

OPTIMASI PERENCANAAN LOKASI DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM SEMBAKO LIMA SAUDARA DI PASAR SIMPANG HARU PADANG

Royan Sitanggang¹, Sri Rahayu Rahmadhani², Lusiana³

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Info Artikel

Sejarah artikel:

Received: 18 Feb 2026

Revised: 15 maret 2026

Accepted: 20 April 2026

Published: 31 Mei 2026

Kata kunci:

Keunggulan Lokasi,
Optimalisasi Efisiensi Rantai
Pasok;
Pendekatan Analisis Spasial;
dalam perencanaan fasilitas,
Perencanaan Lokasi,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi eksistensi dan optimasi spasial UMKM Sembako Lima Saudara di tengah persaingan ritel modern di Pasar Simpang Haru, Padang. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian mengeksplorasi bagaimana faktor lokasi, loyalitas pelanggan, dan adaptasi digital memengaruhi keberlangsungan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun memiliki keunggulan lokasi strategis, UMKM ini menghadapi tantangan besar dalam hal digital invisibility dan manajemen inventaris konvensional. Penguatan modal sosial dan kedekatan emosional menjadi fondasi utama pertahanan bisnis. Namun, untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang, diperlukan transformasi bertahap menuju digitalisasi layanan dan profesionalisme manajemen keuangan. Penelitian menyimpulkan bahwa kombinasi antara keunggulan spasial tradisional dan adopsi teknologi modern merupakan kunci utama bagi UMKM pasar tradisional untuk tetap relevan dalam ekosistem ekonomi kontemporer. Optimasi tata letak fisik dan penggunaan sistem pembayaran non-tunai direkomendasikan sebagai langkah taktis segera untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan efisiensi operasional di kawasan Padang Timur.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah [lisensi CC BY-SA](#).



Penulis yang sesuai:

Royan Sitanggang

Departemen ekonomi, Fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Padang, indonesia

Email: royanstg28@gmail.com

PENDAHULUAN

Di tengah dinamika ekonomi digital, sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tetap menjadi pilar utama ekonomi nasional, khususnya dalam penyediaan barang kebutuhan pokok (sembako). Di Kota Padang, pasar tradisional seperti Pasar Simpang Haru merupakan pusat perputaran ekonomi yang sangat padat. Namun, sektor retail sembako saat ini menghadapi tantangan berupa banyaknya kompetitor sejenis dengan jarak antar lokasi yang terlalu dekat, sehingga diperlukan strategi keunggulan bersaing yang matang untuk menjaga profitabilitas (Hasanah and Rahayu 2023).

Perencanaan lokasi merupakan keputusan strategis fundamental dalam manajemen operasional yang secara langsung menentukan struktur biaya serta kemampuan perusahaan untuk merespons permintaan pasar secara efisien. Secara teoretis, pemilihan lokasi yang optimal melibatkan analisis multidimensi yang mencakup aksesibilitas transportasi, kedekatan dengan

pemasok, serta kepadatan populasi target konsumen di sekitar area bisnis. Dalam konteks UMKM di pasar tradisional, perencanaan lokasi bukan sekadar penempatan fisik gerai, melainkan upaya meminimalkan hambatan spasial agar konsumen dapat menjangkau produk dengan pengorbanan waktu dan biaya transportasi yang paling rendah. Efektivitas dalam menentukan titik koordinat usaha yang strategis terbukti mampu menciptakan hambatan masuk bagi pesaing baru dan memperkuat loyalitas pelanggan melalui kenyamanan akses (Covid, Astiti, & Rahardjo 2022). Optimalisasi perencanaan lokasi juga harus mempertimbangkan faktor eksternal seperti perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi yang lebih mengutamakan kecepatan dan akses yang minim kontak fisik. Penentuan lokasi yang strategis di titik pertemuan arus kendaraan atau area dengan visibilitas tinggi menjadi aset krusial yang dapat meningkatkan peluang *market transit* atau pelanggan yang datang secara spontan saat melintas. Selain aspek fisik, perencanaan lokasi modern saat ini mulai mengintegrasikan dimensi digital melalui penandaan geografis di platform peta digital untuk mengatasi masalah *digital invisibility*. Dengan demikian, lokasi usaha tidak hanya berfungsi sebagai tempat pertukaran barang secara fisik, tetapi juga sebagai titik temu informasi yang memudahkan calon pelanggan menemukan keberadaan toko di ekosistem digital (Satu et al. 2024).

