

Membangun Wirausaha Retail Berbasis Kebutuhan Lokal

Firdi Willy¹, Ikhwan Pratama^{1*}, Yosua Aditya¹

¹President University, Jababeka, Indonesia

*ikhwan.pratama@student.president.ac.id

Abstrak – Karakteristik masyarakat dan nilai-nilai lokal memegang peranan penting dalam pengembangan kewirausahaan ritel yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan di Indonesia. Namun, usaha kecil menengah (UKM) ini, khususnya yang bergerak di sektor ritel, masih menghadapi tantangan untuk menyesuaikan model bisnis mereka dengan kebutuhan lokal karena mereka berjuang menghadapi tekanan globalisasi dan digitalisasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki secara kritis peran kewirausahaan ritel dalam pembangunan ekonomi lokal dengan mengikuti pendekatan kebutuhan lokal dan budaya masyarakat. Metode tinjauan pustaka sistematis (SLR) telah dimanfaatkan dengan tujuan untuk memahami secara komprehensif bukti ilmiah yang ada, dengan mencari data melalui Google Scholar berdasarkan kata kunci yang sesuai. Dari total 85 artikel yang diidentifikasi, 10 artikel dari periode 2023–2025 dipilih dengan menggunakan kriteria inklusi yang ditetapkan (IC1–IC3). Hasil sintesis menunjukkan lima hasil penting: (1) pentingnya mempelajari kebiasaan konsumsi berbasis budaya lokal sebagai faktor penentu keberhasilan bisnis ritel, (2) peran inovasi produk dan sistem distribusi berbasis komunitas dalam daya saing bisnis, (3) pentingnya adopsi teknologi dan digitalisasi secara selektif tanpa meninggalkan nilai-nilai lokal, (4) pentingnya kolaborasi antar pelaku lokal, seperti kolaborasi antara UMKM dan pemerintah daerah, dan (5) peran nilai-nilai sosial budaya dalam membangun ketahanan bisnis terhadap dinamika pasar. Studi ini menetapkan bahwa model bisnis ritel yang berbasis pada permintaan lokal lebih mampu beradaptasi dengan perubahan sosial dan ekonomi, karena penelitian yang lebih empiris perlu mengukur efek nyata pada otonomi dan ketahanan ekonomi daerah. Hasil studi ini menekankan bahwa penguatan kemampuan pengusaha ritel harus disertai dengan strategi terpadu yang disertai komponen lokalitas, inovasi, dan kolaborasi lintas aktor.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Ritel, Kebutuhan Lokal, UMKM, Pembangunan Ekonomi Daerah.

Abstract – Local culture and community identity are key elements in developing adaptive, inclusive, and sustainable retail entrepreneurship in Indonesia. These SMEs, particularly those in the retail sector, however, still struggle with aligning their business models with local needs as they deal with the pressures of globalization and digitalization. The objective of this study is to investigate the role of retail entrepreneurship in local economic development by taking a local needs and community culture philosophy. The systematic literature review (SLR) approach was followed to obtain an overview of the existing scientific evidence, by searching the data through Google Scholar based on the related keywords. Out of the total 85 articles found, 10 articles from the period 2023–2025 were chosen based on the determined inclusion criteria (IC1–IC3). The synthesis results point to five main issues: (1) the importance of paying attention to local patterns of cultural consumption as a determinant of retail business success; (2) the employment of product innovation and community-based distribution channels as determinants of business competitiveness; (3) the imperatives of selectively adopting technology and digitalization without releasing the values of locality; (4) the requirement for coordination among stakeholders at the local level, for example, between MSMEs and local governments; and (5) the role of socio-cultural values in business resilience in the face of market forces. This study affirms that retail business models that are locally based are more sensitive to social and economic change, but further empirical investigation is needed to measure the net effects on regional economic autonomy and resilience. The findings of the study underscore that the skills of retail entrepreneurs should be enhanced and that this should be underpinned by an overarching strategy that accommodates local factors, innovation, and cooperation between actors.

Keywords : Entrepreneurship, Retail, Local Needs, MSMEs, Regional Economic Development.

Pendahuluan

Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, keberadaan wirausaha retail memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan sektor informal, menciptakan lapangan kerja, dan memenuhi kebutuhan masyarakat secara langsung. Namun demikian, banyak usaha retail berskala kecil yang mengalami stagnasi karena kurangnya relevansi produk dengan kebutuhan lokal serta rendahnya adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dan dinamika sosial budaya masyarakat (Satria et al., 2025a).

