

**TRANSFORMASI HIJAU: INOVASI PANGKALAN ELPIJI 3 KG MENJADI PUSAT ONE STOP SHOPPING SEMBAKO DI DESA SUNGSANG III**

Saladdin Wirawan Effendy<sup>1</sup>, Pandriadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Nasional, Banyuasin, Indonesia, [uibila360@gmail.com](mailto:uibila360@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas IBA, Palembang, Indonesia, [pandriadi\\_msi@yahoo.com](mailto:pandriadi_msi@yahoo.com)

DOI: <https://doi.org/10.35449/jemasi.v21i1.1012>

**Abstract**

*Sungsang III Village, located in Banyuasin 2 Subdistrict, is a coastal area where most residents work as traditional fishermen. Due to its remote geography and limited access to essential goods and household energy, the local community struggles to meet daily needs efficiently. The existing 3-kg LPG distribution point has primarily served as a source of subsidized energy, despite its potential to be developed into an integrated one stop shopping unit for basic necessities. This study aims to identify the current operational conditions and formulate appropriate development strategies to transform the LPG depot into a community-based economic service hub. The research adopts a qualitative descriptive method using SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis, supported by in-depth interviews, direct observations, and document analysis. The findings reveal key strengths such as a strategic location, established customer trust, and legal operational status. However, challenges include limited business capital, narrow workspace, and traditional management practices. Opportunities from BUMDes support, fisher cooperatives, and pro-local government policies create a favorable environment for collaborative development. Recommended strategies include maximizing internal resources, accessing microfinancing schemes, and involving local residents actively in operations. This transformation is expected to not only improve access to daily necessities for coastal communities but also stimulate inclusive and sustainable rural economic growth.*

**Keywords:** *One Stop Shopping; Basic Goods; Business Development*

**PENDAHULUAN**

Desa Sungsang III merupakan salah satu desa pesisir yang terletak di Kecamatan Banyuasin 2, Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan. Desa ini memiliki karakteristik geografis yang unik karena berada di wilayah delta Sungai Musi dan berbatasan langsung dengan laut. Letaknya yang strategis menjadikan Sungsang sebagai sentra aktivitas perikanan tangkap, dengan sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai nelayan. Namun demikian, kondisi geografis ini juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam hal aksesibilitas dan penyediaan kebutuhan dasar masyarakat. Salah satu kendala utama yang

dihadapi masyarakat Desa Sungsang III adalah keterbatasan akses terhadap bahan pokok dan energi rumah tangga, terutama gas elpiji 3 kg yang sangat dibutuhkan dalam aktivitas sehari-hari.

Selama ini, pemenuhan kebutuhan gas elpiji 3 kg hanya bergantung pada beberapa pangkalan resmi yang tersebar secara terbatas. Fungsi pangkalan tersebut masih bersifat tunggal, yaitu sebagai titik distribusi gas bersubsidi tanpa adanya integrasi dengan layanan lainnya. Di sisi lain, masyarakat dihadapkan pada keterbatasan sarana dan prasarana belanja, mengingat lokasi permukiman nelayan yang tersebar dan cukup jauh dari pusat layanan ekonomi seperti pasar atau toko kelontong besar. Hal ini menyebabkan masyarakat harus menempuh jarak yang cukup jauh atau menunggu waktu tertentu untuk memperoleh kebutuhan pokok lainnya seperti sembako, sehingga efisiensi waktu, biaya, dan kenyamanan mereka menjadi terganggu.

Berangkat dari realitas tersebut, muncul sebuah gagasan untuk melakukan pengembangan fungsi pangkalan gas elpiji menjadi unit usaha terpadu atau *one stop shopping*. Konsep ini bertujuan untuk menjadikan pangkalan tidak hanya sebagai tempat distribusi gas elpiji, tetapi juga menyediakan berbagai kebutuhan pokok lainnya seperti beras, minyak goreng, gula, sabun, dan kebutuhan rumah tangga lain yang esensial. Dengan integrasi layanan tersebut, masyarakat tidak perlu lagi pergi jauh atau mengandalkan pasokan luar desa untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka. Selain mempermudah akses barang, pengembangan ini juga membuka peluang untuk mendorong aktivitas ekonomi lokal.