Bagi UMKM Sembako Lima Saudara yang beroperasi di lingkungan pasar tradisional yang padat, perencanaan lokasi yang matang menjadi kunci untuk memitigasi dampak persaingan dari ritel modern. Analisis spasial dalam perencanaan fasilitas sangat diperlukan untuk memastikan bahwa tata letak fisik dan posisi toko dapat memberikan kenyamanan maksimal bagi pelanggan yang mulai enggan menghadapi kerumunan atau kemacetan yang berlebihan. Penguatan strategi lokasi yang dikombinasikan dengan adaptasi teknologi, seperti sistem pembayaran non-tunai, akan memperkuat posisi tawar UMKM terhadap segmen pasar baru dari kalangan pekerja kantoran dan mahasiswa. Pada akhirnya, optimasi spasial yang tepat akan menjadi fondasi utama bagi keberlanjutan bisnis jangka panjang di tengah dinamika ekonomi kontemporer yang sangat kompetitif. (Sjahrudin dan Dahlan 2024). Bagi UMKM seperti Sembako Lima Saudara, pemilihan lokasi strategis merupakan faktor penentu kritis bagi kesuksesan usaha. Lokasi yang tepat dapat meningkatkan visibilitas bisnis, memudahkan akses pelanggan, dan memberikan dampak positif pada efisiensi biaya operasional (Setiawan and others 2025) Dalam pasar yang kompetitif, lokasi bukan sekadar alamat fisik, melainkan aset tak berwujud yang sulit ditiru oleh kompetitor, sehingga menjadi pilar utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Pratama 2022).

Kondisi di lapangan menunjukkan bahwa Pasar Simpang Haru menghadapi masalah klasik seperti aksesibilitas yang terhambat oleh kemacetan dan fasilitas yang kurang memadai, yang berdampak langsung pada daya saing pedagang di dalamnya (Muti'ah 2021). Bagi UMKM Sembako Lima Saudara, keterbatasan lahan dan penataan pasar yang organik (tidak terencana) seringkali menyebabkan aksesibilitas yang rendah bagi konsumen dan ketidakefisienan dalam proses bongkar muat barang.

Tanpa adanya optimasi perencanaan lokasi, pelaku usaha berisiko kehilangan pangsa pasar karena konsumen cenderung memilih gerai yang lebih mudah dijangkau. Oleh karena itu, manajemen operasional yang baik, termasuk optimalisasi dalam penentuan titik pelayanan, sangat diperlukan agar warung sembako tetap relevan dan mampu bersaing dengan ritel modern yang semakin menjamur (Lestari and Sari 2024). Optimasi perencanaan lokasi bagi UMKM Sembako Lima Saudara bertujuan untuk memposisikan unit usaha pada titik koordinat yang paling menguntungkan di area Pasar Simpang Haru. Keunggulan kompetitif yang dihasilkan dari lokasi yang optimal akan menciptakan efisiensi biaya logistik dan meningkatkan volume kunjungan pelanggan secara konsisten. Strategi ini menjadi sangat krusial mengingat produk sembako memiliki karakteristik diferensiasi yang rendah, sehingga kenyamanan lokasi menjadi alasan utama konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

TINJAUAN LITERATUR

Keunggulan Lokasi dan Analisis Spasial

Keunggulan lokasi merupakan aset strategis bagi UMKM yang beroperasi di kawasan padat seperti pasar tradisional. Lokasi yang optimal tidak hanya memberikan visibilitas tinggi terhadap konsumen, tetapi juga menjadi sumber daya yang sulit ditiru oleh pesaing, yang dalam teori manajemen strategis dikenal sebagai pilar keunggulan kompetitif (Pratama 2022). Untuk

menentukan titik koordinat yang tepat, diperlukan Pendekatan Analisis Spasial dalam perencanaan fasilitas. Analisis ini melibatkan evaluasi data geografis untuk memahami distribusi spasial dari permintaan pelanggan dan posisi kompetitor, sehingga pengambilan keputusan lokasi tidak lagi didasarkan pada intuisi, melainkan pada pemetaan jangkauan pelayanan yang akurat (Setiawan, 2025).

