

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian semakin berkembang mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju apalagi dengan adanya globalisasi maka perdagangan antar negara tidak bisa dipungkiri. Disisi lain persaingan usaha semakin ketat, maka membuat para produsen melakukan pembenahan dalam usahanya supaya bisa bersaing secara unggul dan mampu untuk berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan dunia usaha. Para pelaku usaha juga dapat menuangkan idenya dan memaksimalkan penggunaan teknologi dengan tepat agar dapat memproduksi barang atau jasa yang diperjualbelikan untuk menciptakan ciri tersendiri dari produk yang mereka tawarkan.

Dalam perekonomian terdapat berbagai macam industri. Salah satu industri yang mencakup pembahasan di penelitian ini adalah industri pakaian jadi yang masuk dalam rangkaian industri tekstil dan produk tekstil.¹

Membahas tentang industri tekstil yang mencakup pakaian jadi, selama tahun 2009 – 2014 konsumsi pakaian jadi di Indonesia tumbuh sebesar 6,89 % per tahun yaitu meningkat dari 209.3 ribu ton pada tahun 2009 menjadi 308,4 ribu ton pada tahun 2014.² Sementara jumlah

¹ <http://www.bpp.kemendag.go.id> Diakses pada tanggal 26 Juni 2020 Pukul 11:50 WIB.

² Ibid.

perusahaan yang bergerak disektor pakaian jadi tumbuh dari 2.639 perusahaan pada tahun 2009 menjadi 2.739 perusahaan pada tahun 2014 dengan pertumbuhan 0,93 per tahun.³

Dengan melihat pertumbuhan pakaian jadi tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti dengan pendekatan SWOT yang dilakukan di salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan pakaian jadi yang berada di Kota Tulungagung. Pendekatan analisis SWOT ini banyak digunakan oleh berbagai lembaga. Tujuan dari lembaga menggunakan analisis SWOT adalah untuk mengetahui kelemahan dan kekuatan lembaga tersebut. Analisis SWOT ini untuk membantu melaksanakan survey internal yang berkaitan dengan Strengths (kekuatan), dan Weaknesses (kelemahan) dalam suatu program. Sedangkan survey eksternal yang berkaitan dengan Opportunities (ancaman) dan Threats (peluang atau kesempatan).

Membahas tentang bisnis pakaian dan hijab dalam perundang – undangan juga dijelaskan bahwasanya KUHD (Kitab Undang – Undang Hukum Dagang) mengatur tentang aturan – aturan hukum khususnya perniagaan dimana ada interaksi antara satu orang dengan orang yang lainnya. Terdapat kekurangan dalam KUHD yang mana kekurangan tersebut diatur oleh peraturan perundang – undangan yang lain.

Orang Belanda datang ke Indonesia membawa KUHD sekitar satu abad yang lalu, mulanya KUHD ini hanya diberlakukan untuk Orang

³ <http://www.kemenprin.go.id> Diakses pada tanggal 26 Juni 2020 pada pukul 11:00 WIB.

Eropa dan orang timur asing yang ada di Indonesia, namun berlaku bagi kalangan tertentu untuk orang Indonesia.⁴

Pada tanggal 1 Mei 1848 KUHD berlaku di Indonesia yang terdiri dari 2 kitab dan 2 bab kitab, yang mana kitab 1 terdiri atas 10 dan yang kedua terdiri atas 13 bab. Pada pasal 1338 ayat 1 KUHP yang dijadikan sumber hukum bisnis yang utama yaitu :

1. Asas Kontrak (perjanjian) dimana asas ini dijadikan sumber hukum pertama yang memberi aturan dan patuh kepada kontrak yang telah dibuat serta berlaku bagi masing – masing pihak.
2. Asas Berkontrak, dimana asas ini memberikan kebebasan para pihak yang terlibat untuk membuat isi dari kontrak yang telah mereka sepakati⁵

Agama Islam telah mengajarkan cara berpakaian yang baik dengan menutup aurat dan menjaganya mengikuti aturan – Nya dan Sunah Rasul maka dapat bernilai ibadah dan mendapatkan keberkahan terutama dalam hal berpakaian. Tidak hanya cara berpakaian yang dibahas peneliti melainkan juga peneliti akan membahas tentang manajemen. Manajemen yaitu suatu aturan yang diatur melalui proses mengikuti urutan dari fungsi – fungsi manajemen.⁶ Sampai saat ini belum ada keseragaman mengenai

⁴ Kansil. CST, *Hukum Perusahaan Indonesia (Aspek Hukum dalam Ekonomi) Bagian I*, (Jakarta : Pradya Paramita 2001), hal 19.

