

Strategi Pengelolaan UMKM Depot Isi Ulang Air Minum Bandar Rejo Guna Meningkatkan Penjualan Pada Area Kecamatan Krian

Dimas Akbar Rizqianto¹, Agus Kiswantono.²

¹Teknik Sipil, Fakultas Teknik, Universitas Bhayangkara Surabaya.
email: dim.akb.riz@gmail.com

²Dosen Universitas Bhayangkara Surabaya.
email : aguskiswantono@gmail.com

Abstrak: Dalam mempertahankan pengolahan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam melewati berbagai situasi. Dalam akhir akhir ini dikejutkan dengan adanya Pandemi *Coronavirus* yang belum berakhir. Keberadaan pandemi yang begitu besar berdampak pada ketidakstabilan ekonomi berbagai jenis pekerjaan termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) karena banyak dari mereka para UMKM yang kesulitan dalam menyetabilkan ekonomi yang berdampak penurunan pendapatan hingga mengalami kebangkrutan. Namun ada juga yang berhasil mempertahankan salah satunya UMKM Depot Isi Ulang Air Minum Banjar Rejo di Desa Jatikalang, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo. Pengambilan data tersebut menggunakan data primer berupa wawancara langsung kepada pemilik UMKM perihal strategi pengolahan UMKM tersebut mempertahankan usaha serta. Kemudian dari data hasil wawancara serta mengambil dokumentasi depot tersebut. Hasil dari wawancara menunjukkan bahwa depot isi ulang air minum tersebut sejak 2019 dengan bermodal Rp. 30.000.000 – 50.000.000. Depot tersebut tidak hanya menjual isi ulang saja melainkan juga menjual LPG 3 Kg, air minum dalam kemasan. Pendistribusi penjualan ke toko ritel serta sebagian rumah warga tanpa ongkos kirim. Harga yang dijual dalam depot yakni isi ulang air minum ke toko yaitu Rp. 2500, sedangkan ke pemakai yaitu Rp. 3000, harga cleo galon ke toko yaitu Rp.17.000, sedangkan ke pemakai yaitu Rp. 18.000, harga LPG 3kg ke toko yaitu Rp. 16.000, sedangkan ke pemakai yaitu Rp. 17.000. permasalahan yang sering dihadapi yaitu ada pengusaha depot isi ulang air minum baru, jadi diterapkan dengan harga berbeda, serta pelayanan kepada konsumen yang ramah. Dalam menanggulangi permasalahan tersebut strategi yang diterapkan yang membuat depot air minum isi ulang Bandar Rejo bisa bertahan hingga sekarang yakni pada pelayanan tersebut kepada konsumen serta menghindari pengadaan barang yang kosong yang intinya dari kedua tersebut agar konsumen.

Kata kunci: Pengelolaan, UMKM, Pandemi, Wawancara

Abstract: In maintaining the processing of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in going pass various situations. Lately, we have been surprised by the ongoing Coronavirus Pandemic. The existence of such a large pandemic has had an impact on economic instability for various types of work including Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) because many of them are MSMEs having difficulty stabilizing the economy which has resulted in decreased income leading to bankruptcy. However, there were also those who managed to defend one of them, the UMKM Banjar Rejo Refill Drinking Water Depot in Jatikalang hutment, Krian subdistrict, Sidoarjo Regency. The data collection uses primary data from interview with MSME owners regarding the MSME processing strategy to maintain business as well. Then the data from the interviews and taking the depot documentation were processed. Result from interview is the depot has been refilling drinking water since 2019 with startup capital Rp. 30.000.000 – 50.000.000. The depot does not only sell refills but also sells 3 Kg LPG, bottled drinking water. Distribution of sales to retail stores and some residents' homes without postage. The price sold at the depot is to refill drinking water at the shop, which is Rp. 2500, while the user is Rp. 3000, the price for a gallon of Cleo to the shop is Rp. 17,000, while to the user it is Rp. 18,000, the price of 3kg LPG to the shop is Rp. 16,000, while for the user it is Rp. 17,000. The problem that is often faced is that there are new refill drinking water depot entrepreneurs, so they are used at different prices, as well as friendly customer service. In overcoming this problem, the strategy implemented has made the Bandar Rejo refill drinking water depot

survive until now, namely the service to consumers and avoiding the procurement of empty goods, the essence of which is for consumers.