Optimalisasi Efisiensi dalam Operasional UMKM

Setelah lokasi ditentukan, aspek berikutnya yang krusial adalah Optimalisasi Efisiensi. Efisiensi dalam konteks UMKM ritel mencakup kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya yang terbatas untuk mencapai output penjualan yang maksimal dengan pemborosan yang minimal. Optimalisasi ini sangat bergantung pada bagaimana fasilitas diatur untuk mempercepat proses layanan dan meminimalkan biaya operasional harian (Lestari and Sari 2024). Di pasar yang sangat kompetitif, efisiensi bukan hanya sekadar pilihan operasional, melainkan keharusan untuk mempertahankan margin keuntungan di tengah fluktuasi harga kebutuhan pokok.

Rantai Pasok dan Integrasi Lokasi

Efisiensi operasional tersebut sangat dipengaruhi oleh manajemen Rantai Pasok yang terintegrasi. Bagi UMKM sembako, rantai pasok yang efektif menjamin ketersediaan barang (stok) secara berkelanjutan dari pemasok hingga ke tangan konsumen akhir tanpa adanya hambatan logistik yang berarti. Penentuan lokasi yang tepat sangat memengaruhi kinerja rantai pasok ini; semakin strategis posisi toko terhadap akses bongkar muat dan distribusi, maka biaya transportasi dan risiko kerusakan barang dapat ditekan secara signifikan (Hasanah and Rahayu 2023). Dengan demikian, sinergi antara analisis spasial, pemilihan lokasi, dan manajemen rantai pasok menjadi kunci utama bagi UMKM Sembako Lima Saudara untuk memenangkan persaingan di Pasar Simpang Haru.

Perencanaan Lokasi

Perencanaan lokasi merupakan keputusan strategis jangka panjang yang menentukan keberhasilan operasional dan finansial suatu unit usaha. Secara fundamental, lokasi bukan sekadar tempat fisik berdiri, melainkan instrumen untuk meminimalkan biaya logistik dan memaksimalkan aksesibilitas pelanggan. Pemilihan lokasi yang tepat melibatkan analisis terhadap kedekatan dengan pemasok (*supply side*) dan kedekatan dengan pasar (*demand side*). Dalam ekosistem pasar tradisional, lokasi yang strategis di titik keramaian mampu menciptakan efisiensi waktu bagi konsumen, yang pada akhirnya membentuk keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing (Aji & Wiwi 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengeksplorasi strategi optimasi perencanaan lokasi pada UMKM Sembako Lima Saudara. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran mendalam mengenai fenomena spasial dan dinamika persaingan di pasar tradisional yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui angka. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana posisi geografis dan aksesibilitas toko di Pasar Simpang Haru berkontribusi terhadap pembentukan keunggulan kompetitif di tengah ekspansi ritel modern. Lokasi penelitian ditetapkan secara sengaja (*purposive*) di UMKM Sembako Lima Saudara yang terletak di kawasan strategis Pasar Simpang Haru, Padang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada karakteristik wilayah pasar yang memiliki kepadatan lalu lintas tinggi dan keragaman konsumen yang dinamis. Analisis wilayah cakupan pelayanan (*hinterland*) dilakukan untuk melihat sejauh mana daya tarik lokasi toko dalam menjangkau pembeli dari berbagai zona di sekitar Kecamatan Padang Timur, sehingga efektivitas perencanaan lokasi dapat diukur secara akurat.

Data penelitian bersumber dari data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam. Observasi difokuskan pada aspek visibilitas toko, kemudahan akses kendaraan, serta pola pergerakan konsumen di sekitar titik lokasi. Sementara itu, wawancara dilakukan dengan pemilik usaha untuk menggali perspektif internal mengenai hambatan

dan peluang yang dirasakan terkait posisi fisik unit usaha saat ini. Data sekunder diperoleh dari literatur mengenai manajemen operasional dan laporan perkembangan UMKM di Kota Padang untuk memperkuat landasan teoretis.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam konteks perencanaan lokasi, data mengenai arus lalu lintas dan tata letak fisik toko diklasifikasikan untuk mengidentifikasi variabel yang paling berpengaruh terhadap kunjungan pelanggan. Peneliti juga melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk memetakan posisi strategis lokasi toko dibandingkan dengan kompetitor ritel modern yang berada dalam radius pelayanan yang sama. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil observasi fisik di lapangan dengan pernyataan dari pelanggan serta data sekunder terkait tren pasar. Hal ini sangat penting dalam analisis perencanaan lokasi untuk memvalidasi apakah persepsi pemilik mengenai "lokasi strategis" sejalan dengan kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen saat melakukan transaksi. Validasi ini memberikan dasar yang kuat untuk memberikan rekomendasi optimasi tata letak yang lebih efektif.

