

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha melaju sangat pesat pada era sekarang, hal ini karena semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis ditambah lagi teknologi sudah semakin maju dan memudahkan para pelaku usaha untuk melancarkan suatu bisnis yang di jalannya. Pada saat ini banyak sekali jenis usaha yang berkembang salah satunya bisnis dalam bidang pakaian atau bisa kita sebut sandang, karena sandang merupakan suatu kebutuhan primer bagi setiap orang kebutuhan sandang ini semakin hari semakin tinggi, seiring dengan pertumbuhan penduduk, saking tingginya permintaan mendorong pertumbuhan bisnis ritel, distribusi maupun industri konveksi. Dengan semakin tumbuhnya usaha desain di bidang *fashion* juga sangat mendorong peningkatan transaksi di bidang ini. Bahkan, kebutuhan sandang untuk sebagian segmen bukan lagi sebagai kebutuhan primer, akan tetapi sudah bergeser menjadi kebutuhan sekunder bahkan tersier. Hal ini semakin nampaknya konsumen dari segmen tertentu berbelanja busana karen alasan desain, gengsi, atau gaya hidup yang lain. Sehingga pemenuhan sandang bukan lagi sebagai kebutuhan dasar, Perbelanjaan busana bukan lagi demi etika pergaulan, tetapi sudah merambah pada nuansa estetika dalam berbusana, dan hal inilah yang menyebabkan seseorang membeli bukan karena sekedar alasan kebutuhan dasar, melainkan karena alasan pergaulan, kondisi tersebut semakin memicu bertumbuhnya industri dan usaha

penjualan konveksi, yang sangat memerlukan kebijakan perluasan pasar maupun penetrasi pasar.¹

Didunia usaha setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya agar tujuan dan sasaran perusahaannya tercapai. Produk yang dihasilkan dapat terjual atau dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang, melalui produk yang dapat dijualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya atau menjaga kesetabilan usahanya dan berkembang. Jadi setiap produsen harus memikirkan kegiatan pemasaran produknya, jauh sebelum produk ini dihasilkan sampai produk tersebut di konsumsi oleh konsumen akhir.²

Proses menjalankan usaha atau bisnis sebuah perusahaan sangat perlu adanya manajemen strategi. dalam manajemen strategi nantinya akan memuat sebuah langkah-langkah untuk merumuskan sebuah rencana yang akan dijalankan secara singkat manajemen strategi akan menganalisis sebuah permasalahan yang ada, kemudian merencanakan strategi yang akan dijalankan dalam sebuah perusahaan atau organisasi, juga pada akhirnya akan diambil sebuah keputusan sebagai strategi yang sudah final berdasarkan analisis yang dilakukan.

Setiap organisasi perlu penerapkan dan mengembangkan kemampuan manajemen internalnya guna mencapai tujuan yang

¹ Sukarjo, Edi. “*Analisis Strategi Bersaing Penjualan Prodak Pakaian Pedagang Pedagang Di Pasar Parung Panjang Bogor Terhadap Pedagang Di Pasar Lain.*” *INOVASI Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 3.2 (2016): 73-91

² Isnani Riski Miayasari, *strategi pemasaran toko baju di kota palangkaraya*, (Institut Agama islam Negeri Palangkaraya): 20019), h. 1

diinginkan dengan mengarahkan segenap potensi dan strategi serta taktik yang tepat untuk diaplikasikan. Proses manajemen strategi dapat diuraikan sebagai pendekatan yang objektif, logis, sistematis untuk membuat keputusan besar dalam suatu organisasi. Proses ini berusaha untuk mengorganisasikan informasi kualitatif dan kuantitatif dengan cara yang memungkinkan keputusan efektif diambil dalam kondisi yang tidak menentu.³

Pondasi perusahaan yang kuat menjadi prasyarat dalam memanfaatkan setiap peluang bisnis. Landasan tersebut dibangun dari dalam, diawali pada saat bagaimana perusahaan tersebut didirikan. Visi dan misi strategis perusahaan menjadi sangatlah penting. Langkah selanjutnya adalah merumuskan tujuan perusahaan dan budaya organisasi yang menjadi identitas bagi sebuah perusahaan. Kekuatan dalam membangun diri tersebut dapat menjadi pendorong laju perusahaan dalam memasuki pasar persaingan. Ibarat memasuki medan perang, apabila pasukan sudah bergerak maju, dilengkapi dengan senjata yang lengkap dan canggih, serta strategi peperangan yang jitu, maka di atas kertas peperangan akan dapat dimenangkan. Begitu juga sebaliknya, apabila memasuki medan perang tanpa dilengkapi dengan persenjataan yang memadai dan pasukan yang tidak mumpuni serta tanpa ada strategi perang yang cerdas, maka dipastikan akan pulang dengan membawa kekalahan dan kematian.⁴

³ Rahajeng widya, *manajemen strategi 4.0*, (jakarta: PT Adya Berkah Mulia,2020), h.1

⁴ Dwi Sulistiani, *analisis swot sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis*, (Universitas Maulana Malik Ibrahim malang: 2006), h. 2-3