⁵ Bintang Sanusi & Dahlan, *Hukum Pokok – Pokok Hukum Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung : Citra Aditya Bakti), 2000, hal 25.

⁶ Malayu S. P Hasibuan, *Manajemen dasar, pengertian dan masalah*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2011) , hal.15.

istilah manajemen dalam bahasa Indonesia. Namun untuk menghindari beragam penafsiran, maka digunakanlah istilah “manajemen” untuk mempermudah. Sedangkan manajemen bisnis menurut para ahli ialah. Andrew f. Sikula “ *Management in general refers to planning, organizing, controlling, staffing, loading, motivating, communicating, and decision making activities performed by any organization in order to coordinate the varied resource of the enterprise so as to bring an efficient creation of some product or service* ” artinya “ Manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas – aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa yang efisien.

“Kegiatan perekonomian yang dapat menyebabkan interaksi antara penjual dan pembeli sehingga menciptakan pertukaran barang dan jasa ataupun informasi dengan menggunakan uang sebagai alat transaksinya disebut pasar. Didalam pasar terjadi kegiatan perdagangan, distribusi, alokasi sumberdaya dalam masyarakat. Salah satu wujudnya adalah toko dimana konsumen dapat menemukan barang ataupun jasa yang mereka butuhkan dan inginkan. Membuka toko online dan konveksi atau (fisik) merupakan dua cara yang dilakukan dalam kegiatan menjual produk. Secara fisik toko konvensional dapat terlihat dimana konsumen dapat

melihat dan memilih langsung serta membeli barang maupun jasa yang mereka butuhkan. Mendirikan toko konvensional juga harus mempersiapkan lokasi yang strategis sehingga memudahkan pelanggan untuk datang.

Toko online atau biasa disebut Online Shop, tidak perlu modal besar untuk memulai usaha dengan online, pasti yang dikeluhkan para pemula usaha pasti modal, jelas perlu modal banyak kalau usaha yang diinginkan harus punya outlite atau toko atau ruko jelas itu sangat perlu modal yang besar, ditambah lagi jika masih membutuhkan karyawan belum juga ada tanggungan karyawannya.

Tapi tidak bisa dipungkiri lagi bahwasaya usaha yang sudah terwujud seperti toko atau ruko itu dapat dipercaya oleh masyarakat atau para konsumen, disini peneliti menemukan suatu usaha yang ada di dua – duanya yang berkecimpung di online dan juga di offline atau toko. Pembisnis ini memulai bisnisnya dari online lalu berlanjut ke konven dan online.

Apalagi dengan pesatnya teknologi di zaman sekarang penjualan barang tidak hanya di toko saja dengan kemudahan yang berkembang saat ini yaitu internet. Tidak sedikit juga sekarang orang mengenal internet dari kalangan anak – anak sampai kalangan lansia. Bahkan dengan adanya internet banyak menimbulkan pro dan kontra. Negatifnya dengan adanya internet banyak anak kecil yang kurang sosialisasi atau bahkan dia merasa tidak membutuhkan teman, gadgetpun menjadi teman kesehariannya.

Adanya internet juga memberikan dampak positif anak – anak jadi banyak wawasan, cepatnya informasi yang sampai kemasyarakat luas dan tidak kalah penting untuk pelaku ekonomi atau pembisnis untuk mengembangkan usahanya, dengan adanya internet banyak juga jebol – jebolan pembisnis baru dari kalangan remaja – remaja yang masih merintis di bangku kuliah bahkan kaum pelajarpun juga bisa melakukannya.

Perkembangan bisnis syariah di Tulungagung cukup pesat misalnya telah banyak outlet – outlet yang bergerak dalam bidang toko fashion antara lain, Toko Elsagaf, Toko Aziziah, Chaca Collections, Zafira Hijab, dan lain – lain sebagainya. Hal tersebut menunjukkan bahwa dibidang fashion mengalami perkembangan dalam dunia bisnis syariah. Dengan adanya outlet tersebut, maka dapat memberikan manfaat terlihat *fashionable dan syar'i* yang menunjang penampilan mereka dalam berbusana.

Toko fashion yang kami teliti ini khususnya menjual busana muslim adalah toko Akahijab. Toko Akahijab merupakan suatu usaha / bisnis yang bergerak dalam bidang fashion khususnya adalah toko yang menjual kebutuhan wanita yaitu kebutuhan berupa busana muslim, kosmetik dan jilbab.

Yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti disini ialah toko ini mempunyai letak yang strategis sehingga toko ini dapat dijangkau oleh konsumen dan pemilik toko ini memiliki pendapatan sebesar Rp

3.000.000 – Rp 5.000.000 per hari pada hari – hari biasa dan pada hari libur pendapatannya sekitar Rp 2.000.000 sekaligus toko ini cukup terkenal di Tulungagung, tidak hanya itu saja toko ini berdiri sejak bulan Agustus 2016 bahkan sampai sekarang toko ini dapat mempertahankan pemberian pelayanan yang baik kepada konsumen serta produk – produk yang dijual mengikuti trend mode busana zaman sekarang. Sehingga toko ini dapat bertahan walau banyak saingannya sekaligus toko ini menggunakan manajemen bisnis yang tepat sehingga toko ini dapat membuka cabang dan menjadi pemasok toko – toko yang ada di wilayah Blitar dan Kediri dan akhirnya toko ini menjadi pioner diantara toko Elsagaf, Aziziah, Chaca Chollections, Zafira Hijab. Penjualan busana muslim pada toko Akahijab Tulungagung pada tahun 2016 – 2019 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1

Tahun	Penjualan
2016	24.000.000
2017	36.000.000
2018	48.000.000
2019	60.000.000

Sumber : Toko Akahijab Tulungagung

Berdasarkan data diatas dapat dilihat dari tahun ke tahun hasil penjualan toko Akahijab mengalami peningkatan sehingga dapat bersaing

dengan toko – toko yang lainnya bergerak dalam bidang fashion yang ada di Tulungagung. Di Toko ini banyak konsumen yang tetap setia dengan Toko Akahijab sebagai tempat untuk berbelanja, karena selain banyak produk yang ditawarkan , pelayanan yang ramah, harga yang sesuai konsumen juga ada pemberian diskon dalam produk tersebut. Maka pendekatan analisis SWOT digunakan peneliti dalam menganalisis toko ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dalam bisnis toko Akahijab tersebut. Sehingga peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “ **Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats dalam Manajemen Bisnis Toko Akahijab Tulungagung** “

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimanakah Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam Manajemen Bisnis di Toko Akahijab Tulungagung ?
2. Bagaimana strategi bisnis yang diterapkan oleh Toko Akahijab di Tulungagung ?
3. Apa kendala dan solusi yang dialami saat menerapkan strategi bisnis pada Toko Akahijab Tulungagung ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan tujuan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam Manajemen Bisnis di Toko Akahijab Tulungagung.
2. Untuk menjelaskan strategi bisnis yang diterapkan oleh Toko Akahijab Tulungagung.
3. Untuk menjelaskan kendala dan solusi yang dialami saat menerapkan strategi bisnis pada Toko Akahijab Tulungagung.

D. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini memiliki batasan, dimana penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan :

1. Analisis SWOT dalam (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam Manajemen Bisnis Toko Akahijab di Tulungagung.
2. Manajemen Bissnis di Toko Akahijab Tulungagung.
3. Terkait profil Toko Akahijab Tulungagung.
4. Menganalisis mengenai jual beli konven dan online.
5. Kendala dan solusi yang dialami oleh Toko Akahijab Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen strategi.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Pemilik Toko Akahijab

Dengan adanya penelitian diharapkan sumber daya manusia secara internal maupun eksternal dapat meningkat khususnya dalam bidang pengembangan produk untuk dikonsumsi masyarakat luas terutamanya di kota Tulungagung ini.

b. Bagi Akademis

Dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran secara teoritik maupun konseptual serta dapat digunakan sebagai tambahan referensi perpustakaan IAIN Tulungagung yang berkaitan dengan manajemen bisnis pakaian dan hijab di kota Tulungagung.

c. Bagi Peneliti Lanjutan

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya khususnya dalam bidang manajemen strategi dan cara mengoptimalkan strategi bisnis.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Didalam penelitian ini diperlukan penegasan istilah agar tidak terjadi kesalahpahaman maupun kesamaan dalam penafsiran. Istilah – istilah yang didefinisikan adalah istilah yang berkaitan dengan konsep –konsep yang terdapat pada variabel penelitian. Adapun definisi dalam penelitian yaitu :

a. Pengertian *Strengths*

Pengertian strengths atau kekuatan berarti sumber daya yang tersedia di perusahaan yang dikendalikan sehingga perusahaan tersebut menjadi lebih unggul dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggannya. Sumber daya dan kompetensi tersebut dapat memunculkan kekuatan perusahaan⁷.

b. Pengertian *Weaknesses*

Pengertian weaknesses atau kelemahan merupakan keterbatasan dalam satu atau lebih sumber daya suatu perusahaan lebih relatif terhadap pesaingnya yang menjadi

⁷ Lailatul Fitria, *Skripsi :Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Batok Kelapa “COCC ART” dengan Pendekatan Analisis Strengths Weaknesses, Opportunities, Threats di Tanjungsari Kota Blitar*, (Tulungagung : Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019).

kendala dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif⁸.

c. Pengertian *Opportunities*

Pengertian *opportunities* atau peluang adalah situasi utama yang menguntungkan suatu perusahaan.⁹

d. Pengertian *Threats*

Pengertian *threats* atau ancaman adalah situasi utama yang tidak menguntungkan dalam suatu perusahaan.¹⁰

e. Pengertian Manajemen Bisnis

Manajemen berasal dari kata *to manage* yang artinya mengatur. Suatu aturan yang diatur melalui proses mengikuti urutan dari fungsi – fungsi manajemen. Jadi, manajemen itu merupakan suatu proses untuk mewujudkan tujuan yang diinginkan.¹¹ Sedangkan pengertian manajemen bisnis yaitu suatu kegiatan dalam merancang, mengelola, dan mengoperasikan sebuah usaha atau bisnis yang mencakup semua pengaturan baik dari dalam proses

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar, pengertian dan masalah* , (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hal. 13.

pengerjaan, pengelolaan sampai cara mencapai tujuan bisnis yang diinginkan.¹²

f. Pengertian Penjualan

Menurut Moekijat “dalam buku kamus istilah ekonomi” yang menyatakan bahwa “selling” melakukan penjualan ialah kegiatan interaksi tawar menawar dengan harga yang disepakati sesuai kesepakatan kedua belah pihak¹³.

2. Definisi Operasional

Bagaimanakah Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dalam Manajemen Bisnis Toko Akahijab di Tulungagung. Strategi bisnis apa yang diterapkan oleh Toko Akahijab di Tulungagung dan apa kendala yang dialami saat menerapkan strategi bisnis.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah dan kegunaan penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

¹²<http://www.jurnal.id/blog/2018-manajemen-bisnis-pengertian-perencanaandankomponennya>. Diakses pada Minggu, 08 Desember 2019 pukul 09:00.

¹³Atmim Maflukha, *Skripsi : Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats dalam Manajemen Bisnis Toko Hijab Edelwiss di Blitar*, (Tulungagung : Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018).

Menjelaskan tentang beberapa pokok yang terkait dengan tinjauan teoritis mengenai analisis SWOT, analisis manajemen bisnis, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari 1) Jenis dan Pendekatan Penelitian, 2) Lokasi Penelitian, 3) Kehadiran Peneliti, 4) Data dan Sumber Data, 5) Teknik Pengumpulan Data, 6) Teknik Analisis Data, 7) Pengecekan Keabsahan Temuan, 8) Tahap – Tahap Penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Merupakan bagian yang berisi tentang materi – materi yang berkaitan dengan topik permasalahan yang diambil dari beberapa sumber tertulis yang digunakan sebagai acuan data dalam paparan data dan temuan penelitian.

BAB V : PEMBAHASAN

Pembahasan ini mengenai analisis SWOT dalam Manajemen Bisnis di Toko Akahijab Tulungagung.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini terdiri dari 1) Daftar Rujukan, 2) Lampiran –
Lampiran, 3) Surat Pernyataan Keaslian Tulisan, 4) Daftar
Riwayat Hidup