Berbagai studi menunjukkan bahwa keberhasilan usaha retail skala kecil dan menengah tidak hanya bergantung pada aspek modal dan lokasi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami pola konsumsi berbasis budaya lokal, segmentasi komunitas, dan keterlibatan sosial (Paulus Waterpauw*,2024).

Program pengabdian kepada masyarakat seperti yang dilakukan oleh UMKM di Desa Rejomulyo atau kelompok pemuda di pesisir Meninting menunjukkan bahwa wirausaha retail yang berbasis kebutuhan lokal mampu menciptakan inovasi produk dan sistem distribusi yang lebih inklusif serta mencerminkan karakteristik konsumen sekitar. (Barat Budiman et al., 2024).

Wirausaha lokal juga dihadapkan pada tantangan globalisasi dan digitalisasi, yang menuntut pelaku usaha untuk tetap relevan tanpa kehilangan nilai-nilai lokal. Oleh karena itu, penting untuk merancang strategi retail yang berbasis pada pemahaman komunitas dan tren, agar dapat membangun model bisnis yang adaptif dan berkelanjutan (Addinari et al., 2025).

Tingginya angka kegagalan usaha retail kecil disebabkan oleh kurangnya pendekatan berbasis kebutuhan lokal dan minimnya keterlibatan masyarakat dalam perencanaan usaha. Banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya keterkaitan antara budaya konsumsi lokal, penyediaan produk yang sesuai, serta strategi pemasaran yang disesuaikan dengan demografi komunitas (Sutrisno et al., 2025).

Kesenjangan ini menciptakan tantangan dalam membangun usaha retail yang tidak hanya bertahan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Padahal, seperti yang ditunjukkan oleh program pemberdayaan di Manokwari dan Bandung, penguatan kapasitas komunitas dan desain usaha kolaboratif dapat menjadi jawaban atas permasalahan pengangguran dan minimnya ketersediaan produk yang relevan secara lokal (Addinari et al., 2025).

Berdasarkan studi ini bertujuan untuk mengkaji peran wirausaha retail dalam pembangunan ekonomi daerah melalui pendekatan yang berbasis pada kebutuhan lokal, karakteristik komunitas, serta dinamika budaya Masyarakat.

Strategi ini mencakup aspek inovasi produk, integrasi teknologi, model pemasaran digital berbasis komunitas, serta penguatan kolaborasi antar pelaku lokal sebagai fondasi untuk membangun bisnis yang tangguh dan berkelanjutan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan Systematic Literature Review (SLR) untuk mengkaji peran wirausaha retail dalam pembangunan ekonomi daerah melalui pendekatan berbasis kebutuhan lokal, karakteristik komunitas, serta dinamika budaya masyarakat. Metode SLR dipilih untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif, objektif, dan sistematis dari berbagai studi terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini.

Sumber utama pencarian literatur dilakukan melalui Google Scholar karena platform ini menyediakan akses terbuka terhadap berbagai publikasi ilmiah dari jurnal nasional maupun internasional.

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh melalui Google Scholar, yang menjadi salah satu mesin pencari literatur ilmiah paling luas dan dapat diakses secara terbuka. Platform ini dipilih karena mampu mengakomodasi berbagai jenis publikasi ilmiah yang relevan, termasuk artikel jurnal nasional, jurnal internasional, prosiding, laporan hasil pengabdian masyarakat, dan dokumen penelitian lainnya. Proses pemilihan studi dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan berikut:

1. Pencarian dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci dalam Bahasa Indonesia, yang disesuaikan dengan fokus penelitian, kata kunci yang dimasukan adalah (“wirausaha + retail + kebutuhan lokal)
2. Merupakan artikel ilmiah Fokus pada wirausaha retail, UMKM, pembangunan ekonomi daerah, atau strategi bisnis berbasis lokal. Mempunyai relevansi langsung dengan topik wirausaha, retail, kebutuhan lokal.
3. Proses pencarian di sumber data artikel yang relevan diidentifikasi melalui pencarian Langkah demi Langkah menggunakan kata kunci yang di tentukan

Kriteria Kelayakan

Melakukan pencarian awal menggunakan kata kunci spesifik pada Google Scholar. Menyaring hasil pencarian berdasarkan judul dan abstrak untuk menilai keterkaitan dengan topik penelitian. Mengunduh dan membaca artikel dalam versi lengkap untuk evaluasi kelayakan, Mengorganisasi artikel terpilih dalam bentuk tabel referensi dan melakukan pencatatan temuan penting.

Kriteria inklusi adalah syarat yang digunakan untuk memilih artikel atau sumber literatur yang dianggap layak dan relevan untuk dianalisis dalam penelitian ini. Kriteria ini disusun untuk memastikan bahwa artikel yang digunakan benar-benar sesuai dengan tujuan kajian, konteks wilayah, dan isu lokalitas wirausaha retail. Berikut adalah kriteria inklusi dalam penelitian ini:

- IC1 adalah Artikel yang dipilih harus secara langsung membahas topik utama,
- IC2 adalah laporan program UMKM berbasis komunitas yang sudah dipublikasikan.
- IC3 adalah Artikel tersedia dalam full-text, dapat diakses bebas, dan ditulis dalam Bahasa Indonesia

Untuk IC1 Artikel harus secara langsung membahas topik utama yang menjadi fokus penelitian, yaitu, Wirausaha retail (usaha kecil dalam sektor perdagangan), UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), Pembangunan ekonomi daerah atau lokal, Strategi bisnis berbasis kebutuhan lokal, budaya komunitas, atau kearifan lokal. Artikel yang hanya menyebut UMKM tanpa fokus retail atau yang membahas usaha besar (korporasi) tidak memenuhi kriteria ini. Sedangkan IC2 Artikel harus berupa hasil penelitian ilmiah atau laporan akademik yang telah dipublikasikan secara resmi, Ini memastikan bahwa sumber data dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan relevan dengan konteks UMKM berbasis komunitas. Dan IC3 artikel harus tersedia dalam dan dapat diakses secara bebas. Selain itu, artikel harus ditulis dalam Bahasa Indonesia.

Hasil Penelitian

Item data yang diekstraksi dari setiap artikel dirangkum ke dalam beberapa kategori utama, yaitu: tahun publikasi, nama peneliti, metode penelitian yang digunakan, fokus atau

variabel penelitian (wirausaha, retail, kebutuhan lokal), serta temuan utama yang relevan dengan perubahan retail. Kategori-kategori tersebut dipilih untuk mengorganisasi informasi dari setiap studi secara sistematis dan memungkinkan analisis yang lebih mendalam terhadap tren, pola, dan kesenjangan dalam literatur. Proses ekstraksi dilakukan secara manual berdasarkan pembacaan menyeluruh terhadap isi artikel yang telah lolos seleksi berdasarkan kriteria inklusi.

Penelitian ini menganalisis sebanyak 10 artikel ilmiah terkait pengaruh wirausaha retail , khususnya aspek peningkatan penjualan. Seluruh artikel diterbitkan dalam rentang waktu baik dari jurnal nasional maupun internasional, sehingga relevan dan sesuai kriteria inklusi penelitian ini.

Untuk memperkuat hasil, Tabel ini menyajikan daftar sintesis isi dari masing-masing artikel, mencakup nama penulis, tahun terbit, judul, metode yang digunakan, fokus utama, dan ringkasan temuan penting.

Tabel 1. Daftar sintesis dari ringkasan temuan

No	Tema/Variable	Nama Penulis	Jumlah Studi
1	Pola konsumsi berbasis budaya lokal dan komunitas	Paulus Waterpauw (2024), Barat Budiman et al. (2024), Nuryanti Sastradinata (2024)	3
2	Inovasi produk dan distribusi berbasis kebutuhan lokal	Satria et al. (2025), Akhmad Suharto et al. (2025), Barat Budiman et al. (2024)	3
3	Digitalisasi dan adaptasi teknologi dengan nilai lokal	Addinari et al. (2025), Sutrisno et al. (2025), Addinari et al. (2025)	3
4	Kolaborasi antar pelaku local (UMKM, Komunitas, Pemerintah)	Barat Budiman et al. (2024), Addinari et al. (2025), Paulus Waterpauw (2024)	3
5	Ketahanan ekonomi dan kemandirian daerah	Paulus Waterpauw (2024), Nuryanti Sastradinata (2024), Akhmad Suharto et al. (2025)	3

Studi menunjukkan bahwa keberhasilan usaha retail skala kecil dan menengah tidak hanya bergantung pada aspek modal dan lokasi, tetapi juga pada kemampuan pelaku usaha dalam memahami pola konsumsi berbasis budaya lokal, segmentasi komunitas, dan keterlibatan sosial.

Tabel 2. Daftar sintesis dari ringkasan temuan

No	Penulis & Tahun	Judul Artikel	Metode/ pendekatan penelitian	Fokus/ objek kajian	Temuan/ strategi utama
1	Barat Budiman et	Program Pemberdayaan	Studi Kasus	Pemberdayaan UMKM	Strategi pemasaran

	al., 2024	Pemuda Pesisir di Desa Meninting		berbasis komunitas	berbasis budaya lokal meningkatkan keterlibatan konsumen dan distribusi produk lebih inklusif.
2	Paulus Waterpauw, 2024	Segmentasi Komunitas dan Budaya Lokal dalam Usaha Retail	kualitatif	Pola konsumsi berbasis budaya lokal	Pemahaman budaya lokal dan karakteristik komunitas memperkuat daya saing dan ketahanan usaha retail kecil dan Menengah.
3	Addinari et al., 2025	Strategi Pengurangan Pengangguran melalui Program Job Fair	Evaluasi Program	Peran kebijakan dan kebutuhan lokal	Kolaborasi pemerintah dan komunitas lokal mendorong penyesuaian strategi bisnis UMKM dengan kebutuhan lokal secara berkelanjutan.
4	Satria et al., 2025	Inovasi Produk Sabun Cair UMKM Desa Rejomulyo	Eksperimen & Observasi	Inovasi produk berbasis kebutuhan lokal	Produk yang disesuaikan dengan karakteristik lokal lebih diterima di pasar dan meningkatkan daya saing UMKM.
5	Akhmad Suharto et al., 2025	Usaha Mikro Berkelanjutan melalui Mini Market	Studi Pengabdian Masyarakat	Retail berbasis kebutuhan lokal	Mini market berbasis kebutuhan lokal membantu memperkuat kemandirian

					ekonomi masyarakat setempat.
6	Sutrisno et al., 2025	Pola Tabungan dalam Penjualan Retail Hewan Qurban	Kuantitatif Survei	Strategi pemasaran retail berbasis lokal	Tabungan berbasis kebutuhan lokal mendorong peningkatan daya beli konsumen di sektor retail khusus.
7	Nuryanti Sastradinata, 2024	Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif	Deskriptif Teoritis	Inovasi dan bisnis kreatif berbasis lokal	Inovasi yang berakar pada budaya lokal meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.
8	Barat Budiman et al.,	Co-design Program Pengembangan Pemuda Pesisir	Studi Partisipatif	Kolaborasi komunitas dan UMKM lokal	Kolaborasi antar pelaku lokal menciptakan inovasi berbasis partisipasi dan memperkuat ketahanan ekonomi berbasis komunitas.
9	Addinari et al., 2025	Tantangan Globalisasi dalam Bisnis Lokal	Literatur Review	Globalisasi dan nilai lokal	Adaptasi digital perlu selaras dengan pelestarian nilai lokal agar bisnis retail tetap relevan di pasar global.
10	Paulus Waterpauw, 2024	Budaya Lokal dan Ketahanan Usaha Retail	Kualitatif	Budaya komunitas dalam bisnis retail	Keterlibatan sosial dan budaya lokal memperkuat resiliensi serta

					hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam usaha retail kecil dan menengah.
--	--	--	--	--	--

Diskusi

Hasil analisis terhadap sepuluh artikel yang dipilih menunjukkan bahwa peran wirausaha retail dalam pembangunan ekonomi daerah sangat ditentukan oleh tingkat keterkaitan antara strategi bisnis dengan kebutuhan lokal, konteks budaya, dan karakteristik komunitas. Temuan ini konsisten dengan pernyataan Paulus Waterpauw (2024) bahwa pemahaman pelaku usaha terhadap segmentasi komunitas dan pola konsumsi berbasis budaya lokal menjadi faktor utama dalam keberhasilan usaha retail kecil dan menengah.

Secara umum, artikel-artikel yang ditinjau menunjukkan bahwa usaha retail yang berbasis pada pendekatan lokalitas cenderung lebih adaptif terhadap perubahan, mampu menciptakan inovasi produk, serta menjalin hubungan sosial yang lebih kuat dengan konsumen. Hal ini sejalan dengan studi Barat Budiman et al. (2024) yang menunjukkan keberhasilan program pengembangan UMKM di Desa Rejomulyo melalui strategi pemasaran yang berbasis budaya dan distribusi partisipatif berbasis komunitas.

Beberapa artikel juga menyoroti pentingnya digitalisasi dan integrasi teknologi dalam menunjang keberlanjutan usaha retail lokal. Namun demikian, digitalisasi yang tidak memperhatikan aspek sosial budaya lokal justru dapat menyebabkan kegagalan dalam menjangkau pasar sasaran. Oleh karena itu, pelaku usaha lokal dituntut untuk tidak hanya go digital, tetapi juga tetap mempertahankan nilai-nilai lokal dalam pengelolaan bisnis mereka (Addinari et al., 2025).