Strategi pengembangan pangkalan elpiji menjadi *one stop shopping* memiliki potensi besar dalam mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui keterlibatan aktif kelompok lokal seperti koperasi nelayan, ibu rumah tangga, atau karang taruna, transformasi ini dapat membuka lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan keluarga, serta menciptakan kemandirian ekonomi desa. Inisiatif ini juga mendukung program pemerintah dalam memperkuat ketahanan pangan, pemerataan akses energi, serta pembangunan ekonomi inklusif di wilayah pesisir dan terpencil. Dengan demikian, diperlukan suatu strategi pengembangan yang komprehensif dan berbasis potensi lokal untuk mewujudkan transformasi ini.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan dua tujuan utama: pertama, untuk mengidentifikasi kondisi eksisting dan berbagai permasalahan yang dihadapi dalam operasional pangkalan gas elpiji 3 kg di Desa Sungsang III; dan kedua, untuk merumuskan strategi pengembangan yang tepat dan aplikatif dalam mentransformasikan pangkalan tersebut menjadi pusat layanan terpadu *one stop shopping* sembako. Pendekatan ini diharapkan dapat menjadi model pengembangan ekonomi desa berbasis kebutuhan nyata masyarakat dan potensi lokal yang dimiliki oleh desa pesisir seperti Sungsang.

## **KAJIAN LITERATUR**

Dalam mendukung pengembangan strategi transformasi pangkalan gas elpiji menjadi unit usaha terpadu, kajian literatur sangat penting untuk memberikan dasar teoritis yang kuat dan kontekstual. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pengembangan usaha berbasis komunitas lokal harus mempertimbangkan kebutuhan pelanggan, potensi pasar lokal, serta efisiensi saluran distribusi. Dalam konteks ini, pangkalan gas elpiji diposisikan sebagai titik awal layanan yang sudah memiliki jaringan pelanggan tetap, sehingga memiliki keunggulan strategis sebagai basis pengembangan unit usaha ritel. Konsep *one stop shopping* sendiri

mengacu pada strategi integrasi layanan dalam satu lokasi yang bertujuan untuk meningkatkan kenyamanan, efisiensi waktu, serta loyalitas konsumen (Berman & Evans, 2018). Strategi ini dinilai sangat efektif diterapkan pada daerah dengan keterbatasan akses geografis seperti wilayah pesisir atau terpencil.

Selanjutnya, pendekatan pemberdayaan masyarakat (community-based development) menurut Chambers (1997) menekankan bahwa keterlibatan aktif masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan usaha akan meningkatkan keberlanjutan program dan dampak ekonomi lokal. Dalam hal ini, keterlibatan koperasi, kelompok perempuan, serta pemuda desa sangat krusial untuk menciptakan model usaha yang inklusif, partisipatif, dan berorientasi pada pemberdayaan. Selain itu, kajian tentang pengelolaan rantai pasok (supply chain management) oleh Chopra dan Meindl (2019) menekankan pentingnya efisiensi dalam pengadaan barang, pengelolaan stok, dan distribusi untuk memastikan ketersediaan produk yang berkelanjutan, terutama dalam unit usaha skala kecil di desa. Implementasi strategi ini memerlukan pemahaman mendalam mengenai dinamika sosial-ekonomi lokal, peran institusi desa, dan potensi sinergi antar pelaku usaha di wilayah tersebut.

