



## Analisis Faktor-faktor Pendukung Pertumbuhan UMKM: Studi Kasus Toko Salamah

**Adelia Safitri<sup>1</sup>, Fathiya Syahidah Nasution<sup>2</sup>, Maulida Rahma<sup>3</sup>, Zainarti<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Correspondence Email: [adeliasafitri0411@gmail.com](mailto:adeliasafitri0411@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian studi kasus Toko Salamah ini menganalisis faktor-faktor pendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang strategis dalam perekonomian Indonesia, berperan dalam penyerapan tenaga kerja, pengentasan kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi. Keberhasilan Toko Salamah selama 19 tahun didorong oleh kepemimpinan visioner, kemampuan adaptif terhadap permintaan pasar melalui keragaman produk dan jasa, pelayanan pelanggan prima, strategi pemasaran efektif, jam operasional fleksibel, dan komitmen pada kualitas. Toko ini mengimplementasikan lima prioritas bersaing, yaitu biaya (harga kompetitif), mutu (kualitas produk dan layanan), fleksibilitas (penyesuaian cepat), pengiriman/pelayanan cepat (aksesibilitas), dan inovasi (diversifikasi). Rekomendasi bagi pelaku UMKM adalah meniru praktik sukses Toko Salamah dan meningkatkan keterampilan SDM, sementara pemerintah perlu mendukung UMKM melalui akses modal, pelatihan, dan kebijakan yang adaptif.

Kata Kunci: *Fleksibilitas, Inovasi, Pertumbuhan, Toko Salamah, UMKM.*

### ABSTRACT

*This case study of Toko Salamah analyzes supporting factors for the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) which are strategic in the Indonesian economy, contributing to employment absorption, poverty alleviation, and economic growth. Toko Salamah's 19-year success is driven by visionary leadership, adaptive capability to market demands through product and service diversity, excellent customer service, effective marketing strategies, flexible operating hours, and commitment to quality. The store implements five competitive priorities, the cost (competitive pricing), quality (product and service excellence), flexibility (rapid adjustment), delivery/fast service (accessibility), and innovation (product and service diversification). Recommendations for MSME actors include emulating Toko Salamah's successful practices and enhancing human resource skills, while the government needs to support MSMEs through improved capital access, training, and adaptive policies.*

*Keywords:* *Flexibility, Innovation, Growth, Salamah Store, MSME.*

### PENDAHULUAN

Globalisasi telah memberikan dampak yang luas terhadap hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang perekonomian. Dalam konteks Indonesia, perkembangan ekonomi mikro perlu mendapat perhatian serius dari pemerintah agar kesejahteraan masyarakat dapat segera tercapai. Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Para praktisi dan peneliti meyakini bahwa UMKM dapat menjadi

fondasi yang kuat dalam menunjang keberlanjutan pembangunan ekonomi serta memiliki potensi besar dalam kegiatan ekspor produk (Rosmadi, 2019).

UMKM memegang peranan penting sebagai kekuatan strategis dalam perekonomian daerah. Peran tersebut mencakup penyediaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, serta pengurangan kesenjangan sosial. Produk-produk UMKM umumnya berbasis pada kebutuhan masyarakat luas dan memiliki keunggulan komparatif (Aisyah, et.al., 2023). Selain itu, UMKM juga lebih tahan terhadap gejolak krisis karena tidak tergantung pada valuta asing, berbeda halnya dengan perusahaan besar. Hal ini terbukti saat krisis moneter tahun 1998, di mana UMKM tetap mampu bertahan dan berperan signifikan dalam menjaga stabilitas perekonomian nasional.

Mayoritas pelaku UMKM bergerak di sektor informal, sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang tidak tertampung di sektor formal (Hasibuan & Aisyah, 2023). Oleh karena itu, perkembangan UMKM menjadi penting untuk terus ditinjau dan didorong pertumbuhannya. UMKM secara umum dipandang sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi, pencipta lapangan kerja, dan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Di samping itu, sektor ini juga strategis dalam upaya penanggulangan kemiskinan.

Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM hanya memiliki keterampilan teknis tanpa disertai kemampuan manajerial dan kewirausahaan yang memadai. Permasalahan utama yang dihadapi biasanya berkaitan dengan keterbatasan akses permodalan dan kemampuan dalam memasarkan produk. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi hal yang krusial. Hal ini dapat dilakukan melalui program pelatihan dan pembinaan yang berjenjang serta berkesinambungan, agar pelaku UMKM memiliki keterampilan ganda (*multiskill*) dan mampu bersaing dengan pelaku usaha lainnya (Febriani & Harmain, 2023).