Keyword: Management, MSMEs, Pandemic, Interview

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yakni sektor usaha yang bisa meningkatkan serta terpadu pada bidang ekonomi bangsa. Pertumbuhan bisnis yang merintis saat ini menghadapi kondisi yang cukup memprihatinkan. Kondisi di masa pandemi Covid-19 berdampak sekali pada perekonomian dan usaha kecil. Mayoritas dari mereka para pelaku UMKM mengalami kesulitan ekonomi yang dimana mengalami penurunan dan ketidakstabilan sehingga menghambat pengelolaan keuangan mereka dan para karyawan tersebut. Kemudian kehilangan pelanggan yang menyebabkan pendapatan tersebut menurun akibat diberlakukannya *physical distancing* dan PSBB selama pandemi.

Indonesia memiliki mayoritas UMKM yang menjadi sektor utama dalam ekonomi nasional mengakibatkan dampak yang nyata selain aspek produksi serta pendapatan, melainkan juga para karyawan yang berkurang selama pandemi.(Pakpahan,2020). Selain itu, adanya permintaan pasar terhadap barang yang tidak pasti berpengaruh pada pelaku UMKM. Salah satunya adalah penduduk Kawasan desa Jaticalang pada Kecamatan Krian.

Desa Jaticalang yang terletak di kecamatan Krian dengan memiliki beragam UMKM yakni Depot isi ulang air minum Bandarrejo. Kondisi yang terjadi pada usaha tersebut mengalami kemunduran terutama sejak tahun 2020. himbauan pemerintahan mengenai *physical distancing* meminimalisir interaksi sehingga operasional UMKM terhambat dan mengurangi pembelian langsung pembeli dibanding sebelumnya. Namun pemilik UMKM Bandar Rejo menemukan cara untuk membangkitkan usaha

tersebut sehingga bisa bertahan hingga saat ini. Untuk itu penulis mengambil judul strategi pengelolaan UMKM Depot Isi ulang air minum Bandar Rejo guna meningkatkan penjualan area kecamatan Krian.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian pada depot isi ulang air minum Bandar Rejo antara lain:

1. Sejak tahun berapa depot tersebut dibuka?
2. Berapa nilai modal awal usaha tersebut?
3. Apa yang dijual dalam depot tersebut ?
4. Bagaimana pendistribusian yang diterapkan pada depot tersebut?
5. Bagaimana harga pada barang yang dijual di depot tersebut?
6. Bagaimana permasalahan yang sering terjadi selama menjalankan usaha di depot tersebut?
7. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh pemilik depot tersebut dalam mempertahankan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut tujuan berdasarkan permasalahan antara lain:

1. Mengetahui pemilik depot tersebut memulai usaha tersebut.
2. Mengetahui nilai modal awal usaha tersebut.
3. Mengetahui jenis yang dijual pada depot tersebut.
4. Mengetahui proses distribusi yang diterapkan pada depot tersebut.
5. Mengetahui harga barang yang dijual pada depot tersebut.
6. Mengetahui serta memberi solusi permasalahan yang terjadi selama menjalankan usaha di depot tersebut.
7. Mengetahui strategi yang diterapkan oleh pemilik depot tersebut dalam mempertahankan usahanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian tersebut adalah:

1. Bagi pribadi diri sendiri sebagai penulis, bisa menumbuhkan jiwa kewirausahaan.
2. Bagi instansi bisa mengembangkan pengolahan UMKM tersebut.

1.5 Batasan Masalah

Berikut batasan masalah antara lain:

1. Tidak memperhitungkan pengolahan air.
2. Tidak membahas ukuran toko dalam usaha.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Usaha Mikro Kecil Menengah

UU No 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, pembatasan bisnis yang tergolong kecil adalah bisnis yang berbasis ekonomi mandiri dan efisien yang digerakkan oleh individu atau badan usaha selain cabang dari instansi. baik langsung maupun tidak langsung memiliki, menguasai atau sebagai bisnis yang tergolong menengah ke atas dengan nilai jaringan mulai Rp 50.000.000 sampai Rp500.000.000 belum mencakup tanah dan gadeng komersial; atau memiliki omzet penjualan per tahun melebihi Rp300.000.000 hingga Rp2.500.000.000.