Selain itu, beberapa studi juga menunjukkan adanya peran penting kolaborasi antar pelaku lokal, baik antar UMKM maupun antara UMKM dan pemerintah desa, dalam menciptakan sistem usaha yang lebih tangguh dan mandiri. Kolaborasi ini terbukti mampu meningkatkan akses pasar, memperkuat jaringan distribusi, serta memperluas dampak ekonomi lokal secara menyeluruh.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa wirausaha retail memiliki peran penting dan strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi daerah, terutama melalui pendekatan yang berbasis pada kebutuhan lokal, karakteristik komunitas, dan nilai-nilai budaya masyarakat. Melalui telaah terhadap sepuluh artikel ilmiah yang relevan, ditemukan bahwa usaha retail kecil dan menengah yang mampu memahami dan menyesuaikan diri dengan dinamika sosial budaya setempat lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah tantangan globalisasi serta perubahan perilaku konsumen.

Keberhasilan wirausaha retail tidak hanya ditentukan oleh modal dan lokasi, tetapi juga oleh kemampuan adaptif pelaku usaha terhadap tren konsumsi berbasis komunitas, serta inovasi

dalam produk dan distribusi yang berakar pada konteks lokal. Studi juga menunjukkan bahwa digitalisasi usaha menjadi faktor penunjang keberlanjutan, namun harus dilakukan secara selektif dan tidak menghilangkan esensi nilai-nilai lokal.

Temuan lain menekankan pentingnya kolaborasi antar pelaku lokal, termasuk antar UMKM, pemerintah desa, dan komunitas, dalam memperkuat daya saing usaha retail dan menciptakan sistem ekonomi yang lebih tangguh dan mandiri. Kolaborasi ini berkontribusi terhadap peningkatan akses pasar, penguatan jaringan distribusi, dan penciptaan inovasi berbasis partisipasi masyarakat.

Dengan demikian, hasil penelitian ini mendukung gagasan bahwa pengembangan wirausaha retail yang berbasis kebutuhan lokal merupakan pendekatan yang efektif dalam menciptakan bisnis yang inklusif, adaptif, dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat daerah.

Daftar Pustaka

- Addinari, S. S., Adzira, S., Prasetyo, P., Januariska, N. N., Zuhri, M. A., Nurlita, D. S., & Nuryanto, Y. (2025). Implementasi kebijakan Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung dalam mengurangi angka pengangguran usia muda: Studi kasus program job fair tahun 2024. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*.
- Akhmad Suharto, et al. (2025). Berdaya bersama Aisyiyah: Merintis usaha mikro yang berkelanjutan melalui mini market. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 6.
- Astuti, E. D. (2022). Transformasi UMKM digital berbasis potensi lokal. Retrieved from <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1592>
- Barat Budiman, L., Jumaedi, M., Withri, D. A., Gafur, A., Wafik, A. Z., & Adha, R. (2024). Co-design program pemberdayaan pemuda pesisir di Desa Meninting, Kabupaten. *Sciences du Nord Community Service*, 3.
- Herdina, A. M. (2022). Kewirausahaan berbasis kearifan lokal sebagai strategi model bisnis ritel. Retrieved from <https://journal.apmai.org/v2/index.php/jmkli/article/view/92>
- Mujianto, M. (2022). Dampak pandemi Covid-19 pada UMKM warung ritel tradisional di Indonesia dan strategi bertahanannya. Retrieved from <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/view/1592>
- Panjaitan, M. N. (2021). Merintis peluang baru mengembangkan UMKM pedesaan melalui manajemen retail. Retrieved from <https://www.journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/article/view/499>
- Satria, H., Gede, N. L., Juliasih, R., Akmal, J., Alkausar, R., Fildza, A., Kiswandono, A. A., & Nazhifah, N. (2025a). Aplikasi bahan aktif daun sereh wangi pada sabun cair produksi UMKM Manja Desa Rejomulyo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terapan*, 6(1). <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v6i1.217>
- Sutrisno, H., Lesmana, A. S., Sari, Y., Anas, U., & lainnya. (2025). Efektivitas penerapan pola tabungan dalam meningkatkan minat konsumen pada penjualan ritel hewan qurban. *SOSMANIORA (Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora)*, 4(2), 491–500. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v4i2.5324>
- Waterpauw, P. (2024). 4442-16392-1-PB. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 10(2), 928–944. <https://doi.org/10.29210/020244442>
-