Kondisi politik suatu negara, regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah, kehidupan sosial budaya masyarakat yang berubah, dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan yang hendak dicapai. Hal-hal tersebut jelas tidak bisa dikendalikan oleh internal perusahaan. Perusahaan harus bisa memanfaatkan perubahan-perubahan eksternal tersebut sehingga menjadi pendorong kecepatan laju dalam mencapai tujuan. Berdasarkan latar belakang tersebut, menunjukkan pentingnya suatu analisis dari perusahaan baik terhadap lingkungan internal dan eksternalnya, agar perusahaan benar-benar siap dan dapat memanfaatkan peluang yang ada. Hal ini dilakukan agar perusahaan mampu mewujudkan tujuan perusahaan dengan membuat strategi yang tepat. Strategi yang tepat bisa diartikan sebagai apa yang dilakukan perusahaan agar selalu bisa berada dalam posisi strategis dalam persaingan dan mampu beradaptasi dengan lingkungan yang selalu mengalami perubahan.

Manajemen strategik ini juga suatu sistem yang digunakan sebagai satu kesatuan dalam memiliki beragam komponen saling berkaitan dan mempengaruhi antara satu dan lainnya serta bergerak secara serentak menuju arah yang sama pula. Bagian ilmu manajemen strategik ini senantiasa akan menyikapi pada dinamika-dinamika yang terjadi baik itu dari lingkungan internal maupun eksternalnya yang kemudian akan berlanjut dengan bagaimana cara berupaya untuk menyesuaikan hingga pada akhirnya pada tujuan yang telah ditetapkan itu dapat segera terlaksana atau direalisasikan dengan baik.

Didalam suatu perusahaan, produk yang di keluarkan pasti punya keunggulan dan kelemahan tersendiri, lebih dari itu perusahaan biasanya memiliki pesaing dan juga banyak peluang yang bisa di ambil tentunya dengan melalui analisis dan penelitia. Dalam hal ini analisis SWOT di anggap mampu menilai dan memberikan informasi yang di butuhkan oleh perusahaan. Tujuan dari analisis SWOT sendiri secara umum adalah untuk mendiagnosa produk dan juga mencari informasi yang di perlukan.

Analisis SWOT berfungsi untuk menganalisa suatu perusahaan mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, yang bersumber dari internal dan juga eksternal dari perusahaan. Tektik yang di gunakan, mecari kunci factor pada inernal dan eksternal perusahaan yang kemudian di olah sehingga memberikan suatu informasi.

SWOT merupakan singkatan dari *strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman). SWOT diguakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal dan tantangan-tantangan yang dihadapi.⁵

Analisis SWOT juga merupakan alat untuk mencocokkan data-data penting yang membantu manajer mengembangkan tipe-tipe strategi. Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan strategi, dan kebijakan perusahaan. Perencana strategis harus menganalisisi

⁵ Rahajeng widya, *manajemen strategi 4.0*, (jakarta: PT Adya Berkah Mulia,2020), h.113

faktor-faktor strategis institusi usaha dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Mencocokkan faktor eksternal dan internal kunci adalah bagian yang paling sulit dalam mengembangkan matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada pencocokan yang terbaik.⁶

Toko Sofwan Collection adalah sebuah usaha penjualan pakaian yang berada di Desa Pontang Kecamatan Tirtayasa Serang Banten toko ini menjual macam-macam pakaian seperti baju anak-anak, baju dewasa, kerudung atau hijab, perlengkapan untuk bayi dan juga seragam sekolah untuk anak usia dini dan lain-lain. Alasan peneliti memilih toko Sofwan Collection karena sejak berdiri di tahun 2016 toko tersebut banyak sekali mengalami kemajuan bahkan menambah tempat atau cabang untuk memperluas pasar dalam meningkatkan penjualan, di sisi lain proses membangun sebuah usaha tidaklah mudah toko Sofwan Collection bahkan pernah membuka dua cabang di tempat lain tetapi kemudian ditutup kembali karena kondisi keuangan kurang stabil dalam mencapai kesuksesan banyak sekali hal-hal atau tantangan yang di hadapi. Toko yang dibangun oleh pasangan suami istri yakni Pak Muadul Ulum dan Ibu Lutfiyah tersebut sedikitnya banyak mengalami perubahan bahkan awal pendiriannya tidak berlokasi di area tersebut dan masih sangat sederhana.

Saat ini toko tersebut berlokasi di jalan raya pontang dengan bangunan dua kios yang menjadi satu, lokasi yang cukup strategis menjadi alasan yang cukup kuat dalam proses penjualan, akan tetapi pada saat ini banyak sekali pesaing baru yang menjual

⁶ Rahajeng widya, *Manajemen Strategi...*, h.114-115

pakaian di Desa Pontang tersebut, hal ini menjadi salah satu tantangan yang perlu di perhitungkan bagi Toko Sofwan Colection. Di Desa Pontang sendiri perkembangan pembangunan pada bidang perdagang sudah cukup maju dan termasuk kawasan ramai. Bahkan dari sisi kemajuan yang lain seperti insfatuktur jalan, tranfortasi dan juga pelayanan pemerintah sudah cukup baik dan stabil. Akan tetapi lokasi yang strategispun di rasa sangat kurang untuk memajukan sebuah usaha, banyak sekali aspek yang perlu diperhatikan dalam menjalankan dan memajukan sebuah usaha untuk mencapai suatu keberhasilan.