Di Indonesia, UMKM mempunyai kapasitas vital dalam pengaturan keuangan negara. Penyebabnya bahwa UMKM memberikan donasi terbesar bagi PDB, paling menyerap karyawan dan relatif tahan terhadap krisis keuangan. Pada saat krisis ekonomi hebat tahun 1988, banyak yang gulung tikar, tetapi banyak sektor UMKM yang masih eksis, kegiatan ekonomi UMKM di Indonesia benar-benar telah menjadi penyelamat negara yang tenggelam.

2.2 Jenis – jenis UMKM

UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, menjelaskan pengertian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah antara lain:

- 1) Usaha Mikro adalah bisnis produksi yang dikelola individu dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi syarat Usaha Mikro berdasarkan Undang-Undang ini.
- 2) Usaha Kecil adalah bisnis produksi yang independen, yakni individu atau badan usaha tidak bagian dari cabang usaha atau dari cabang usaha yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari bisnis yang tergolong menengah serta besar yang memenuhi syarat Usaha Kecil berdasarkan Undang-Undang ini.
- 3) Usaha Menengah adalah bisnis mandiri efisien, yang digerakkan individu atau badan usaha tidak berasal dari cabang usaha atau afiliasi dari usaha memiliki, menguasai, atau bagian bisnis dengan golongan menengah hingga besar yang memiliki kekayaan bersih bruto atau pendapatan pertahun seperti dipersyaratkan oleh peraturan UMKM ini.

2.3 Masalah yang Dihadapi UMKM

Permasalahan yang sering dihadapi antara lain:

- 1) Permasalahan Modal
 - a. Suku bunga pinjaman bank yang menjulang membuat angsuran menjadi harga tinggi.
 - b. Kurangnya pemberitahuan tentang sumber keuangan lembaga keuangan non-perbankan.
 - c. Dibandingkan dengan sistem dan prosedur perkreditan perbankan dan lembaga keuangan non perbankan sangat rumit dan sia-sia.
 - d. Industri perbankan tidak memberikan informasi yang lengkap tentang kriteria pengajuan kredit yang direkomendasikan, sehingga usaha kecil tidak dapat membuat proposal yang memenuhi kriteria bank.
 - e. Bank tidak mengartikan syarat usaha kecil untuk menilai kelayakan komersial, Oleh karena itu, total angsuran yang disetujui seringkali belum sesuai kriteria bisnis kecil.

- 2) Permasalahan pemasaran
 - a. Proses negosiasi wirausaha kecil dibandingkan wirausaha besar masih lemah, terpenting dalam hal biaya dan komponen dalamnya.
 - b. Himpunan wirausaha belum berinisiasi dalam mengoordinasikan kompetisi berkompeten antara perusahaanyang sama.
 - c. Informasi pemasaran barang tidak maksimal, misalnya barang yang diinginkan, keandalan pasar, prosedur pemasaran lain-lain.
- 3) Permasalahan bahan baku
 - a. Pasokan bahan baku bagi bisnis yang tergolong kecil belum memadai dan selalu berfluktuasi. Sebab, ada pelaku bisnis yang besar memborong bahan baku.
 - b. Tarif bahan baku yang begitu mahal
 - c. Dibandingkan dengan mutu bahan baku yang rendah disebabkan kurangnya memenuhi standar dan kecurangan mutu bahan baku.
 - d. Bentuk ketika transaksi bahan baku dengan menyetorkan uang secara langsung kepada penjual seringkali pedagang kecil merasa kesulitan, sementara pembayaran penjualan seringkali tidak dilakukan secara tunai.
- 4) Permasalahan teknologi
 - a. Adanya kendala untuk memperoleh dan mempertahankan tenaga kerja terampil disebabkan lembaga pendidikan dan pelatihan saat ini tidak dapat menciptakan karyawan berkompeten sesuai peminatan pelaku bisnis kecil.
 - b. Pemberitahuan referensi teknologi belum maksimal dalam hal pemerataan.
 - c. Dibandingkan dengan spesifikasi peralatan yang memenuhi pelaku bisnis merintis sulit didapat.
 - d. Khusus untuk lembaga riset teknologi yang disediakan pasar untuk usaha kecil, penerapan teknologi yang digunakan belum optimal..
- e. Tugas pemerintah, LSM, dan universitas dalam meneliti, penemuan, mempromosikan, dan menerapkan saran teknis tentang penemuan teknologi untuk usaha kecil belum jelas.
- 5) Permasalahan manajemen
 - a. Sukar untuk menemukan bentuk pengelolaan yang pantas sama keperluan dan proses pertumbuhan perusahaan karena keterampilan wirausaha belum berkompeten.
 - b. Pembatasan antara pengelolaan investasi kelompok serta usaha keluarga masih jauh dari harapan, sehingga usaha kecil mendapati resesi pengendalian dan pengelolaan arus kas serta perencanaan dan pelaporan keuangan.
 - c. Kapasitas swakelola usaha kecil dan karyawannya masih belum memadai sehingga menyebabkan pembagian kerja yang belum pasti.
 - d. Pengajaran mengenai manajemen instansi tidak efisien disebabkan oleh dokumen sangat penting tetapi tidak memenuhi kebutuhan
 - e. Produktivitas karyawan belum keterampilan menyebabkan wirausahaan kecil kesulitan mencukupi syarat dari UMR.
- 6) Permasalahan sistem birokrasi
 - a. Lisensi tidak transparan, biaya tinggi, rumit, terbatas, memakan waktu serta belum positif dan tumpang tindih dalam izin lisensi.
 - b. Penegasan dalam penerapan peraturan perundang-undangan belum terlihat dalam keadaan lapangan.
 - c. Dibandingkan dengan Pengusaha Kecil dan himpuna wirausaha kecil, mereka kurang terlibat dalam pembuatan kebijakan.
 - d. Biaya tambahan untuk pengelolaan kapitalisasi dana pendukung laba BUMN serta dasar