Dalam metode ini mencakup prosedur evaluasi terhadap integrasi teknologi dalam perencanaan lokasi fisik. Peneliti menganalisis sejauh mana penggunaan penandaan lokasi digital (*geotagging*) membantu mengatasi masalah ketidakterlihatan digital (*digital invisibility*) yang sering dialami UMKM pasar tradisional. Dengan menggabungkan analisis spasial fisik dan visibilitas digital, metode penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan model optimasi lokasi yang komprehensif, guna memastikan keberlanjutan UMKM Sembako Lima Saudara dalam ekosistem ekonomi yang semakin kompetitif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan operasional UMKM Sembako Lima Saudara secara spesifik berlokasi di Pasar Simpang Haru Padang Petak 2A 3A, Kelurahan Sawahan Timur, Padang, Sumatera Barat. Lokasi ini berada di titik pertemuan arus kendaraan yang sangat padat, menjadikannya aset strategis untuk menarik pelanggan transit yang melintasi kawasan Padang Timur. Di dalam petak tersebut, kegiatan usaha dilakukan di tengah lingkungan pasar tradisional yang memiliki karakteristik persaingan dinamis namun menghadapi masalah klasik seperti aksesibilitas yang terhambat kemacetan dan fasilitas yang kurang memadai. Pengelolaan di lokasi ini masih bersifat konvensional, di mana penataan barang di dalam toko belum maksimal dan cenderung acak, sehingga sering terjadi penumpukan pelanggan di area depan petak. Meskipun secara fisik lokasi ini sangat strategis karena kedekatannya dengan pemukiman padat, pelaksanaan bisnisnya masih mengalami kendala berupa keterbatasan lahan dan penataan yang tidak terencana. Hal ini berdampak pada efisiensi proses bongkar muat barang dan kenyamanan konsumen saat berbelanja. Untuk mengoptimalkan potensi di Petak 2A 3A, pemilik usaha perlu melakukan transformasi spasial dengan mengelompokkan produk berdasarkan kategori perputaran barang (*fast-moving* dan *slow-moving*) serta meningkatkan identitas visual toko melalui pencahayaan dan papan nama yang lebih jelas agar keberadaan toko lebih disadari oleh calon pelanggan baru. Dengan memperkuat nilai tradisional seperti layanan personal di lokasi fisik dan mengadopsi teknologi pembayaran digital, UMKM ini dapat memaksimalkan keunggulan kompetitifnya di Pasar Simpang Haru.

Dalam konteks optimasi spasial, ditemukan bahwa pengaturan tata letak barang di dalam toko belum maksimal dalam memanfaatkan psikologi belanja konsumen. Barang-barang kebutuhan pokok ditempatkan secara acak tanpa mempertimbangkan alur masuk dan keluar pelanggan, yang seringkali menyebabkan penumpukan di area depan toko. Pembinaan spasial melalui pengelompokkan produk berdasarkan kategori "*fast-moving*" dan "*slow-moving*" terbukti mampu meningkatkan efisiensi operasional. Dengan penataan yang lebih terbuka dan rapi, konsumen merasa lebih nyaman untuk mengeksplorasi produk lain di luar daftar belanja utama mereka.

Hasil observasi menunjukkan bahwa lokasi UMKM Sembako Lima Saudara berada pada titik *interchange* atau persimpangan di Pasar Simpang Haru yang memiliki volume kendaraan tinggi. Perencanaan lokasi yang menempati area depan pasar memberikan keunggulan visibilitas (daya pandang) yang maksimal bagi konsumen yang melintas. Hal ini selaras dengan teori lokasi yang menyatakan bahwa bagi bisnis ritel sembako, kedekatan dengan jalur transportasi utama adalah

determinan utama dalam mengurangi biaya pencarian (*search cost*) bagi pelanggan. Lokasi ini secara efektif menangkap segmen *captive market* dari penduduk Kecamatan Padang Timur yang menjadikan jalur tersebut sebagai rute harian.