Berdasarkan uraian di atas, maka menurut peneliti dirasa sangat perlu untuk menerapkan manajemen strategi untuk lebih meningkatkan bisnis toko Sofwan Collection, dan juga sebagai evaluasi dalam membangun dan memajukan toko tersebut. menerapkan manajemen strategi dalam suatu bisnis atau lembaga perusahaan menjadi faktor penting bagi perusahaan dalam mencapai kesuksesan menjalankan sebuah perusahaan. Dalam hal ini penulis berusaha menganalisa dan meneliti sebuah usaha toko yang ada di daerah kecamatan pontang dengan studi kasus toko perlengkapan pakaian Sofwan Colection, adapun judul penelitian ini yaitu **“Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Toko Pakaian Sofwan Collection Di Kecamatan Pontang)”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah mengacu kepada latar belakang yang telah dibahas pokok permasalahan yang akan dibahas pada penelitian

ini adalah “Bagaimana Strategi Bisnis Toko Pakaian Sofwan Collection Dalam Menghadapi Persaingan Saat ini?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seterategi yang tepat bagi toko Pakaian Sofwan Colektion dalam menghadapi persaingan saat ini dengan memperhatikan kondisi lingkungan internal dan juga eksternalnya.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah fokus masalah yang diteliti fokus dari penelitian ini adalah membahas masalah yang ada di dalam rumusan masalah agar tidak keluar jalur dalam pembahasan.

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pada bagaimana menerapkan manajemen strategi menggunakan perumusan Analisis SWOT, yang mencakup lingkungan internal dan eksternal, untuk meningkatkan daya saing pada toko Sofwan Collection.

E. Manfaat/Signifikasi Penelitian

Dalam studi ini peneliti berharap bisa memberi suatu khasanah ilmiah bagi siapapun yang membaca, memudahkan peneliti dalam penelitian yang berkaitan dengan setrategi sebagai sumber referensi kemudian menjadi sumber inspirasi bagi usaha yang terkait.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu telah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti; Syauqy Jazuli dengan menggunakan metode Analisis Swot

IFAS dan EFAS mengenai “staregi pemasaran produk”. kemudia peneliti yang kedua, Anisa Mayang Indri Astuti Bersama Shita Ratna Wati, mengenai “Analisa SWOT Dalam Menentukan Staregi Pasar” yang menggunakan metode analisa SWOT matriks IFE dan EFE. Atau megggunakan faktor internal dan faktor eksternal. Dalam studi ini peneliti menggunakan Analisis SWOT terhadap faktor lingkungan baik faktor internal maupun eksternal pada toko Sofwan Colecton di Kecamatan Pontang

G. Kerangka Pemikiran

Dalam setudi ini peneliti menggunakan Analisis SWOT dalam mengembangkan dan menjelaskan suatu permasalahan yang akan di bahasa, teori ini banyak di gunakan dalam perumusan suatu strategi dalam sebuah organisasi atau perusahaan di dalamnya terdapat cara analisa suatu perusahaan yakni menganalisa lingkungan internal dan eksternal yaitu mengukur Kekuatan (*strength*), Kelemahan (*weaknes*) Peluang (*opportunities*), dan Ancaman (*threats*) yang kemudian semuanya di analisis dengan teliti dan memberi suatu keputusan sebuah rencana strategi yang akan diambil suatu perusahaan tersebut.

H. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN.

Merupakan hasil proposal yang sudah diuji dan layak untuk dilanjutkan dalam penelitian juga sudah diperbaiki. Adapun susunan dalam BAB ini sebagai berikut :

1. Latar belakang masalah
2. Fokus penelitian
3. Manfaat/signifikasi penelitian

4. Tujuan penelitian
5. Penelitian terdahulu yang relevan
6. Kerangka pemikiran
7. Sistematika penulisan

BAB II : KAJIAN TEORI

Pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka yang berisi teori-teori yang berhubungan dengan penelitian diantaranya gambaran mengenai manajemen strategi, Analisis SWOT, dan tahapan-tahapan dalam mengaplikasikan Analisis AWOT, dari tahapan *inpun* hingga pengambilan keputusan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang paparan data/ temuan penelitian yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara, dan deskripsi informasi lainnya seperti buku, jurnl, dan data-data lain yang diperlukan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan kesimpulan atau ringkasan hasil penelitian yang mengacu pada rumusan masalah, dan juga berisi saran dari peneliti berdasarkan hasil temuan-temuan dalam penelitian yang ditujukan untuk memberi rekomendasi pengambilan keputusan dalam menentukan strategi, atau untuk peneliti berikutnya yang berkaitan.