Literatur lain juga menyebutkan bahwa pengembangan ekonomi mikro dan ritel di daerah pedesaan memiliki potensi besar dalam mengurangi kesenjangan wilayah dan meningkatkan kemandirian ekonomi lokal (Todaro & Smith, 2015). Dalam konteks Desa Sungsang III, pengembangan pangkalan elpiji menjadi pusat layanan sembako dapat menjadi alternatif konkret untuk menjawab keterbatasan infrastruktur pasar dan meningkatkan aksesibilitas masyarakat terhadap barang kebutuhan pokok. Oleh karena itu, strategi transformasi ini tidak hanya bersifat komersial, melainkan juga sosial, yang mengarah pada penguatan ketahanan ekonomi masyarakat pesisir melalui pendekatan berbasis potensi lokal dan kebutuhan riil masyarakat. Kajian literatur ini menjadi landasan dalam menyusun kerangka strategi dan merumuskan solusi aplikatif dalam penelitian ini.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara komprehensif strategi pengembangan pangkalan gas elpiji 3 kg menjadi unit usaha terpadu *one stop shopping* sembako di Desa Sungsang III, Kecamatan Banyuasin 2, Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengeksplorasi secara mendalam konteks sosial, ekonomi, dan operasional dari objek penelitian yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui data kuantitatif. Untuk merumuskan strategi yang tepat dalam pengembangan usaha, penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) sebagai metode utama, yang berfungsi untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pengembangan pangkalan elpiji menjadi pusat layanan sembako. Lokasi penelitian dipilih secara purposif, mengingat Desa Sungsang III memiliki karakteristik masyarakat pesisir dengan mata pencaharian utama sebagai nelayan serta terdapat pangkalan elpiji yang sudah eksis namun belum dimanfaatkan secara maksimal. Penelitian dilaksanakan selama periode Januari hingga Maret 2025, dengan subjek utama terdiri dari pemilik atau penanggung jawab pangkalan elpiji, masyarakat nelayan sebagai konsumen utama, aparat desa seperti kepala desa dan perangkatnya, serta pihak distributor logistik dan agen Pertamina bila memungkinkan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam dengan informan kunci untuk memperoleh informasi mendalam tentang operasional usaha dan kebutuhan masyarakat; observasi langsung terhadap aktivitas di lapangan untuk melihat secara nyata potensi dan permasalahan yang ada; serta studi dokumentasi terhadap data sekunder seperti laporan transaksi, rencana pengembangan desa, dan dokumen administrasi pangkalan atau BUMDes. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara dan lembar observasi yang dirancang secara khusus untuk menggali dimensi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi unit usaha. Faktor internal yang dianalisis meliputi lokasi usaha, ketersediaan modal, kapasitas sumber daya manusia, fasilitas fisik, manajemen stok, dan hubungan sosial dengan masyarakat. Sementara itu, faktor eksternal mencakup kebijakan pemerintah, dinamika pasar lokal, tingkat persaingan, serta akses logistik terhadap barang-barang kebutuhan pokok. Analisis data dilakukan melalui empat tahap utama dalam analisis SWOT, yakni mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, memetakan faktor-faktor tersebut dalam matriks SWOT, serta menyusun formulasi strategi berdasarkan empat kombinasi strategi: strategi SO (mengggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang), strategi WO (mengatasi kelemahan dengan peluang yang ada), strategi ST (mengggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman), dan strategi WT (mengantisipasi kelemahan dan ancaman dengan pendekatan bertahan atau mitigasi risiko). Untuk memastikan keabsahan data, dilakukan teknik triangulasi sumber dan teknik, diskusi pakar atau *expert judgment* guna memverifikasi hasil analisis SWOT, serta *member checking* dengan informan penelitian agar temuan yang dihasilkan akurat, dapat dipercaya, dan merepresentasikan kondisi di lapangan secara faktual. Dengan pendekatan metodologis ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan strategi yang aplikatif, berbasis potensi lokal, serta relevan dengan kebutuhan masyarakat pesisir dalam rangka mengoptimalkan fungsi pangkalan elpiji menjadi pusat layanan ekonomi desa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi dalam proses transformasi usaha pangkalan gas elpiji 3 kg menjadi pusat layanan terpadu kebutuhan pokok. Hasil analisis ini dituangkan dalam bentuk matriks yang menjadi dasar penyusunan strategi pengembangan usaha. Berdasarkan matriks SWOT tersebut, dapat dirumuskan empat pendekatan strategi utama yang disesuaikan dengan kondisi aktual di lapangan.

