towards Inclusive Growth: Community-Centered Management Strategies for SMEs,” *Golden Ratio of Community Services and Dedication* 3, no. 1 (2023): 29–39, <https://doi.org/10.52970/grcsd.v3i1.606>.

¹⁶ Ravneet Kaur et al., “Forms of Community Engagement in Neighborhood Food Retail: Healthy Community Stores Case Study Project,” *International Journal of Environmental Research and Public Health* 19, no. 12 (2022), <https://doi.org/10.3390/ijerph19126986>.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada konteks dan tujuan utama penelitian. Penelitian ini berfokus pada strategi keterlibatan komunitas dalam ritel makanan untuk meningkatkan akses pangan sehat di lingkungan berpenghasilan rendah, sementara penelitian *Toko Azalea* lebih menekankan pada dampak manajemen inklusif terhadap peningkatan pendapatan anggota komunitas dalam konteks bisnis ritel. Sedangkan persamaan dari kedua penelitian ini adalah pada fokusnya terhadap keterlibatan komunitas dan pengelolaan berbasis inklusivitas. Keduanya menekankan pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan usaha untuk mencapai tujuan keberlanjutan, baik dalam aspek ekonomi maupun sosial.

5. Penelitian dengan judul “Pengembangan Model Bisnis Inklusif Berbasis Digital Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Baitul Maal Wal Tamwil (BMT)” yang ditulis oleh Hasa Cahyono ¹⁷

Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan model bisnis inklusif yang memanfaatkan teknologi digital melalui Baitul Maal Wal Tamwil (BMT) terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses layanan keuangan, serta memperkuat peran BMT dalam mendorong inklusi keuangan, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil di sektor informal.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini berfokus untuk menemukan dan merancang model bisnis yang mampu memperluas akses layanan, mempermudah proses operasional, serta mendorong keberlanjutan ekonomi inklusif melalui pemanfaatan teknologi digital dalam sistem BMT. Sedangkan persamaan pada penelitian ini adalah membahas manajemen inklusif pada sebuah organisasi.

¹⁷ Hasan Cahyono, Sustantri, and Iva Khoiril Mala, “Pengembangan Model Bisnis Inklusif Berbasis Digital Untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Baitul Maal Wal Tamwil (BMT),” *Innovative: Journal of Social Science Research* 4, no. 1 (2024): 1326–41.