permodalan lainnya cukup tinggi.

e. Banyak biaya biasanya tidak datang dengan layanan yang layak.

7) Ketersediaan pembangunan

a. Listrik, air, dan telepon cukup biaya tinggi dan senantiasa terjadi gangguan ditambah penyajian buruk dari petugas.

8) Pola kerja sama

a. Perihal hubungan kerjasama antara pelaku bisnis golongan kecil serta menengah mengenai sistem pemasaran dan pembayaran untuk produk serta produk masih belum dibutuhkan.

b. Kerjasama antara ketiga jenis usaha mengenai penyaluran teknologi belum menyatu.

2.4 Depot Air Minum Isi Ulang

Mairizki (2017) menjelaskan bahwa Depot isi ulang air minum adalah jenis UMKM yang bergerak dalam bidang pengolahan air guna kebutuhan masyarakat dalam jumlah besar dan tanpa syarat.

Harga air minum dalam kemasan memiliki harga lebih rendah dibandingkan air minum dalam kemasan, bahkan hingga seperempat harga air minum dalam kemasan. Isi ulang air minum yaitu salah satu cara lain buat memenuhi kebutuhan air minum rakyat Indonesia yang sering diminati. Oleh karena itu, masyarakat memilih isi ulang air minum. Tetapi dalam hal mutu, masyarakat belum yakin kurangnya informasi yang dapat dijadikan referensi bagi masyarakat dari sisi tahapan atau lembaga pengawas mengenai pengendalian dan distribusi.

Isi ulang air minum adalah pengolahan air yang telah teruji melalui beberapa tahapan penyaringan dengan tujuan membersihkan kandungan air dari mikroorganisma tanpa melewati perebusan air agar langsung dikonsumsi. Penerapannya bisa berkepanjangan dengan penggunaan galon yang sama. DAM merupakan industri yang mengolah air langsung dari sumber, untuk diubah sebagai air yang

siap dikonsumsi serta dapat dijual ke pembeli.

2.5 Definisi Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2014) menjelaskan definisi pemasaran adalah suatu tahapan pada suatu instansi memberikan tolok ukur bagi pembeli dan menjalin relasi jangka panjang dengan pembeli yang memiliki maksud untuk mendapatkan penilaian dari pelanggan.

Tujuan dari pemasaran agar memberi kepekaan kepada pelanggan agar dapat produk tersebut relevan dan bisa dijual dengan sendirinya, yang maknanya bahwa pemasaran membuat pelanggan langsung bisa untuk dibeli sehingga memikirkan penyediaan barang agar selalu ada.

2.6 Minat Beli Konsumen

Kotler dan Keller (2009) definisi minat beli merupakan tingkah laku konsumen sebagai reaksi perihal benda yang mengindikasikan ketertarikan membeli.