Berikut adalah penjabaran yang lebih detail dan menyeluruh dari hasil analisis SWOT terhadap pengembangan usaha pangkalan elpiji menjadi *one stop shopping* sembako di Desa Sungsang III, berdasarkan temuan lapangan:

**Tabel 1. Matriks SWOT**

<b>Strengths (S)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi strategis dan mudah diakses masyarakat</li> <li>• Sudah memiliki pelanggan tetap</li> <li>• Reputasi baik di masyarakat</li> <li>• Sudah terdaftar resmi sebagai mitra distribusi elpiji</li> </ul>	<b>Weaknesses (W)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal usaha terbatas</li> <li>• Belum memiliki rak/etalase toko sembako</li> <li>• Pengelolaan masih tradisional (belum digital)</li> <li>• Ruang usaha sempit</li> </ul>
<b>Opportunities (O)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingginya kebutuhan sembako nelayan terutama yang akan melaut</li> <li>• Dukungan perangkat desa dan potensi kemitraan BUMDes</li> <li>• Kebijakan pemerintah desa mendorong ekonomi local</li> <li>• Tidak adanya toko sembako yang sekaligus menjadi pangkalan gas eliji 3 kg di sekitar lokasi</li> </ul>	<b>Threats (T)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan harga dari warung besar di luar desa</li> <li>• Risiko keterlambatan pasokan barang</li> <li>• Fluktuasi harga bahan pokok</li> <li>• Potensi overload beban kerja tanpa SDM tambahan</li> </ul>

### 1. Strategi SO (Strength–Opportunity):

Strategi ini memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal yang ada. Pangkalan elpiji di Desa Sungsang III memiliki kekuatan utama berupa lokasi yang sangat strategis—dekat dengan pemukiman nelayan dan menjadi titik lalu lintas utama masyarakat—serta telah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dari konsumen setempat karena pelayanan yang rutin dan keterjangkauan harga. Untuk memaksimalkan kekuatan ini, pangkalan dapat mulai mengembangkan layanan tambahan berupa penjualan sembako secara bertahap. Pemilik usaha dapat menambahkan produk-produk kebutuhan pokok yang paling sering dibutuhkan masyarakat, seperti beras, minyak goreng, gula, dan telur. Selain itu, kerja sama dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan koperasi nelayan akan memperkuat struktur distribusi, mengoptimalkan rantai pasok, dan meningkatkan modal sosial melalui partisipasi komunitas lokal.

### 2. Strategi WO (Weakness–Opportunity):

Strategi ini dirancang untuk mengatasi kelemahan internal dengan cara memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia. Salah satu kelemahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal awal dan ruang usaha yang masih sempit. Untuk menjawab tantangan ini, pelaku usaha dapat mengakses sumber pembiayaan alternatif seperti program pinjaman mikro, dana Corporate Social Responsibility (CSR) dari perusahaan sekitar, atau bantuan modal dari pemerintah daerah. Selain itu, pemerintah desa dapat berperan aktif dalam mendukung ekspansi fisik usaha dengan memfasilitasi penggunaan aset desa yang tidak terpakai atau menyediakan tempat usaha yang lebih representatif sebagai pusat layanan ekonomi masyarakat. Ini membuka peluang usaha baru yang lebih terstruktur, legal, dan memiliki dampak ekonomi jangka panjang.

### 3. Strategi ST (Strength–Threat):

Strategi ini menggunakan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman dari luar. Ancaman yang cukup potensial dalam pengembangan usaha ini adalah munculnya pesaing baru,

fluktuasi harga bahan pokok, dan keterbatasan akses logistik, terutama pada musim cuaca buruk. Dalam hal ini, menjaga loyalitas pelanggan menjadi kunci utama. Pemilik usaha harus menegakkan prinsip transparansi harga dan memberikan pelayanan yang konsisten, ramah, dan tepat waktu. Untuk mendukung profesionalisme, usaha ini juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan memanfaatkan pencatatan sederhana berbasis digital—misalnya menggunakan aplikasi stok barang atau pembukuan sederhana—agar pengelolaan menjadi lebih rapi, cepat, dan bisa dievaluasi secara berkala.

