

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini mengalami pergerakan yang sangat cepat dengan adanya kemajuan teknologi dan era globalisasi, dimana produk-produk yang ditawarkan di pasar menjadi sangat beragam, bervariasi dan tidak hanya didominasi oleh salah satu merk maupun pelaku usaha saja (Binus, 2019). Di satu sisi hal ini sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha yang memiliki visi yang maju dan memiliki keahlian dan kecakapan pada bidang teknologi informasi sehingga dapat memanfaatkan teknologi untuk kemajuan usaha. Namun di sisi lain masih banyak pelaku pasar konvensional yang masih belum dapat mengikuti arus pergerakan jaman, dimana banyak pelaku pasar terutama yang telah menjalankan usahanya selama puluhan tahun masih buta terhadap kemajuan teknologi dan belum memanfaatkan teknologi dalam berbisnis (Pahrudin, 2020).

Perusahaan saat ini dituntut untuk terus berinovasi dan berkembang sesuai dengan perkembangan jaman, dimana selain ada faktor perubahan teknologi, juga ada faktor lain berupa masuknya pesaing dari luar, daya beli masyarakat dan juga pola konsumsi masyarakat yang telah bergeser dari jaman pebisnis konvensional memulai usahanya. Kondisi ini menyebabkan cara-cara berbisnis yang selama ini dilakukan oleh pebisnis konvensional perlu mengalami perubahan. Langkah awal yang harus

dilakukan oleh suatu usaha konvensional dalam upayanya untuk berubah agar dapat bersaing dan bertahan dalam bisnis adalah dengan mengevaluasi strategi bisnisnya.

Strategi bisnis merupakan sesuatu yang sangat penting bagi suatu bisnis karena strategi bisnis akan menentukan arah dan tujuan suatu bisnis, rancangan di dalamnya, rencana implementasi dan evaluasi terhadap kesesuaian pelaksanaan dan hasil kerja bisnis tersebut (David dan David, 2016). Persaingan merupakan inti dari keberhasilan sehingga untuk dapat membuat suatu bisnis dapat bersaing dengan pesaingnya, maka dibutuhkan suatu perencanaan strategi bisnis yang mampu menerjemahkan semua keunggulan, kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki dan perlu dipertimbangkan oleh perusahaan untuk dapat menonjolkan keunggulan bersaingnya (Porter, 2015). Porter (2015) juga menyatakan bahwa inti dari perumusan suatu strategi bisnis yang bersaing adalah dengan menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya. Salah satu cara untuk menganalisis strategi suatu perusahaan dan mengembangkan strategi alternatif adalah dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisa SWOT merupakan perumusan strategi bisnis alternatif perusahaan yang didapatkan dengan mempertimbangkan berbagai faktor internal perusahaan yang dapat dilihat dari menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan serta faktor eksternal perusahaan dengan menganalisis peluang serta ancaman (David dan David, 2016). Berdasarkan dari faktor internal dan eksternal perusahaan maka perusahaan akan dapat menciptakan alternatif-alternatif strategi yang dipandang mampu untuk meningkatkan keunggulan bersaing dari perusahaan.

Toko 46, Kranggan adalah toko yang menjual berbagai macam peralatan dan perlengkapan kebersihan seperti sapu, tempat sampah, engkrak, gayung dan berbagai