Minat beli konsumen terdapat faktor yang mempengaruhinya adalah:

1. Lingkungan
2. Stimulus

Ferdinand (2002) menjelaskan bahwa minat beli diklasifikasikan menjadi:

1. Minat transaksional, yaitu orang yang memiliki minat guna membeli barang.
2. Minat referensial yaitu orang yang berkeinginan guna menyarankan orang lain untuk membeli barang tersebut.
3. Minat preferensial, yaitu tingkah laku orang yang menunjukkan keutamaan dari barang tersebut.
4. Minat eksploratif yaitu orang yang memiliki tingkat keingintahuan tinggi terhadap produk tersebut.

2.7 Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2008), kualitas produk merupakan target utama pasar, mutu berdampak secara langsung ke performa barang atau servis.

Oleh karena itu mutu mengandung relasi yang kuat dengan tingkat kesenangan pembeli. Untuk menciptakan mutu produk yang sesuai maka membutuhkan suatu standarisasi mutu agar produk tersebut menghasilkan standart berdasarkan peraturan untuk menghindari ketidakpercayaan terhadap produk tersebut.

Konsep yang diterapkan badan usaha dalam kegiatan pemasaran terdiri dari 3 bagian yaitu:

1. konsep produksi lebih menekankan bahwa pemakai memilih produk yang tersedia tersebar luas serta terjangkau.
2. Konsep barang memiliki maksud pembeli akan mengagumi barang menarik dari segi apapun.
3. Konsep penjualan, bahwa pembeli umumnya tidak akan membeli banyak produk yang dihasilkan oleh usaha tersebut, sehingga usaha tersebut lebih menekankan tingkat promosi yang menarik.

2.8 Harga

Kotler dan Armstrong (2008) menjelaskan definisi harga adalah total yang ditagih untuk produk atau layanan. secara garis besar makna harga adalah penjumlahan dari keseluruhan nilai yang dibeli klien agar menghasilkan laba yang berasal penggunaan suatu produk atau layanan.

Berikut dimensi yang mencirikan harga yaitu:

1. Harga yang bisa dijangkau oleh masyarakat.
2. Harga yang sepadan dengan mutu produk.
3. Harga yang sepadan dengan manfaat dari produk tersebut.
4. Penetapan harga berdasarkan kinerja atau daya saing harga.

2.9 Lokasi

Tjiptono (2006) definisi lokasi yaitu tolak ukur layanan terhadap kepekaan adanya perubahan ekonomi.

Berikut faktor dalam pemilihan tempat yaitu:

1. Akses, yakni lokasi mudah dijangkau dengan transportasi.
2. Visibilitas, yaitu lokasi yang mudah ditemui dan sering dilewati oleh konsumen.
3. Lalu lalang, berkaitan dengan banyaknya orang berlalu-lalang
4. Fasilitas parkir yang aman.
5. Ekspansi yaitu lahan sisa yang dapat digunakan untuk perluasan usaha kedepannya.
6. lingkungan yang menunjang adanya penjualan usaha tersebut.
7. kompetisi, yaitu lokasi pesaing.
8. Peraturan yang terkait, salah satunya terdapat pelanggaran adanya pembangunan depot air yang bersebelahan dengan pemukiman penduduk.

2.10 Kualitas Pelayanan

Kotler (2002), mengartikan pelayanan merupakan suatu tindakan yang diusulkan orang kepada orang lain dengan dasar tidak menuntut kepemilikan apapun.

Menurut Tjiptono (2011) ada lima jenis mutu dalam pelayanan antara lain:

1. Berwujud merupakan kesanggupan suatu instansi dalam mewujudkan keberadaannya.
2. Keandalan adalah kesanggupan badan usaha dalam mengimplementasikan layanan yang dijanjikan dengan cermat dan andal.

3. Ketanggapan adalah strategi pelayanan dan bantuan pelanggan yang tangkas serta ramah.
4. Jaminan dan Kepastian adalah pengetahuan, etika serta kapasitas karyawan instansi dalam menghasilkan keseriusan bagi pelanggan.
5. Empati adalah memberi perhatian tulus kepada konsumen dan berusaha dalam kepekaan terhadap keinginan pembeli.

3. METODE PENELITIAN

Lokasi

Pelaksanaan wawancara dengan pemilik depot dilaksanakan di depot isi ulang air minum Bandar Rejo terletak di Desa Jatikalang, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo.

Waktu

Waktu pelaksanaan wawancara dengan pemilik depot dilaksanakan pada hari Jum'at, 25 November 2022 pukul 16.30 – 17.30.