#### 4. Strategi WT (Weakness–Threat):

Strategi ini bertujuan untuk mengantisipasi kelemahan internal yang berpotensi diperparah oleh ancaman eksternal. Beban kerja yang besar akibat pengelolaan tunggal oleh pemilik usaha bisa menjadi hambatan dalam mengembangkan jenis produk dan pelayanan. Oleh karena itu, pemilik dapat membagi tugas operasional dengan anggota keluarga atau warga sekitar yang dapat dipercaya, sehingga tidak hanya mengurangi beban, tetapi juga melibatkan masyarakat dalam aktivitas ekonomi desa. Di sisi lain, untuk mengatasi keterbatasan stok dan risiko tidak tersedianya barang tertentu, sistem pemesanan *pre-order* bisa diterapkan. Sistem ini memungkinkan konsumen memesan kebutuhan mereka terlebih dahulu, sehingga pemilik usaha dapat mengelola ketersediaan barang dengan lebih efisien tanpa perlu menanggung risiko penumpukan stok atau kerugian karena barang tidak laku.

Secara keseluruhan, hasil analisis SWOT ini menunjukkan bahwa pengembangan pangkalan elpiji menjadi *one stop shopping* sembako sangat potensial jika dilakukan dengan strategi yang tepat, berbasis kondisi lokal, dan disertai dengan partisipasi aktif dari masyarakat dan dukungan kebijakan desa. Strategi-strategi tersebut juga memperlihatkan bahwa inovasi usaha mikro di wilayah pesisir tidak hanya menjawab kebutuhan praktis masyarakat, tetapi juga dapat menjadi motor penggerak ekonomi desa yang inklusif dan berkelanjutan.

#### Pembahasan

Transformasi pangkalan gas elpiji 3 kg menjadi unit usaha *one stop shopping* sembako merupakan upaya adaptif yang berangkat dari kebutuhan riil masyarakat nelayan di wilayah pesisir Desa Sungsang III. Temuan lapangan menunjukkan bahwa masyarakat sangat membutuhkan kemudahan dalam mengakses kebutuhan pokok seperti beras, minyak, telur, dan gula, yang selama ini hanya tersedia di pusat kecamatan atau desa lain yang berjarak cukup jauh serta memerlukan biaya dan waktu yang tidak sedikit. Dalam konteks tersebut, keberadaan pangkalan elpiji memiliki keunggulan sebagai titik distribusi yang sudah mapan, rutin dikunjungi warga, dan memiliki kepercayaan dari masyarakat, sehingga sangat layak untuk dikembangkan secara multifungsi menjadi pusat layanan ekonomi.

Hasil analisis SWOT mengungkapkan sejumlah kekuatan internal (*strengths*) yang bisa dimanfaatkan untuk menyusun strategi pengembangan. Misalnya, lokasi pangkalan yang berada di tengah permukiman nelayan menjadikannya mudah dijangkau oleh konsumen. Keberadaan pelanggan tetap, reputasi yang baik, serta legalitas sebagai agen resmi elpiji merupakan modal sosial dan ekonomi yang kuat, yang tidak dimiliki oleh kios-kios kecil lainnya. Kekuatan-kekuatan ini dapat menjadi pijakan awal yang kokoh untuk memperluas jenis produk dan layanan yang ditawarkan.

Namun, pengembangan usaha ini juga dihadapkan pada beberapa kelemahan (*weaknesses*) yang perlu diatasi. Keterbatasan modal menjadi kendala utama dalam penyediaan stok sembako yang berkelanjutan. Selain itu, ruang fisik usaha yang sempit dan sistem pengelolaan yang masih tradisional, seperti tidak adanya pencatatan digital atau manajemen stok yang efisien, turut menjadi hambatan yang dapat mengganggu kelancaran operasional. Oleh karena itu, strategi pengembangan perlu mencakup inovasi manajerial, termasuk pemanfaatan aplikasi sederhana atau spreadsheet untuk pengelolaan barang dan pencatatan transaksi harian. Dari sisi eksternal, terdapat peluang (*opportunities*) yang sangat menjanjikan. Pemerintah desa, koperasi, dan BUMDes menunjukkan komitmen kuat dalam mendukung penguatan ekonomi lokal melalui pengembangan unit-unit usaha masyarakat. Kolaborasi antara pangkalan elpiji dengan lembaga desa membuka ruang untuk membentuk jaringan distribusi sembako berbasis komunitas yang lebih kuat dan berkelanjutan. Potensi kerja sama ini bahkan dapat diperluas melalui program kemitraan dengan distributor regional maupun program CSR dari perusahaan swasta dan BUMN, seperti Pertamina.

Meski demikian, beberapa ancaman (*threats*) eksternal juga perlu diantisipasi, antara lain fluktuasi harga sembako, risiko keterlambatan pasokan, serta potensi persaingan dari toko-toko besar di luar desa. Salah satu strategi untuk menghadapi tantangan ini adalah dengan menerapkan sistem *pre-order*, yang memungkinkan warga memesan barang terlebih dahulu sesuai kebutuhan. Sistem ini tidak hanya membantu menghindari penumpukan stok dan kerugian, tetapi juga memberikan kepastian ketersediaan barang yang sesuai dengan kebutuhan aktual masyarakat.

Strategi SO (*Strength–Opportunity*) menjadi fondasi utama dalam pengembangan jangka pendek dan menengah. Strategi ini mengedepankan pemanfaatan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar, seperti membuka etalase sembako, menyediakan layanan antar, serta memperluas jaringan melalui kerja sama lokal. Di sisi lain, strategi WO (*Weakness–Opportunity*) lebih difokuskan pada upaya mengatasi keterbatasan modal dan kapasitas manajemen, misalnya melalui pelatihan kewirausahaan dan pengajuan akses pembiayaan mikro.

Untuk jangka panjang, strategi ST (*Strength–Threat*) dapat diterapkan dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki—seperti kepercayaan pelanggan dan jangkauan distribusi langsung ke rumah tangga nelayan—untuk menghadapi ancaman eksternal, terutama persaingan dari luar desa. Sedangkan strategi WT (*Weakness–Threat*) difokuskan pada mitigasi risiko, misalnya dengan melibatkan anggota keluarga atau pemuda setempat dalam pengelolaan operasional guna meringankan beban kerja dan memperkuat keterlibatan sosial.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi pangkalan elpiji menjadi usaha *one stop shopping* tidak hanya bertumpu pada kekuatan ekonomi semata, tetapi juga pada kesiapan manajerial, inovasi berbasis teknologi sederhana, serta kolaborasi sosial yang kuat. Peran aktif masyarakat lokal, baik sebagai konsumen maupun pelaksana usaha, menjadi elemen kunci dalam menjamin keberlanjutan dan dampak jangka panjang dari strategi pengembangan ini di kawasan pesisir seperti Desa Sungsang III.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis SWOT, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pangkalan gas elpiji 3 kg menjadi *one stop shopping* sembako di Desa Sungsang merupakan strategi yang realistis dan potensial untuk diterapkan dalam meningkatkan efisiensi akses masyarakat terhadap kebutuhan pokok. Pangkalannya telah memiliki keunggulan dalam hal lokasi strategis, kepercayaan konsumen, serta keterhubungan dengan sistem distribusi elpiji yang sudah berjalan.

Namun demikian, terdapat tantangan internal seperti keterbatasan modal, kapasitas manajemen, dan ruang usaha, serta tantangan eksternal berupa fluktuasi harga sembako dan risiko persaingan. Oleh karena itu, strategi pengembangan harus dirancang secara holistik, memadukan kekuatan internal dengan peluang eksternal sambil tetap mengantisipasi potensi risiko yang ada.

Strategi yang dapat diterapkan meliputi kerja sama dengan BUMDes dan koperasi, akses ke pembiayaan mikro, penerapan sistem pemesanan pre-order, serta pemberdayaan masyarakat lokal dalam operasional usaha. Pendekatan ini akan mendorong terciptanya sistem distribusi kebutuhan pokok yang efisien, berkelanjutan, dan berbasis partisipasi masyarakat pesisir

### Saran

Saran untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Analisis Kelayakan Usaha: Teliti aspek finansial dan operasional untuk memastikan keberlanjutan usaha.
2. Model Kemitraan: Kembangkan skema kerja sama antara pangkalan, BUMDes, dan koperasi.
3. Pemetaan Konsumen: Identifikasi preferensi dan daya beli masyarakat untuk penyesuaian stok.
4. Digitalisasi UMKM: Kajian penerapan sistem digital sederhana untuk manajemen usaha.
5. Dampak Sosial Ekonomi: Evaluasi pengaruh usaha terhadap pendapatan dan kesejahteraan warga.
6. Mitigasi Risiko: Rancang strategi menghadapi fluktuasi harga dan pasokan.

## REFERENSI

- Badiru, A. B., & Valencia, V. V. (2021). *Entrepreneurship for engineers and other problem solvers: A practical guide for real world innovation*. CRC Press.
- Bastomi, K. A., Yursida, Pandriadi, Mareza, E., Martadela, T., & Mutia, F. (2024). Optimalisasi Pemanfaatan Lahan Pasang Surut Untuk Budidaya Cabai Rawit Bonita IPB di Desa Banyu Urip, Kecamatan Tanjung Lago, Banyuasin. *Altifani Journal: International Journal of Community Engagement*, 5(1), 38–50. <https://doi.org/10.32502/altifani.v5i1.331>
- Brinkerhoff, D. W., & Wetterberg, A. (2020). Inclusive local governance and service delivery: Theory and practice. *Public Administration and Development*, 40(3), 137–148. <https://doi.org/10.1002/pad.1889>

- Caniëls, M. C. J., & van den Bosch, H. (2021). Strategic purchasing and supply chain resilience: A meta-analysis. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 27(3), 100692. <https://doi.org/10.1016/j.pursup.2021.100692>.
- Demir, S., & Wennberg, K. (2021). Social entrepreneurship and embeddedness: How context shapes entrepreneurial processes. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00250. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2021.e00250>.
- Goyal, M., & Jha, S. (2020). One stop shopping convenience: A strategic approach to retail transformation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102105. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102105>.
- Huda, M., & Kartawinata, B. R. (2022). Empowering community economy through digital micro-entrepreneurship in rural areas. *Journal of Enterprising Communities*, 16(1), 56–72. <https://doi.org/10.1108/JEC-09-2021-0123>.
- Kuncoro, M., & Indriani, M. (2021). UMKM dan transformasi digital pasca pandemi: Peluang dan tantangan. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 22(2), 145–160.
- Nasution, M. D. T., & Siregar, H. S. (2021). Strategi penguatan ekonomi lokal berbasis partisipasi masyarakat desa. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Pembangunan*, 10(1), 43–55.
- Pandriadi, P., & Ikraam, I. (2022). Analisis Daya Saing Mahasiswa Dalam Memasuki Pasar Tenaga Kerja Di Era Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Kota Palembang). *Jemasi: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 214–227.
- Rahayu, D., & Ariyanti, M. (2020). Model bisnis inklusif dan pengembangan UMKM berbasis desa wisata. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 11(2), 87–98.
- Yusuf, M., & Sarwoko, E. (2022). Strategi diversifikasi usaha mikro dalam meningkatkan pendapatan di daerah pesisir. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 33–45. <https://doi.org/10.9744/jmk.24.1.33-45>.