Meskipun ritel modern memiliki keunggulan dalam pencahayaan dan pendingin udara, UMKM Sembako Lima Saudara unggul dalam aspek "jarak psikologis" dan kemudahan akses parkir cepat yang tidak dimiliki ritel besar di area padat. Perencanaan lokasi yang terintegrasi dengan ekosistem pasar tradisional memungkinkan terjadinya *cross-selling* (penjualan silang) dengan pedagang lain, seperti sayuran atau daging, yang menciptakan efisiensi belanja satu atap (*one-stop shopping*) bagi konsumen. Strategi lokasi ini menjadi benteng pertahanan utama dalam menghadapi ekspansi ritel modern yang cenderung memiliki lokasi lebih formal namun seringkali kurang fleksibel dalam hal aksesibilitas cepat bagi pembeli pasar.

Dalam perencanaan lokasi jangka panjang, UMKM ini perlu mengoptimalkan dimensi digital untuk mendukung posisi fisiknya. Saat ini terdapat celah antara lokasi fisik yang strategis dengan keberadaan di peta digital (*digital invisibility*). Optimasi lokasi tidak hanya soal titik koordinat bumi, tetapi juga soal keterbacaan algoritma pada layanan peta digital (*Google Maps*). Dengan mendaftarkan titik lokasi yang akurat dan memperbarui informasi operasional secara daring, UMKM Sembako Lima Saudara dapat memperluas radius pelayanan hingga ke konsumen yang menggunakan layanan pesan-antar, sehingga keterbatasan ruang fisik di pasar tidak lagi menjadi penghambat pertumbuhan volume penjualan.

Secara geografis, lokasi UMKM ini berada pada titik pertemuan arus kendaraan yang padat, yang merupakan aset yang belum tergarap maksimal. Pembahasan menunjukkan bahwa papan nama atau identitas visual toko sangat minim, sehingga calon pelanggan baru yang hanya melintas seringkali tidak menyadari keberadaan toko ini. Optimasi eksternal melalui pencahayaan yang lebih baik dan penanda yang jelas akan sangat membantu dalam menangkap peluang dari pasar transit (pelanggan yang singgah saat dalam perjalanan). Ini adalah langkah krusial untuk memastikan eksistensi jangka panjang di tengah padatnya arus transportasi Kota Padang. Refleksi terhadap kondisi ekonomi saat ini menunjukkan bahwa UMKM yang bertahan adalah yang memiliki resiliensi terhadap guncangan eksternal. Sembako Lima Saudara telah membuktikan daya tahannya melewati masa kritis pandemi, namun masih rentan terhadap inflasi bahan pangan yang fluktuatif. Hasil diskusi dengan pemilik menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk diversifikasi produk ke arah kebutuhan gaya hidup sehat yang mulai diminati masyarakat perkotaan. Menambah stok bahan pangan organik atau produk lokal unggulan dapat menjadi nilai tambah yang membedakan toko ini dari pesaing di sekitarnya.

Masalah klasik yang ditemukan dalam penelitian ini adalah manajemen stok yang masih bersifat insting atau berdasarkan pengamatan kasat mata saja. Hal ini sering mengakibatkan penumpukan modal pada barang yang lambat terjual dan kekosongan stok pada barang yang sedang populer. Pembahasan menyarankan penerapan sistem pencatatan sederhana, bahkan yang berbasis aplikasi smartphone gratis, untuk melacak perputaran barang secara lebih akurat. Efisiensi di tingkat ini secara langsung akan meningkatkan arus kas (*cash flow*) yang dapat digunakan untuk ekspansi atau perbaikan fasilitas fisik toko. Kekuatan terbesar UMKM Sembako Lima Saudara terletak pada modal sosial yang kuat di lingkungan Pasar Simpang Haru. Hubungan baik dengan pedagang sekitar dan ketua lingkungan setempat menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung. Dalam dunia nyata yang semakin individualistis, kohesi sosial ini merupakan aset yang sangat bernilai untuk menghadapi tekanan dari pemodal besar. Toko ini berperan bukan hanya sebagai tempat transaksi ekonomi, melainkan juga sebagai ruang interaksi sosial yang memperkuat identitas komunitas lokal di Padang Timur.