macam perlengkapan dan peralatan kebersihan lainnya. Toko 46, Kranggan telah berdiri dari tahun 1963 dan berlokasi di Kranggan yang merupakan lokasi bisnis di kota Semarang. Toko 46, Kranggan didirikan oleh Ibu Budijanti Poernomo, pada tahun 1963 dan saat ini telah meninggal dunia. Setelah Ibu Budijanti Poernomo meninggal, Toko 46, Kranggan dikelola oleh Ibu Kartuti Poernomo sejak tahun 1993. Permasalahan yang terjadi adalah omset Toko 46, Kranggan selama beberapa tahun ini mengalami penurunan yang cukup signifikan dari yang berkisar antara Rp. 50.000.000 per bulan menjadi rata-rata Rp 23.000.000 per bulan sehingga menunjukkan bahwa ada permasalahan bisnis yang dialami oleh Toko 46, Kranggan. Masalah ini dapat terjadi karena banyaknya persaingan yang dihadapi oleh Toko 46, Kranggan, antara lain dengan banyaknya toko yang juga menjual produk-produk sejenis, yang juga berlokasi di daerah Kranggan dan Depok. Sementara saat ini banyak toko modern di Semarang yang juga menjual produk-produk yang sejenis. Kondisi ini membuat tidak adanya keunggulan bersaing yang dimiliki oleh Toko 46, Kranggan dalam menjual produknya dan menjalankan bisnis sehingga kinerjanya mengalami penurunan omset bisnis.

Hal ini cukup membuat masalah bagi Toko 46, Kranggan sehingga perlu adanya perumusan suatu strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulannya melalui analisa SWOT. Berdasarkan survey awal kepada pemilik Toko 46 dan karyawan Toko 46, diidentifikasi beberapa faktor internal dan eksternal Toko 46, Kranggan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey Toko 46, Kranggan, Semarang

No	Variabel	Keterangan
1	Kekuatan	Kelengkapan produk Toko 46
		Ada diskon khusus untuk pembelian produk tertentu
		Penataan barang display rapi
		Penyediaan barang tradisional berkualitas
2	Kelemahan	Media sosial masih terbatas melalui WA
		Keadaan Toko 46 kurang luas
		Delivery terbatas (tidak memiliki armada delivery khusus)
3	Peluang	Bertambahnya permintaan dengan delivery
		Meningkatnya permintaan alat dan perlengkapan kebersihan di masa pandemic Covid-19
4	Ancaman	Pesaing ritel mikimarket dan supermarket yang menjual produk sejenis
		Tempat parkir yang terbatas di area Kranggan

Sumber: prasurvey kepada pemilik dan karyawan Toko 46, Kranggan, 2020

Adanya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman di Toko 46, Kranggan ini perlu disikapi karena adanya peta persaingan bisnis yang semakin ketat sehingga perlu adanya strategi alternatif yang dirumuskan untuk meningkatkan keunggulan bersaing Toko 46, Kranggan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari jurnal Primadona dan Rafiqi (2019) yang melakukan analisis SWOT pada strategi persaingan usaha di minimarket Madina Purbaratu di Kota Tasikmalaya. Hasil penelitian Primadona dan Rafiqi (2019) menunjukkan bahwa alternatif strategi yang dihasilkan untuk minimarket Madina Purbaratu adalah di kuadran 1 yaitu strategi agresif, karena minimarket Madina Purbaratu memiliki kekuatan dan peluang yang besar, sehingga dengan memanfaatkan peluang dan kekuatannya minimarket Madina Purbaratu dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan dan berekspansi untuk meningkatkan keunggulan bersaing minimarket dibandingkan dengan minimarket lain.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai strategi alternatif untuk dapat meningkatkan keunggulan bersaing dari Toko 46, Kranggan, Semarang dengan judul Strategi Untuk Peningkatan Keunggulan Bersaing Toko 46, Kranggan, Semarang.

1.2. Perumusan Masalah

Strategi apa yang dialternatifkan untuk Toko 46 Kranggan Semarang menggunakan cara SWOT?

1.3. Tujuan Penelitian

Membuat alternatif strategi untuk Toko 46, Kranggan menggunakan SWOT.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Toko 46, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemilik Toko 46, Kranggan untuk merancang strategi bersaing yang tepat sehingga ada peningkatan keunggulan bersaing yang dimiliki oleh Toko 46, Kranggan.
2. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu menjadi suatu referensi ilmu untuk menautkan antara pengetahuan yang didapatkan dari kuliah dengan strategi actual yang dapat diterapkan di bisnis pada dunia bisnis nyata.