

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perusahaan memiliki kemampuan untuk menciptakan strategi. Strategi tersebut digunakan untuk merencanakan masa depan serta berusaha untuk membangun perencanaan yang proaktif. Strategi yang baik akan memudahkan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. (AB Susanto, 2014)

Setiap perusahaan wajib memakai strategi untuk usahanya. Perusahaan besar juga memiliki manajemen yang strategis demikian pula perusahaan kecil sehingga jika dikelola dengan baik maka akan menjadi manajemen yang strategis pula. Manajemen strategis merupakan tindakan yang digunakan suatu perusahaan untuk mencapai target perusahaan (M. Suyanto, 2007)

Manajemen strategis melibatkan keputusan berjangka panjang rumit dan berorientasi ke masa depan. Perencanaan strategi terdiri dari tiga tahapan utama yaitu menyelaraskan kepentingan organisasi dengan kepentingan pemangku kepentingan (stakeholder) kedua memformulasikan apa strategi organisasi, yang dimulai dengan penyusunan visi dan misi. Fase ketiga menyusun rencana bisnis (Wijaya & Sirine, 2016).

Perusahaan akan bersaing di berbagai tingkatan bisnis atau pasar, dalam strategi bisnis ini harus dikembangkan sedemikian rupa sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan yang telah direncanakan sebelumnya. Strategi bisnis menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa dalam perusahaan baik industri khusus atau segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut (Wijaya & Sirine, 2016).

Usaha toko kelontong adalah usaha yang pada umumnya kecil dan di buka di depan rumah dengan target pelanggan utama adalah para tetangga atau masyarakat sekitar. Toko kelontong tidak jauh beda dengan toko sembako, karena toko kelontong maupun toko sembako banyak menjual barang yang sama untuk melengkapi toko mereka. Toko kelontong ada di masyarakat dengan

menyediakan barang rumah tangga dan transaksi jual beli yang sederhana dan cukup mudah serta harga cukup terjangkau salah satunya adalah Toko Sri Rejeki.

Obyek yang dipilih dalam penelitian adalah toko Sri Rejeki yang beralamat di Jalan Pemuda no 323 Pati yang mana merupakan usaha yang menghadapi persaingan. Toko Sri Rejeki merupakan toko yang menyediakan produk sesuai kebutuhan konsumen seperti sembako dan kebutuhan lainnya di masyarakat. Dalam menjalankan usaha Toko Sri Rejeki tentunya memiliki pesaing yang juga menjual produk atau barang yang sama. Adanya pesaing yang bergerak pada bidang yang sama, strategi yang dilakukan Toko Sri Rejeki saat ini yaitu memberikan kesempatan bagi pedagang-pedagang kecil untuk menjual barang dari Toko Sri Rejeki dengan harga grosir untuk meningkatkan penjualan, tidak hanya itu Toko Sri Rejeki juga memberikan diskon kepada konsumen ketika melakukan pembelian dalam jumlah tertentu serta mengunggulkan pelayanan yang baik pada konsumen agar tetap bisa menjalankan usahanya ditengah persaingan. Berikut adalah pesaing dari Toko Sri Rejeki:

**Tabel 1. 1**  
**Pesaing Toko Sri Rejeki**

Toko	Alamat
Toko Pojok	Jalan Kembang Joyo No. 32
Toko Tandur	Jalan Pemuda N0. 278 Pati

Sumber : Data primer yang diolah

Pesaing Toko Sri Rejeki yang berada di Pati yaitu Toko Pojok dan Toko Tandur. Pemilihan pesaing-pesaing dari Toko Sri Rejeki ini karena para pesaing menjual produk yang sejenis dan memiliki tempat di daerah sekitar Pati sehingga digunakan sebagai pembanding Toko Sri Rejeki dalam usahanya. Ada beberapa alasan dalam memilih pesaing dekat dengan lokasi Toko Sri Rejeki yaitu untuk memicu ide kreatif, dengan adanya kompetitor bisnis yang sejenis sehingga dapat memicu berfikir kreatif dan terus berinovasi agar bisnis tetap berjalan. Alasan kedua adalah dapat meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan dengan cara memberikan sikap yang ramah kepada konsumen serta menyediakan pelayanan yang terbaik dengan memahami setiap kebutuhan dan keinginan konsumen. Alasan

selanjutnya yaitu terus meningkatkan kredibilitas, persaingan yang sangat ketat membuat toko Sri Rejeki harus memiliki kredibilitas yang baik karena terdapat pelanggan yang membandingkan dengan toko lain yang sudah memiliki kredibilitas yang baik seperti Toko Tandur.

Bedasarkan observasi dan wawancara kepada Pemilik Toko Sri Rejeki yang mempunyai tanggung jawab dan wewenang dalam mengambil keputusan di toko tersebut, Toko Sri Rejeki mengalami penurunan penjualan di setiap bulannya disebabkan adanya penurunan keputusan pembelian atas barang yang dijual di Toko Sri Rejeki diantaranya adalah kebutuhan pokok sehari-hari. Berdasarkan pra survey diketahui bahwa terjadi penurunan pendapatan pada Toko Sri Rejeki antara lain sebagai berikut :

**Tabel 1. 2**  
**Data Penjualan Toko Sri Rejeki Pati**

Bulan	2019 ( X 1000 )	Peningkatan /Penurunan (dalam %)
Januari	1.458.600	
Februari	1.245.250	(14.63)
Maret	1.325.600	6.45
April	1.264.500	(4.61)
Mei	1.542.100	21.95
Juni	1.324.500	(14.11)
Juli	1.245.100	(5.99)
Agustus	1.324.100	6.34
September	1.254.200	(5.28)
Oktober	1.245.100	(0.73)
November	1.125.400	(9.61)
Desember	1.124.510	(0.08)
Jumlah	15.478.960	

Sumber : Data Sekunder diolah, 2020

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat adanya penurunan pendapatan yang terjadi di Toko Sri Rejeki. Sehingga pihak toko harus dapat menentukan strategi bisnis yang harus dilakukan guna meningkatkan penjualan.Salah satu alat yang digunakan untuk membantu strategi bisnis adalah SWOT.Analisis SWOT(*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) merupakan salah satu bagian dari manajemen strategi yang seringkali diterapkan oleh perusahaan. Hal ini dirasa penting, karena perusahaan dapat lebih dulu mengetahui keunggulan kompetitif

yang dimiliki, kelemahan yang dimiliki, peluang yang ada untuk progres perusahaan maupun ancaman yang akan datang dari dalam maupun dari luar perusahaan.

Di bawah ini merupakan hasil pra survei pada toko Toko Sri Rejeki yang dilakukan dengan Pemilik Toko yang benar-benar paham dalam bidang retail dan memiliki wewenang dalam pengambilan keputusan di toko. Untuk membantu mengidentifikasi strategi-strategi alternatif pada Toko Sri Rejeki yaitu dengan cara menganalisis lingkungan internal dan eksternal sebagai dasar untuk menentukan strategi yang tepat pada waktu mendatang, sebagai berikut :

**Tabel 1. 3**  
**Hasil Pra Survey Toko Sri Rejeki**

Faktor Internal			
No	Kekuatan	No	Kelemahan
1	Kualitas produk yang ditawarkan baik	1	Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki
2	Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen	2	Keterbatasan jumlah barang
3	Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki	3.	Keterbatasan jumlah karyawan
4.	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal		
5.	Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen		
No	Ancaman	No	Peluang
1	Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar	1	Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali
2	Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama	2	Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak serta sumber daya perusahaan yang besar. Sebagai tambahan, strategi bisa memberi pengaruh pada kesejahteraan jangka panjang yang mana biasanya paling sedikit lima tahun, dan maka dari itu berorientasi masa depan..

Setelah mengetahui analisis lingkungan secara internal maupun eksternal dari wawancara pada pemilik diharapkan bisa membantu Toko Sri Rejeki dalam penentuan strategi alternatif. Dengan membuat strategi bisnis yang tepat serta melakukan analisis dan memanfaatkan faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal perusahaan, sebagai salah satu dasar dalam pengambilan strategi yang tepat berdasarkan kondisi pasar yang ada. Selain itu untuk proses penyusunan perencanaan strategi perlunya tiga tahap analisis yaitu Tahap Pengumpulan data, Tahap Analisis dan Tahap Pengambilan keputusan yang tepat untuk memprioritaskan Strategi yang akan dijalankan.

Berdasarkan uraian diatas maka judul dalam penelitian ini adalah **ANALISIS ALTERNATIF STRATEGI BISNIS PADA TOKO SRI REJEKI PATI**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah alternatif strategi Toko Sri Rejeki dengan menggunakan analisis SWOT

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini untuk merancang alternatif strategi Toko Sri Rejeki dengan menggunakan analisis SWOT

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Ada beberapa manfaat dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Bagi Toko Sri Rejeki**

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi perusahaan dalam melihat kondisi perusahaan saat ini, dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan usaha yang semakin kompetitif.

### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi bagi manajemen dalam mengambil keputusan, khususnya dalam melihat kondisi lingkungan dan menentukan strategi pemasaran perusahaan, serta dapat digunakan sebagai pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan.