Selaras dengan program digitalisasi keuangan pemerintah, penggunaan QRIS atau transfer bank menjadi faktor krusial yang dibahas. Hasil temuan menunjukkan bahwa banyak pelanggan potensial dari kalangan mahasiswa atau pekerja kantoran di sekitar Simpang Haru yang mulai enggan membawa uang tunai dalam jumlah besar. Adopsi teknologi pembayaran digital akan menghilangkan hambatan transaksi dan memberikan citra modern pada toko. Hal ini juga membantu pemilik dalam memisahkan keuangan pribadi dan bisnis karena setiap transaksi tercatat secara otomatis dalam mutasi rekening. Pembahasan mengenai pemasaran menyimpulkan bahwa strategi "getok tular" atau

pemasaran dari mulut ke mulut masih menjadi yang paling efektif. Namun, strategi ini perlu diperkuat dengan insentif, misalnya melalui program loyalitas sederhana seperti kartu stempel belanja. Dengan memberikan penghargaan kecil kepada pelanggan setia, toko dapat memastikan retensi pelanggan tetap tinggi sekaligus mendorong mereka untuk mereferensikan toko kepada kerabat atau tetangga. Pemasaran mikro-lokal semacam ini jauh lebih tepat sasaran dibandingkan iklan umum bagi bisnis skala UMKM.

UMKM Sembako Lima Saudara sangat bergantung pada kemauan pemilik untuk melakukan transformasi bertahap. Transformasi ini mencakup modernisasi tampilan toko, adopsi teknologi komunikasi untuk layanan pesan-antar, serta manajemen keuangan yang lebih profesional. Dengan mengombinasikan keunggulan lokasi spasial di Simpang Haru dan sentuhan teknologi masa kini, toko ini tidak hanya akan sekadar bertahan, tetapi mampu tumbuh menjadi pemain utama dalam perdagangan retail tradisional di Kota Padang.

DISKUSI

Diskusi mengenai posisi strategis UMKM Sembako Lima Saudara mengungkap bahwa lokasi di Pasar Simpang Haru bukan sekadar titik koordinat geografis, melainkan pusat interaksi ekonomi yang padat. Keberadaan di jalur perlintasan utama memberikan arus pelanggan transit yang tinggi, namun tanpa identitas visual yang kuat, potensi ini tidak terkonversi menjadi transaksi maksimal. Dinamika ini menunjukkan bahwa aksesibilitas fisik harus didukung oleh daya tarik estetika toko agar mampu bersaing dengan daya pikat visual ritel modern yang lebih tertata.

Perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi yang lebih mengutamakan kecepatan dan minim kontak fisik menjadi poin diskusi krusial. Sembako Lima Saudara masih sangat bergantung pada transaksi tatap muka, yang mulai ditinggalkan oleh generasi konsumen baru yang terbiasa dengan ekosistem digital. Kesenjangan ini menciptakan risiko "*outsourcing*" pelanggan ke *platform e-commerce* jika toko tidak segera menghadirkan layanan komunikasi digital. Adaptasi teknologi bukan lagi pilihan, melainkan syarat mutlak untuk menjembatani antara layanan tradisional dan ekspektasi modern.

Salah satu temuan menarik untuk didiskusikan adalah peran modal sosial sebagai benteng pertahanan terhadap ekspansi modal besar. Hubungan timbal balik antara pemilik toko dan pelanggan setia menciptakan sistem kepercayaan yang tidak dimiliki oleh ritel berjejaring. Fleksibilitas seperti sistem piutang jangka pendek atau pesanan khusus menunjukkan bahwa aspek kemanusiaan dalam perdagangan tradisional tetap memiliki nilai ekonomi tinggi. Keunggulan ini merupakan aset intangible yang harus dipelihara sebagai pembeda utama di pasar.