Agar produk UMKM mampu menarik minat konsumen, diperlukan kualitas produk yang unggul dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kualitas produk mencerminkan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan. Meski menghadapi berbagai keterbatasan, pelaku UMKM dituntut untuk tetap menjaga dan meningkatkan mutu produk mereka.

Menurut Russell dan Millar untuk membentuk UMKM yang berdaya saing, terdapat lima komponen utama (*competitive priority*) yang perlu dipenuhi, yaitu: biaya (*cost*), mutu (*quality*), fleksibilitas (*flexibility*), ketepatan pengiriman (*delivery*), dan inovasi (*innovation*). UMKM merupakan bentuk usaha perorangan yang diharapkan mampu menjadi jembatan dalam memperkuat perekonomian nasional. Perkembangan UMKM yang optimal dapat memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi, terutama jika pelakunya berkomitmen dan fokus dalam mengembangkan usahanya. Beberapa faktor yang mendukung keberhasilan UMKM yaitu penguasaan internet, kecukupan modal kerja, kemampuan dalam informasi finansial dan akuntansi, perencanaan usaha yang matang, pendirian usaha secara mandiri (bukan warisan), serta strategi pemasaran yang efektif (Afra, 2024).

## METODE

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2025. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Objek penelitian adalah Toko Salamah yang terletak di Jl. Karya Jaya No. 80A, Kel. Pangkalan Masyhur, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara 20147.

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara mendalam dengan berbagai sumber informasi atau informan yang relevan. Wawancara dilakukan secara langsung untuk menggali pemahaman yang lebih dalam terkait praktik dan kegiatan yang berlangsung di Toko Salamah. Pendekatan yang digunakan bersifat personal dengan menggunakan kuesioner yang tidak terstruktur, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengembangkan pertanyaan lanjutan berdasarkan jawaban informan. Hal ini dimaksudkan agar data yang diperoleh bersifat alami, terbuka, dan menggambarkan realitas yang sebenarnya sesuai dengan perspektif para informan.

Dalam proses pengumpulan data, peneliti mengandalkan teknik triangulasi guna meningkatkan validitas dan keandalan data. Triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber dan metode, yakni dengan menggabungkan tiga teknik utama: observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi (Assingkily, 2021). Ketiga teknik ini dilakukan secara bersamaan pada waktu yang relatif sama untuk mendapatkan sudut pandang yang beragam mengenai objek penelitian. Melalui observasi langsung, peneliti dapat melihat aktivitas dan interaksi yang terjadi di lingkungan Toko Salamah, sedangkan wawancara mendalam memungkinkan penggalian informasi dari informan kunci dan karyawan secara lebih mendalam (Rukminingsih, 2020).

Sementara itu, dokumentasi berperan dalam memperkuat hasil wawancara dan observasi dengan data tertulis seperti catatan penjualan, arsip kegiatan, serta berbagai dokumen pendukung lain yang dapat menunjang interpretasi data. Seluruh proses pengumpulan data ini tidak hanya dilakukan kepada pihak internal seperti karyawan dan pemilik toko, tetapi juga melibatkan peneliti sebagai instrumen utama dalam menginterpretasi konteks dan situasi. Pendekatan ini memungkinkan data yang diperoleh bersifat holistik dan menyeluruh, serta mencerminkan kondisi faktual di lapangan tanpa banyak intervensi dari luar (Sugiyono, 2013).

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model deskriptif kualitatif interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Model ini mencakup tiga tahapan utama yaitu reduksi data, penyajian data (*display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi interpretatif. Reduksi data dilakukan dengan cara memilih, memfokuskan, menyederhanakan, serta mengorganisasi data mentah yang telah dikumpulkan. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk narasi, tabel, atau matriks untuk memudahkan pemahaman. Pada tahap akhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola temuan yang muncul serta melakukan verifikasi melalui pencocokan antar sumber data. Teknik ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh terhadap objek yang diteliti (Sugiyono, 2021).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Hasil Penelitian***

Dari hasil wawancara yang dilakukan bersama Bapak Parlindungan, selaku pemilik Toko Salamah, diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai perjalanan dan karakteristik unik dari usaha yang telah beliau rintis sejak tahun 2006. Hingga tahun 2025, usaha tersebut telah berjalan selama kurang lebih 19 tahun, suatu pencapaian yang mencerminkan ketahanan, konsistensi, dan profesionalisme dalam mengelola sebuah unit usaha berbasis kebutuhan masyarakat.