Metode Penelitian

Metode yang diterapkan yakni pengambilan data lapangan berupa wawancara dengan pemilik depot dan studi pustaka berupa penunjang literatur seperti jurnal dan skripsi yang terkait.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data berupa data primer yakni wawancara bersama pemilik dari depot air minum isi ulang Bandar Rejo untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

Tahapan Penelitian

Data yang dibutuhkan adalah data primer dengan berwawancara bersama pemilik depot serta mengambil dokumen pada lokasi tersebut.

Pengolahan data dengan pengambilan video ketika wawancara dan dokumen lokasi.

4. PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari wawancara dengan pemilik depot isi ulang air minum Bandar Rejo yakni:

1. Depot tersebut memulai usaha pada tahun 2019.
2. Modal awal usaha berkisar Rp. 30.000.000 – 50.000.000. untuk pembelian galon kosong, tabung gas kosong dan mesin isi ulang air minum. Foto dengan pemilik depot terdapat pada Gambar 1 dan Gambar 2
3. Menu depot tersebut menjual air isi ulang, selain itu berjualan LPG 3 Kg, dan air minum kemasan. Untuk lebih jelasnya pada Gambar 3, Gambar 4, Gambar 5, dan Gambar 6.
4. Distribusi barang penjualan dilakukan ke toko ritel dan Sebagian juga distribusi dilakukan ke rumah – rumah warga, selain itu dalam pelayanan jasa antar tersebut tidak dikenakan ongkos kirim.
5. Harga barang yang dijual berbeda-beda antara penjualan di toko dan pemakai yakni:
 - a. Air isi ulang yang dijual ke toko ritel seharga Rp. 2500, sedang ke pemakai seharga Rp. 3000.
 - b. Cleo Galon yang dijual ke toko ritel dengan harga Rp. 17.000, sedangkan ke pemakai diberi harga Rp. 18.000.
 - c. LPG 3 Kg yang dijual ke toko ritel diberi harga Rp. 16.000, sedangkan ke pemakai diberi harga Rp. 17.000.
6. Permasalahan yang sering timbul selama menjalankan usaha tersebut adanya pemain baru artinya bahwa usaha tersebut banyak atau mudah ditiru oleh orang lain maka munculah pengusaha-pengusaha baru, jadi penepatan harga yang berbeda dari pengusaha depot air yang lain. Selain

itu dalam melayani konsumen, penjual harus ramah kepada konsumen tersebut dalam pelayanan.

7. Strategi pengelolaan depot bisa bertahan hingga sekarang yaitu dalam pelayanan yang ramah sehingga pembeli tersebut mendapatkan rasa nyaman selama pembelian tersebut, serta menghindari pengadaan barang yang kosong agar tetap berjalan terus

5. KESIMPULAN

Depot Bandar Rejo dibuka pada tahun 2019 dengan bermodalkan Rp. 30.000.000 – 50.0000.000. Depot tersebut menjual isi ulang air minum dengan harga Rp. 2.500 untuk toko ritel, sedangkan Rp. 3.000 untuk pemakai, cleo galon dengan harga Rp. 17.000 ke toko ritel, sedangkan Rp. 18.000 ke pemakai, dan LPG 3 Kg dengan harga Rp. 16.000 ke toko ritel, sedangkan Rp. 17.000 ke pemakai.

Pendistribusian dilakukan ke toko ritel dan rumah-rumah warga dengan pengiriman gratis. Selama menjalani usaha terdapat masalah yang sering terjadi yaitu muncul pengusaha baru, startegi yang diterapkan yakni mengutamakan pelayanan yang ramah kepada konsumen, penerapan harga yang berbeda dengan depot yang lain, menghindari pengadaan barang kosong mampu mempertahankan usaha tersebut hingga saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aknolt Kristian Pakpahan,, 2020. *COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Universitas Katolik Parahyangan, Indonesia
- [2] Ferdinand. 2002. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- [3] Fandy Tjiptono, & Gregorius Chandra 2006, *Manajemen Pelayanan Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset
- [4] Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2*. Yogyakarta: Andi.
- [5] Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- [6] Kotler, & Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*
- [7] Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- [8] Mairizki. 2017, *Analisa Kualitas Air Minum Isi Ulang Di Sekitar Kampus Universitas Islam Riau, Jurnal Katalisator. 2(1):9-19*.
- [9] Philip Kotler, 2002, *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta