

## Strategi Manajemen Pengembangan Usaha Perlengkapan Bayi di Toko Latansa Collection

Zaitullah <sup>1\*</sup>, Abdurrahman <sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia  
Jl. Raya Telang - Kamal, Bangkalan, Indonesia

\*Email: [230721100176@trunojoyo.ac.id](mailto:230721100176@trunojoyo.ac.id); [abur.rohman@trunojoyo.ac.id](mailto:abur.rohman@trunojoyo.ac.id)

Received 20 Maret 2025 | Revised 2 April 2025 | Accepted 18 Mei 2025

### Abstrak

Latansa Collection adalah toko yang baru dirintis dan menyediakan perlengkapan bayi yang cukup lengkap di kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi manajemen pengembangan usaha yang digunakan dalam usaha perlengkapan bayi ditoko Latansa Collection juga bertujuan untuk mengetahui cara mengembangkan bisnis bagi usaha yang baru saja dirintis. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan di toko Latansa collection yaitu dengan cara melakukan analisis secara mendalam terhadap peluang dan tantangan dari sebuah rencana sebelum membangun dan mengembangkan suatu usaha, dengan mengetahui peluang usaha yang ada disekitar memberikan kemudahan dalam merintis usaha baru, Latansa Collection menawarkan pelajaran berharga bagi pengusaha pemula tentang bagaimana menjadi sukses dengan memilih kekurangan di Pasar yang belum dieksplorasi, membangun hubungan langsung dengan distributor, dan menyediakan layanan yang ramah sesuai kebutuhan lokal. Memiliki strategi yang tepat, ketekunan, dan kepekaan terhadap peluang adalah faktor yang lebih penting daripada jumlah modal yang ada. Prinsip-prinsip ini dapat menjadi fondasi kuat bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Penerapan metode bauran pemasaran yang tepat juga menjadi salah satu strategi yang baik dalam pengembangan usaha, Implikasi dari artikel ini yaitu memaparkan tips beberapa strategi pengembangan bagi Masyarakat yang ingin membangun usaha baru

**Kata Kunci:** Pengembangan usaha, manajemen, latansa collection

### Abstract

*Latansa Collection is a newly pioneered store and provides quite complete baby equipment in Lenteng sub-district, Sumenep Regency. This study aims to determine the business development management strategy used in the baby equipment business at the Latansa Collection store also aims to find out how to develop a business for a business that has just been started. This study uses a qualitative approach method with data collection techniques using interviews and observations. The results showed that the business development strategy carried out at the Latansa collection store is by conducting an in-depth analysis of the opportunities and challenges of a plan before building and developing a business, by knowing the business opportunities around it makes it easy to start a new business, Latansa Collection offers valuable lessons for novice entrepreneurs on how to be successful by choosing shortcomings in unexplored markets, building direct relationships with distributors, and providing friendly services according to local needs. Having the right strategy, perseverance, and sensitivity to opportunities are more important factors than the amount of capital at hand. These principles can be a strong foundation for sustainable business growth. The application of the right marketing mix method is also one of the good strategies in business development. The implication of this article is to provide tips on several development strategies for people who want to build a new business.*

**Keywords:** Business development; management; latansa collection



## PENDAHULUAN

Populasi penduduk di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 281.603,8 jiwa, dan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yakni 278.696,2 pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistika, 2024). Pertumbuhan populasi yang signifikan ini dapat menjadi potensi besar untuk pembangunan ekonomi lokal, terutama jika diiringi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia, kesehatan, pendidikan, dan infrastruktur yang memadai untuk mendukung kebutuhan.

Madura sebagai bagian dari Indonesia memiliki jumlah populasi penduduk terbanyak dengan angka kelahiran yang tinggi. Sumenep sebagai salah satu kabupaten di pulau Madura menurut badan pusat statistik pada tahun 2020 angka kelahirannya mencapai 2,12. (Badan Pusat Statistika, 2023) Dibandingkan dengan daerah lain di Kabupaten Sumenep, Kecamatan Lenteng memiliki tingkat kelahiran yang tinggi yaitu dengan angka 631 kelahiran pada tahun 2024, hal ini menempati peringkat ke-8 dari seluruh wilayah di kabupaten Sumenep (DisDucapil Sumenep, 2025) Keluarga besar sering kali menjadi bagian penting dari struktur sosial, yang menunjukkan dinamika sosial dan budaya di masyarakat setempat. Faktor-faktor seperti akses ke layanan kesehatan reproduksi, tingkat pendidikan, dan kesadaran akan perencanaan keluarga juga dapat berkontribusi pada peningkatan angka kelahiran ini.

Dampak dari angka kelahiran yang tinggi dapat menjadi potensi besar untuk mendorong peningkatan permintaan terhadap produk-produk seperti pakaian bayi, perlengkapan tidur, susu formula, dan peralatan lainnya. Selain itu, kehadiran toko atau bisnis perlengkapan bayi di berbagai daerah menjadi sangat penting untuk mendukung kesejahteraan ibu dan anak, khususnya di wilayah-wilayah dengan akses terbatas terhadap fasilitas dan produk tersebut. Namun ketidaktersediaan barang-barang kebutuhan dapat menyebabkan masalah jika tidak dengan cepat ditangani. Tingginya angka kelahiran di wilayah Lenteng tidak diimbangi dengan keberadaan toko yang menyediakan perlengkapan bayi, sehingga Masyarakat mengalami kesulitan.

Upaya yang dapat dilakukan agar kesejahteraan masyarakat tercapai dan tidak kesulitan dalam memenuhi kebutuhan terhadap perlengkapan bayi, adalah dengan mendirikan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat karena mereka memiliki kemampuan untuk bertahan dalam situasi apapun dan berkontribusi pada kesejahteraan Masyarakat (Kadeni & Srijani, 2020). Latansa Collection adalah salah satu toko yang menyediakan perlengkapan bayi yang terletak di depan lapangan sepak di jalan Sar Perreng Selatan, Lenteng Timur, Kec. Lenteng, sebagai suatu UMKM yang baru berdiri pada tahun 2019 dan merupakan satu-satunya yang ada di daerah tersebut, tentunya perlu kajian mendalam tentang potensi dan manajemen pengembangan usaha yang dilakukan oleh toko Latansa Collection.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Misni Saifudin pada tahun 2018 di Rumah Makan Purnama Raya H. Salsabila di Lebak Bandung Jelutung difokuskan pada tiga aspek utama: rencana pengembangan bisnis, tantangan yang dihadapi, dan tinjauan ekonomi Islam tentang praktik bisnisnya. Studi ini menunjukkan bahwa bisnis menggunakan strategi yang sesuai dengan prinsip syariah untuk meningkatkan pendapatan dengan menggunakan strategi produk, harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Namun, ada beberapa hambatan, seperti kekurangan manajemen operasional, sumber daya manusia yang buruk, dan persaingan ketat (Misni Saifudin et al., 2023).

Dalam artikel yang diteliti oleh Agnes Jevi Rialita terhadap bisnis Batik Tulis Canting Batik Metro pasca pandemi COVID-19. Dengan fokus utama dari artikel ini adalah manajemen pengembangan usaha, yang mencakup pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan, pembuatan produk baru yang inovatif, dan memperluas jangkauan pasar melalui e-commerce

dan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun menghadapi tantangan seperti penurunan permintaan dan masalah logistik, upaya pengembangan bisnis secara strategis telah membantu meningkatkan pendapatan dan daya saing (Rialita, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Adi Suparwo 2018, terhadap usaha perlengkapan baju bayi yang dilakukan oleh toko Indra Collection di Bandung. menunjukkan bahwa terbatasnya modal, kekurangan sumber daya manusia, dan kurangnya akses ke pemasaran adalah masalah utama yang diangkat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan modal yang bijak, pendampingan, dan pembinaan yang tepat sangat penting untuk mendukung kemajuan UMKM. Dengan strategi yang efektif, industri kecil ini diharapkan dapat berkembang, mengatasi tantangan, dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi masyarakat secara keseluruhan (Suparwo et al., 2018).

Kekurangan dalam penelitian yang dilakukan oleh ketiga peneliti tersebut yaitu lebih fokus pada strategi usaha dan tantangan dalam menjalani usaha, Penelitian tidak membahas bagaimana cara mengembangkan usaha yang masih terbilang baru dirintis, serta tidak ada penjabaran tentang strategi agar usaha tersebut semakin eksis. Sebagai pelaku usaha yang baru dibangun pasti memiliki tantangan tersendiri, seperti menentukan jenis usaha yang akan dipilih, mengetahui peluang usaha di pasar, menyusun konsep pemasaran, dan yang terpenting adalah bagaimana cara membangun kepercayaan pelanggan di pasar baru. Maka dalam penelitian ini peneliti mengangkat suatu permasalahan, yaitu Bagaimana strategi manajemen pengembangan usaha yang dilakukan oleh toko latansa collection. Adapun tujuannya untuk proses untuk mengetahui pengembangan usaha perlengkapan bayi serta memberikan wawasan tentang strategi bisnis untuk usaha yang baru dirintis. Implikasi dari artikel ini yaitu memaparkan tips beberapa strategi pengembangan bagi Masyarakat yang ingin membangun usaha baru.

## METODE

Metode Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, Data kualitatif adalah informasi naratif yang diperoleh dari sumber relevan. Analisis data relatif biasanya dengan narasi wawancara. Data berupa dokumen baik mengenai biografi maupun peristiwa yang melibatkan sekelompok orang selalu mewarnai analisis kualitatif. Data yang dilibat dalam analisis adalah data hasil observasi, dokumen, literatur-literatur dan karya-karya lain dari perpustakaan (Nuriman et al., n.d.)

Penggalan data dilaksanakan dalam penelitian ini melalui wawancara, yang telah dilakukan pada tanggal 05 April 2025 pada usaha perlengkapan bayi di toko Latansa Collection. Pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan lokasi penelitian ini merupakan satu-satunya tempat yang menyediakan perlengkapan bayi di daerah Lenteng. Data sekunder juga digunakan dalam penelitian ini sebagai rujukan dari peneliti dan laporan terkait.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Latansa Collection menggunakan strategi manajemen dalam pengembangan bisnisnya, dari hasil wawancara kepada owner toko didapatkan bahwa seorang pengusaha harus selalu dapat melihat peluang dan potensi di sekitarnya, dengan menggunakan analisis SWOT dengan beberapa penjelasan berikut:

- a. *Strengths* (Kekuatan) dari segi peluang dan kekuatan membangun usaha di daerah lenteng bisa dikatakan sangat kuat karena di daerah Lenteng belum terdapat toko yang fokus penjualannya hanya dibagian perlengkapan bayi saja, sehingga toko Latansa Collection menjadi satu-satunya pelopor usaha perlengkapan bayi di daerah Lenteng. Karena fokus penjualan hanya pada perlengkapan bayi membuat toko ini ramai diburu oleh para orang tua yang memiliki bayi karena sulitnya kases mendapatkan toko yang menjual semua perlengkapan bayi, dan respon Masyarakat sangat antusias, hal ini bisa dilihat dari jumlah

- pengunjung yang setiap harinya ramai, dengan omset sekitar 50.000.000 perhari (dari data keuangan usaha). Toko Latansa Collection tidak hanya menyediakan perlengkapan bayi saja tapi juga kebutuhan ibu mulai dari kehamilan, melahirkan dan menyusui, sehingga toko ini menjadi pilihan favorit bagi semua keluarga yang akan memiliki anak atau yang memiliki anak balita.
- b. *Weaknesses* (Kelemahan) Sebagai toko yang baru saja dirintis tentunya masalah brand belum terlalu kuat, dan belum begitu dikenal didaerah tersebut, keterbatasan modal menjadi kelemahan kedua Dimana dalam hal ini bisa dinyatakan bahwa semua usaha yang baru dirintis masih belum memiliki kekuatan permodalan yang baik. Usaha toko Latansa Collection memanfaatkan jenis pembiayaan yang ada di perbankan, pemilik usaha dalam menjalankan bisnisnya Sebagian besar masih menggunakan dana pinjaman. Akses infrastruktur yang kurang memadai juga menjadi kendala utama dalam pengembangan usaha, sebab di daerah Lenteng Kabupaten Sumenep umumnya di Kawasan Madura terdapat banyak akses jalan yang rusak membuat pengiriman barrang dari distributor dari luar madura menjadi terhambat, yang terakhir belum sepenuhnya mengetahui pemanfaatan sistem digital, meski dalam proses transaksi sudah menggunakan mesin otomatis, namun dari segi pemasaran belum menggunakan digitalisasi.
  - c. *Opportunities* (Peluang) Kecamatan Lenteng memiliki tingkat kelahiran yang tinggi yaitu dengan angka 631 kelahiran pada tahun 2024, data ini enjadi sebuah rujukan bahwa peluang usaha dalam berbisnis perlengkapan ibu hamil dan bayi sangat baik, sebagai satu-satunya toko yang fokus penjualannya di usaha perlengkapan bayi toko ini memiliki peluang besar jika mau bekerja sama dengan para bidan atau Puskesmas setempat, terkait kebutuhan yang bisanya dicari oleh para orang tua untuk anaknya dan proses promosinya. Selain itu toko dapat menambah layanan jasa pengantaran paket atau menyediakan paket kado atau parcel untuk bayi.
  - d. *Threats* (Ancaman) Keberhasilan suatu usaha biasanya juga membuat masyarakat juga tertarik membuka usaha yang serupa dan menjadi pesaing dalam bisnis tersebut. Berkembangnya pasar online juga menjadi ancaman bagi toko, karena tentunya orang-orang lebih suka hal yang praktis dengan memesan produknya ke online shop. Jika hal ini tidak diimbangi dengan inovasi atau strategi yang baik maka otomatis toko akan sulit berkembang.

Setelah melakukan analisis SWOT, dalam tahap pemasarannya toko Latansa juga memperhatikan bauran pemasarannya, dengan analisis sebagai berikut:

- a. *Product* (produk) dari segi produk yang ditawarkan toko ini memiliki strategi untuk menjual perlengkapan bayi dan ibunya, adapun bebrapa produk yang ditawarkan seperti popok, susu, botol susu, baju bayi, perlengkapan mandi, mainan edukatif, hingga perlengkapan ibu menyusui dan stroller. Produk yang ditawarkan dipilih dengan cermat untuk memastikan kualitas dan keamanannya untuk bayi.
- b. *Price* (penetapan harga) toko ini dapat menawarkan harga yang lebih murah tanpa mengurangi kualitas karena toko membeli barang langsung dari distributor pusat. Strategi ini dapat menarik pelanggan baru. Meski sebagai toko satu-satunya yang menjual perlengkapan bayi secara lengkap toko Latansa Collection tidak memainkan harga dengan cara monopoli, tapi yang menjadi tujuan dari usaha ini adalah keberlanjutan sehingga harga yang dipatok terbilang cukup murah dibandingkan dengan toko yang tidak secara menyeluruh menjual perlengkapan bayi komplet. Pendekatan harga ini sangat cocok untuk pasar Lenteng yang biasanya sensitif terhadap harga tetapi ingin produk berkualitas tinggi.
- c. *Place* (tempat) toko Latansa Collection berada di lokasi yang ramai yakni di jantung kecamatan dan strategis sehingga masyarakat sekitar mudah mengaksesnya. Toko ini berada di pusat aktivitas warga, dekat dengan pasar, klinik bersalin, dan pemukiman

keluarga muda, yang merupakan target pasar utama. Selain mengandalkan toko fisik, Latansa Collection juga mulai berekspansi ke platform penjualan online melalui platform seperti WhatsApp dan media sosial seperti Facebook dan Instagram, memberikan layanan antar-jemput kepada konsumen lokal. Ini membuat toko lebih fleksibel dalam menjangkau pelanggan yang datang langsung maupun yang berbelanja dari rumah.

- d. *Promotion* (promosi) toko Latansa Collection menggunakan pendekatan yang aktif dan terjangkau untuk memasarkan produknya. Strategi promosi dilakukan offline dan online. Secara offline, toko menggunakan spanduk dan banner, aksesnya yang dekat dengan posyandu, dan klinik membuat toko ini menjadi rekomendasi dari para tenaga medis jika ada barang yang dibutuhkan dalam proses persalinan atau pasca persalinan. Di sisi online, promosi dilakukan secara teratur melalui media sosial dengan konten tentang parenting, panduan merawat bayi, dan testimoni pelanggan yang menekankan keunggulan produk dan harga.

Dengan memperhatikan SWOT dan penerapan bauran pemasaran yang baik menjadi salah satu strategi dalam mengembangkan sebuah usaha, terutama bagi perintis usaha yang masih dilanda kegelisahan dan keraguan dalam memulai usaha. Permasalahan modal atau kelemahan lainnya dapat ditangani jika strategi yang disusun dalam sebuah usaha tersebut benar. Penerapan strategi tersebut membuat toko latansa mencapai kesuksesan yang man pada tahun ke dua membuka usaha sudah mampu membuka cabang di daerah lain yaitu di daerah Parenduen Kabupaten Sumenep. Namun karena kurangnya kematangan persiapan dan rencana tidak lama setelah dibuka toko tersebut tutup. Meski demikian toko Latansa Collection di daerah Lenteng tetap mampu *survive* atau bertahan hingga sampai detik ini dan terus berkembang dengan penambahan beberapa produk-produk baru seperti hampers untuk bayi.

## SIMPULAN

Latansa Collection adalah contoh nyata bagaimana strategi yang tepat dapat membantu bisnis baru berkembang dengan cepat dan sukses. Latansa berhasil membangun keunggulan kompetitif sejak awal dengan berkonsentrasi pada kebutuhan khusus konsumen, seperti perlengkapan bayi, dan menjadi satu-satunya toko di wilayah Lenteng yang menyediakan layanan untuk segmen ini. Pentingnya membangun jaringan pemasok yang efektif ditunjukkan oleh penurunan biaya karena pembelian langsung dari distributor pusat. Bahkan untuk bisnis skala kecil hingga menengah, kombinasi pemasaran tradisional dan digital dapat sangat efektif, berkat penempatan strategis toko dan pemanfaatan promosi offline dan online. Latansa Collection menawarkan banyak pelajaran berharga bagi pengusaha baru. Pertama, jalan cepat menuju keberhasilan dapat ditemukan dengan memilih strategi market atau kekurangan pasar yang belum dieksplorasi. Kedua, membangun hubungan langsung dengan distributor atau produsen dapat membantu menurunkan harga pokok penjualan dan meningkatkan daya saing. Ketiga, loyalitas pelanggan dibangun melalui pelayanan yang ramah dan kesadaran akan kebutuhan lokal. Terakhir, untuk berhasil, Perusahaan tidak perlu memiliki banyak uang. Pengusaha hanya perlu memiliki strategi yang tepat, ketekunan, dan peka terhadap peluang. Pengusaha pemula dapat membangun bisnis yang kuat dari bawah, seperti Latansa Collection, dengan menerapkan prinsip-prinsip ini. Ini akan menjadi pondasi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

## DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistika. (2023). *Angka Kelahiran Total / Total Fertility Rate (TFR) Hasil Long Form (LF) SP2020 Menurut Provinsi/Kabupaten/Kota, 2020* [Tabel]. Badan Pusat

- Statistik. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjIxMSMx/angka-kelahiran-total---total-fertility-rate--tfr--hasil-long-form--lf--sp2020-menurut-provinsi-kabupaten-kota--2020-.html>
- Badan Pusat Statistika. (2024). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribuan Jiwa), 2022-2024*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- DisDucapil Sumenep. (2025). *Angka Kelahiran Umum II 2024*. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Sumenep. <https://disdukcapil.sumenepkab.go.id/file/angka-kelahiran-umum-ii-2024>
- Glendoh, S. H. (2021). Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(1). <https://doi.org/10.9744/jmk.3.1.pp.%201-13>
- Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM*, 8(2). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Misni Saifudin, Addiarrhman Addiarrhman, & Lidya Anggraeni. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada Rumah Makan Purnama Raya H. Salsabila Lebak Bandung Jelutung. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 212–228. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v2i1.690>
- Nuriman, Abubakar, M. B., Aiyub, Hasan, K., & Suzanna, E. (n.d.). *MEMAHAMI ANALISIS KUALITATIF; Memapar Teknik Memperlakukan Data Terorganisir, Terstruktur, dan Sistematis* (1st ed.). Tandaseru.
- Rialita, A. J. (2022). Manajemen Pengembangan Usaha Batik Tulis Dalam Peningkatan Pendapatan Pasca Pandemi COVID-19 di Kota Metro. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1).
- Rifaldi Dwi Syahputra & Nuri Aslami. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51–61. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1615>
- Rozikin, A. Z., & Nugrahaini, D. S. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Klien Star Reog Ponorogo. *JOIPAD: Journal of Islamic Philanthropy and Disaster*, 3(1), 18–37. <https://doi.org/10.21154/joipad.v3i1.6133>
- Saragih, R. (2019). Menelusuri Penyebab Lambannya Perkembangan UMKM di Desa Baru dan Dusun Tuntungan Kecamatan Pancur Batu, Kabupaten Deli Serda. *Jurnal Kewirausahaan*, 5(1).
- Suparwo, A., Suhendi, H., Rachman, R., Arifin, T., & Shobary, M. N. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Baju Bayi Indra Collection*. 1(2), 208–214. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v1i2.3734>
- Widhianto, C. W. (2002). E-Busines: Teknologi dan Peluan Bisnis di Indonesia. *Journal The WINNERS*, 3(1), 19–31. <https://doi.org/10.21512/tw.v3i1.3830>