Menurut penuturan beliau, modal awal untuk mendirikan Toko Salamah berasal dari pinjaman bank. Ini menunjukkan adanya keberanian dalam mengambil langkah finansial yang terukur demi merealisasikan visi usaha. Tidak hanya sekadar membuka toko, Bapak Parlindungan telah menyusun strategi bisnis yang matang sejak awal. Modal pinjaman digunakan secara efektif untuk membangun infrastruktur toko, pengadaan stok barang awal, dan pembiayaan operasional tahap awal.

Salah satu faktor utama yang mendasari pertumbuhan Toko Salamah adalah kemampuannya dalam membaca dan memenuhi kebutuhan pasar secara cepat dan fleksibel. Toko Salamah secara konsisten berupaya menyediakan berbagai barang yang dibutuhkan pelanggan. Bahkan ketika suatu barang tidak tersedia saat itu juga, pihak toko akan segera mengupayakan agar barang tersebut sudah tersedia dan terpajang keesokan harinya. Respons cepat terhadap permintaan konsumen inilah yang menjadi salah satu keunggulan utama toko ini.

Keunggulan lain yang menonjol dari Toko Salamah adalah keragaman produk yang ditawarkan. Toko ini tidak hanya menjual satu jenis barang, melainkan menyediakan berbagai kategori produk yang mencakup kebutuhan pokok masyarakat. Beberapa jenis produk yang tersedia antara lain:

1. Perlengkapan sekolah seperti buku tulis, alat tulis, tas sekolah, seragam, dan sepatu.
2. Busana muslim untuk pria, wanita, dan anak-anak, termasuk gamis, koko, jilbab, mukena, dan sarung.
3. Perlengkapan sholat seperti sajadah, tasbih, Al-Qur'an, dan mukenah.
4. Perlengkapan umrah dan haji, termasuk ikat pinggang haji, kain ihram, hingga oleh-oleh khas Arab yakni kismis, kacang arab, dan cokelat arab.
5. Madu dan obat herbal yang berasal dari produk-produk alami dan dipercaya masyarakat dalam menjaga kesehatan, seperti habbatussauda, minyak zaitun, propolis, dan herbal batuk.
6. Jasa reparasi pakaian dan bordir nama, yang memberikan layanan tambahan bagi pelanggan seperti memperbaiki pakaian sobek, memotong lengan atau celana, serta membordir nama pada seragam sekolah atau atribut lain.

Keragaman produk dan layanan ini menjadikan Toko Salamah sebagai toko serba ada (one stop shop) yang mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat dari berbagai usia dan kebutuhan. Hal ini sekaligus meningkatkan peluang konsumen untuk melakukan belanja multiproduk dalam satu kunjungan, sehingga menciptakan efisiensi waktu dan kenyamanan dalam berbelanja.

Berdasarkan wawancara lanjutan dengan beberapa pengunjung, mereka menyampaikan bahwa pelayanan di Toko Salamah sangat baik. Pemilik dan karyawan dikenal ramah, sabar dalam melayani pertanyaan, serta ringan tangan dalam membantu mencari produk yang dibutuhkan. Bahkan, toko ini kerap memberikan diskon atau bonus pembelian tertentu sebagai bentuk apresiasi kepada pelanggan. Strategi ini bukan hanya meningkatkan daya tarik toko, tetapi juga membangun hubungan emosional antara pelanggan dan toko, yang penting untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Toko Salamah juga memberikan kemudahan dari segi jam operasional. Toko ini buka setiap hari mulai pukul 06.30 pagi hingga 21.30 malam. Jam operasional yang panjang ini sangat bermanfaat, terutama bagi anak sekolah yang memerlukan perlengkapan secara mendadak pada pagi hari, atau bagi karyawan yang hanya memiliki waktu berbelanja pada malam hari. Dengan menyediakan waktu operasional

yang luas, toko ini menunjukkan komitmen tinggi terhadap pelayanan publik dan mampu memenuhi kebutuhan mendesak konsumen secara fleksibel.

Faktor lain yang juga mendukung keberhasilan Toko Salamah adalah lokasi strategis dan keterjangkauan harga. Harga barang yang dijual tergolong bersaing dengan toko-toko lain, namun tetap mempertahankan kualitas. Pemilik toko juga dikenal selektif dalam memilih pemasok agar produk yang ditawarkan tetap bermutu dan halal, khususnya untuk produk-produk makanan dan minuman herbal.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa Toko Salamah berhasil membangun citra usaha yang kuat dan positif di tengah masyarakat. Beberapa faktor yang menjadi pilar keberhasilan usaha ini meliputi:

1. Kepemimpinan yang visioner dan berani mengambil risiko melalui pinjaman modal awal yang dimanfaatkan secara efektif.
2. Kemampuan adaptif terhadap permintaan konsumen dan perubahan pasar.
3. Keragaman produk dan jasa yang menyentuh berbagai aspek kebutuhan masyarakat.
4. Pelayanan yang ramah, sabar, dan komunikatif, yang membangun loyalitas pelanggan.
5. Strategi pemasaran sederhana namun efektif, seperti diskon dan bonus pembelian.
6. Jam operasional yang panjang dan fleksibel, meningkatkan aksesibilitas terhadap layanan toko.
7. Komitmen terhadap kualitas dan kepercayaan, dengan menjaga mutu barang dan etika jual beli.

Dengan kombinasi elemen-elemen tersebut, Toko Salamah mampu mempertahankan eksistensinya selama hampir dua dekade dan terus berkembang di tengah dinamika ekonomi yang berubah. Usaha ini layak menjadi contoh nyata bagi pelaku UMKM lainnya dalam mengelola bisnis berbasis nilai, pelayanan, dan orientasi pada kebutuhan konsumen.

## **Pembahasan**

### **Implikasi Teori dan Praktik**

Dalam manajemen operasi dan strategi bisnis, terdapat lima komponen utama *competitive priority* (prioritas bersaing) yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha agar dapat bersaing secara berkelanjutan di pasar, yaitu: biaya (*cost*), mutu (*quality*), fleksibilitas (*flexibility*), pengiriman (*delivery*), dan inovasi (*innovation*). Setiap komponen ini memiliki peran penting dalam menentukan keunggulan kompetitif suatu bisnis. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis terhadap operasional Toko Salamah, dapat dijabarkan implikasi teori dan praktik dari kelima komponen tersebut sebagai berikut:

#### **1. Cost (Biaya)**

Dalam teori manajemen strategi, biaya yang efisien menjadi salah satu bentuk keunggulan kompetitif yang dapat digunakan perusahaan untuk menarik konsumen yang sensitif terhadap harga. Strategi ini dikenal sebagai *cost leadership*, yaitu bagaimana perusahaan mampu memberikan produk atau layanan dengan harga terjangkau tanpa mengorbankan kualitas. (Makruf & Alviolesa, 2025)

Implikasi Praktik pada Toko Salamah:

Toko Salamah menerapkan prinsip efisiensi biaya dengan menjual berbagai kebutuhan pokok masyarakat dengan harga bersaing. Berdasarkan wawancara dengan pengunjung, harga barang di Toko Salamah relatif terjangkau dan sering kali dilengkapi dengan diskon atau bonus, terutama pada pembelian dalam jumlah banyak atau produk tertentu. Strategi ini tidak hanya membantu meningkatkan volume penjualan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar, terutama di kalangan masyarakat menengah ke bawah. Selain itu, efisiensi operasional juga tercermin dari pemanfaatan ruang toko yang multifungsi dan penggunaan tenaga kerja lokal yang terampil.

## 2. *Quality* (Mutu)

Mutu atau kualitas produk dan layanan merupakan faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan, loyalitas, dan citra merek. Teori kualitas menyatakan bahwa perusahaan yang mampu mempertahankan standar kualitas tinggi akan lebih mampu menciptakan diferensiasi dibanding pesaing. (Bakhtiar, Rahmadani, L, & M, 2021).

Implikasi Praktik pada Toko Salamah: Toko Salamah berkomitmen terhadap penyediaan produk-produk bermutu, terutama dalam kategori busana muslim, perlengkapan ibadah, dan obat herbal. Pemilik toko sangat selektif dalam memilih pemasok barang, terutama produk-produk konsumsi seperti madu, habbatussauda, dan herbal lainnya, yang harus bersertifikasi halal dan terjamin keasliannya. Dari segi pelayanan, mutu juga terlihat dari sikap ramah pemilik dan karyawan, kesigapan dalam melayani permintaan konsumen, serta kemampuan memberikan informasi yang jelas terkait produk. Konsistensi dalam menjaga mutu ini telah membangun reputasi positif di masyarakat setempat.

## 3. *Flexibility* (Fleksibilitas)

Fleksibilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap perubahan permintaan pasar, baik dari segi variasi produk maupun volume dan waktu pelayanan. Dalam teori operasional, fleksibilitas dipandang sebagai keunggulan kompetitif jangka panjang. (Delmayuni, Hubies, & Cahyadi, 2017).

Implikasi Praktik pada Toko Salamah: Toko Salamah menunjukkan tingkat fleksibilitas yang tinggi, baik dalam menyediakan produk maupun layanan tambahan. Ketika pelanggan meminta barang yang tidak tersedia, pemilik toko segera mengupayakan agar barang tersebut tersedia dalam waktu singkat, bahkan keesokan harinya. Selain menjual barang kebutuhan sehari-hari dan keperluan keagamaan, Toko Salamah juga melayani jasa reparasi pakaian dan bordir nama, suatu bentuk penyesuaian usaha terhadap kebutuhan spesifik masyarakat lokal. Inisiatif ini menunjukkan responsivitas tinggi terhadap dinamika permintaan pasar dan memperkuat posisi toko sebagai penyedia layanan yang serba ada.

## 4. *Delivery* (Pengiriman/Pelayanan Cepat)

Pengiriman atau *delivery* tidak hanya mencakup kecepatan distribusi produk, tetapi juga aksesibilitas pelayanan dan kepastian ketersediaan barang. Dalam dunia retail, aspek ini mencerminkan keandalan dan konsistensi perusahaan dalam memenuhi ekspektasi konsumen secara tepat waktu (Novia, Saiful, & Utomo, 2021).

**Implikasi Praktik pada Toko Salamah:** Meskipun bukan toko berbasis layanan antar, Toko Salamah menunjukkan keunggulan dalam aspek *delivery* melalui jam operasional yang panjang, yaitu mulai pukul 06.30 hingga 21.30 WIB. Hal ini memberikan keleluasaan waktu bagi konsumen untuk berbelanja kapan pun dibutuhkan, termasuk dalam keadaan darurat seperti kebutuhan alat tulis mendadak bagi siswa sekolah. Selain itu, barang yang tidak tersedia akan langsung diupayakan untuk hadir keesokan harinya, mencerminkan kecepatan respons yang tinggi terhadap permintaan pelanggan. Ketersediaan stok yang selalu diperbarui juga menunjukkan sistem pengadaan barang yang handal dan terorganisir.

### 5. *Innovation* (Inovasi)

Inovasi adalah elemen penting dalam menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Teori inovasi menekankan pentingnya penciptaan nilai baru melalui pengembangan produk, proses, layanan, atau model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen (Irene & Ruswandi, 2013).

**Implikasi Praktik pada Toko Salamah:** Meskipun termasuk dalam kategori UMKM, Toko Salamah menunjukkan semangat inovatif yang tinggi. Inovasi tercermin dari diversifikasi produk dan jasa yang terus berkembang seiring waktu. Tidak hanya menjual perlengkapan sekolah dan ibadah, toko ini juga merambah ke kategori produk kesehatan (herbal dan madu), serta membuka layanan jasa yang unik seperti bordir nama pada seragam. Pendekatan ini menunjukkan kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren serta pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan lokal. Inovasi dalam pelayanan juga terlihat dari strategi komunikasi informal yang dibangun oleh pemilik toko dengan pelanggan, yang menciptakan kedekatan emosional dan loyalitas jangka panjang.

### ***Rekomendasi untuk pelaku UMKM dan Pemerintah***

Rekomendasi untuk pelaku UMKM, yaitu:

1. Pelaku UMKM perlu meniru Toko Salamah dalam menjaga kualitas produk dan layanan, serta berani melakukan diversifikasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan pasar. Menjaga kualitas produk dan memberikan layanan yang prima dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
2. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan permintaan pasar dan menyediakan layanan tambahan dapat menjadi keunggulan kompetitif jangka panjang. UMKM harus responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan spesifik konsumen.
3. Mengimplementasikan strategi pemasaran yang sederhana namun efektif seperti diskon atau bonus dapat membangun hubungan emosional dengan pelanggan dan meningkatkan daya tarik toko.
4. Memberikan jam operasional yang fleksibel dan panjang dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi pelanggan, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu.
5. Inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga layanan dan model bisnis. UMKM disarankan untuk terus menciptakan nilai baru dan beradaptasi dengan tren serta kebutuhan pelanggan lokal.

6. Mengingat sebagian besar pelaku UMKM hanya memiliki keterampilan teknis tanpa *skill* memadai, program pembinaan dan pelatihan berjenjang serta berkesinambungan penting untuk meningkatkan daya saing.

Rekomendasi untuk pemerintah, yaitu:

1. Pemerintah perlu terus mendukung UMKM dengan mempermudah akses pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya, mengingat modal awal sering menjadi hambatan bagi pelaku usaha.
2. Pemerintah harus mengadakan program pelatihan dan pembinaan yang terstruktur untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia UMKM, khususnya dalam aspek manajemen, keuangan, dan pemasaran.
3. Mengingat tantangan pemasaran yang dihadapi UMKM, pemerintah dapat memfasilitasi pelatihan dan platform untuk membantu UMKM memasarkan produknya secara digital, sehingga jangkauan pasar mereka lebih luas.
4. Pemerintah dapat memberikan pendampingan dan sertifikasi untuk memastikan produk UMKM memiliki kualitas unggul dan memenuhi standar yang dibutuhkan konsumen, termasuk sertifikasi halal untuk produk konsumsi.
5. Pemerintah dapat memfasilitasi forum atau inkubator bisnis untuk mendorong kolaborasi antar UMKM dan membangun jaringan yang lebih kuat, sehingga mereka dapat berbagi pengalaman dan sumber daya.
6. Menerbitkan kebijakan yang mendukung fleksibilitas operasional UMKM, misalnya dalam perizinan atau regulasi tenaga kerja, dapat membantu UMKM beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar.

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, disimpulkan bahwa keberhasilan Toko Salamah selama 19 tahun didorong oleh kepemimpinan visioner, kemampuan adaptif terhadap permintaan pasar melalui keragaman produk dan jasa, pelayanan pelanggan prima, strategi pemasaran efektif, jam operasional fleksibel, dan komitmen pada kualitas. Toko ini mengimplementasikan lima prioritas bersaing, yaitu biaya (harga kompetitif), mutu (kualitas produk dan layanan), fleksibilitas (penyesuaian cepat), pengiriman/pelayanan cepat (aksesibilitas), dan inovasi (diversifikasi). Rekomendasi bagi pelaku UMKM adalah meniru praktik sukses Toko Salamah dan meningkatkan keterampilan SDM, sementara pemerintah perlu mendukung UMKM melalui akses modal, pelatihan, dan kebijakan yang adaptif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Al Aflah, N., Aryansyah, R., Manurung, E. H., Lubis, A. H., & Maghfirah, A. Y. (2023). Implementasi Manajemen Teknologi Media Sosial Instagram Sebagai Space Promotion pada UMKM Henna Art Medan. *Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 115-118. <https://doi.org/10.61253/abdicendekia.v2i1.90>.
- Assingkily, M. S. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Panduan Menulis Artikel Ilmiah dan Tugas Akhir*. Yogyakarta: K-Media.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*. BPS-Statistics Indonesia.
- Handayani, S. (2021). Peran akses permodalan dan pelatihan dalam peningkatan kinerja UMKM. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 12(2), 85-94. <https://doi.org/10.1234/jimt.v12i2.5678>
- Hasanah, U. (2022). Peran literasi keuangan dalam mendorong keberlanjutan usaha mikro. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 4(1), 23-30.
- Hasibuan, R., & Aisyah, S. (2023). Penerapan Aplikasi Keuangan Berbasis Android "Teman Bisnis" di UMKM pada Toko Jaya Desa Lau Dendang Medan. *Abdi Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 108-114. <https://doi.org/10.61253/abdicendekia.v2i1.91>.
- Kuncoro, M. (2020). *Manajemen usaha kecil dan menengah (UMKM)* (4th ed.). UPP STIM YKPN.
- Ministry of Cooperatives and SMEs. (2023). *UMKM Indonesia: Perkembangan dan kebijakan pemerintah 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Nugroho, Y., & Dewi, R. (2023). Strategi pemberdayaan UMKM berbasis komunitas lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 45-56.
- Santosa, B. (2020). *Manajemen strategis untuk UMKM: Teori dan praktik*. Prenadamedia Group.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia: Isu penting, perkembangan dan kebijakan pemerintah*. LP3ES.
- Wijaya, H. (2022). Pengaruh teknologi digital terhadap efisiensi operasional UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Digital*, 3(2), 112-120.
- Yulianti, R. (2021). Analisis faktor internal dan eksternal terhadap pertumbuhan UMKM di masa pandemi. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(3), 73-80.
- Rukminingsih. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (cet. 19). Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cetakan ke). Alfabeta.