Manajemen stok yang masih bersifat reaktif dan berdasarkan perkiraan visual menjadi hambatan internal yang signifikan. Ketidakteraturan ini menyebabkan inefisiensi modal dan risiko kehilangan penjualan akibat stok kosong pada item-item populer. Diskusi menyoroti bahwa penggunaan teknologi sederhana untuk inventarisasi dapat mengubah pola kerja dari defensif menjadi proaktif. Efisiensi rantai pasok melalui kolaborasi dengan pedagang lokal lain juga perlu dipertimbangkan untuk memperkuat posisi tawar terhadap supplier besar. Menekankan bahwa masa depan UMKM ini terletak pada kemampuan menyinergikan nilai-nilai pasar tradisional dengan standar pelayanan modern. Modernisasi tidak berarti menghilangkan karakteristik personal toko, melainkan memperbaiki proses di balik layar seperti pembukuan dan sistem pembayaran. Dengan mengadopsi standar higienitas dan kenyamanan ritel modern tanpa membuang kehangatan interaksi pasar tradisional, Sembako Lima Saudara dapat memposisikan diri sebagai solusi belanja yang komprehensif bagi masyarakat lokal.

KESIMPULAN

Penelitian menyimpulkan bahwa UMKM Sembako Lima Saudara memiliki ketahanan bisnis yang kuat berkat lokasi strategis di Pasar Simpang Haru dan basis pelanggan setia yang telah terbangun lama. Faktor kedekatan wilayah menjadi modal utama yang menjaga eksistensi toko dari tekanan persaingan ritel modern di sekitarnya.

Terdapat urgensi yang tinggi bagi pemilik usaha untuk melakukan digitalisasi, minimal pada aspek komunikasi dan sistem pembayaran. Ketidakhadiran di ranah digital saat ini menjadi

penghambat utama dalam menarik segmen pasar yang lebih muda dan lebih mobile di kawasan Padang Timur.

Optimasi spasial di dalam toko melalui penataan barang yang lebih sistematis terbukti dapat meningkatkan kenyamanan konsumen dan efisiensi kerja pemilik. Penataan yang baik memungkinkan aliran pelanggan yang lebih lancar dan visualisasi produk yang lebih menarik bagi pembeli.

Manajemen keuangan dan stok barang masih memerlukan perbaikan signifikan dari pola konvensional menuju sistem yang tercatat secara digital. Pemisahan keuangan pribadi dan modal usaha sangat krusial untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Keunggulan kompetitif yang paling berkelanjutan bagi Sembako Lima Saudara adalah penguatan relasi personal dan modal sosial. Nilai-nilai kepercayaan dan kehangatan interaksi khas pasar tradisional adalah elemen yang tidak bisa direplikasi oleh kompetitor ritel modern manapun.

Secara keseluruhan, UMKM Sembako Lima Saudara memiliki potensi besar untuk tumbuh jika mampu beradaptasi dengan tren pasar saat ini. Dukungan eksternal berupa pelatihan manajemen dan akses teknologi dari pihak terkait akan sangat membantu mempercepat proses transformasi usaha ini.

BATASAN

Penelitian ini memiliki batasan pada ruang lingkup geografis yang hanya berfokus pada satu unit UMKM di lingkungan Pasar Simpang Haru, sehingga temuan yang dihasilkan mungkin tidak dapat digeneralisasi secara utuh untuk seluruh UMKM di Kota Padang yang memiliki karakteristik lingkungan berbeda.

Selain itu, pengumpulan data dilakukan dalam rentang waktu tertentu yang mungkin tidak mencakup fluktuasi pasar musiman yang ekstrem. Keterbatasan akses terhadap catatan keuangan formal karena sifat usaha yang masih konvensional juga membuat analisis efisiensi ekonomi dilakukan berdasarkan estimasi dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha.

REFERENSI

- Hasanah, N, and S Rahayu. 2023. "Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Penerapan Analisis SWOT Pada UMKM Toko Sembako." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMB)*.
- Lestari, P, and D Sari. 2024. "Pengelolaan Warung Sembako: Strategi Dan Tantangan Dalam Usaha Kecil Dan Menengah." *iJurnal*.
- Muti'ah, J. 2021. "Analisis Wilayah Cakupan Pelayanan Pembeli Di Pasar Simpang Haru Kecamatan Padang Timur Kota Padang." *Jurnal Inovasi Penelitian*.
- Pratama, R. 2022. "Analisis Keunggulan Kompetitif UMKM Di Masa Pandemi Covid-19." *Management Sustainable Development Journal*.
- Setiawan, A, and others. 2025. "Optimizing Business Location for Small and Medium Enterprises Considering Travel Time Uncertainty, Natural Disasters, and Density Population." *ResearchGate*.