

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen strategi merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh untuk mencapai tujuan organisasi, dengan beberapa tahapan diantaranya perencanaan, implementasi, serta evaluasi. Dalam dunia bisnis, manajemen strategi bukanlah suatu hal yang asing untuk dibahas. Bagi para pebisnis manajemen strategi sangat diperlukan agar suatu usaha dapat berjalan secara efektif dalam mencapai tujuannya. Manajemen strategi dimulai dengan penyusunan perencanaan sebagai proses untuk menentukan tujuan dan sasaran organisasi. Selanjutnya rencana yang telah disusun dapat diimplementasikan agar tujuan organisasi dapat segera tercapai. Implementasi strategi merupakan tindakan yang harus dilaksanakan dengan baik dan benar sesuai perencanaan yang telah disusun sebelumnya agar dalam proses evaluasi tidak ditemukan sesuatu yang rumit dan kompleks dalam suatu organisasi.

Di era disrupsi ini banyak sekali perubahan gaya hidup hingga perubahan sosial yang ada di sekelompok masyarakat tertentu. Hal tersebut dipicu dengan adanya gaya konsumtif yang dimiliki oleh masyarakat telah menjadi budaya baru yang akan mempengaruhi permintaan atau penawaran di bidang penjualan barang maupun jasa. Salah satu usaha yang saat ini banyak digandrungi oleh masyarakat adalah penjualan produk *fashion*. Produk *fashion* ini tidak memiliki keterbatasan

waktu apabila dapat diterapkan di berbagai fenomena oleh masyarakat. Penerapan manajemen strategi tersebut sangatlah sesuai sebagai kajian penting di zaman seperti sekarang ini. Berbagai upaya telah dilakukan oleh masyarakat untuk meningkatkan sistem dari penjualan yang ada di tokonya masing-masing. Penerapan manajemen strategi di kalangan pebisnis *fashion* sangat memperhatikan berbagai aspek yang akan mempengaruhi proses pemasaran.

Pengembangan usaha yang dilakukan oleh toko Aida Branded Matahari Store juga menjadi salah satu aspek penting dalam proses penerapan manajemen strategi. Usaha yang telah banyak dilakukan oleh pemilik usaha yang menekuni bidang *fashion* ini bermacam-macam, antara lain melakukan upaya pemasaran hingga diskon selama beberapa waktu atau *event* tertentu. Terlebih di masa pandemi ini yang menjadikan beberapa sektor perdagangan mengalami profit yang menurun. Kemerosotan pendapatan tersebut dipicu oleh berbagai faktor, dampak pandemi covid-19 sangat dirasakan oleh semua sektor usaha termasuk sektor *fashion*². Oleh karena itu diperlukan strategi-strategi pengembangan bisnis usaha sektor *fashion* agar tetap bisa bertahan. Strategi dilakukan baik secara langsung atau offline maupun online. Jika secara langsung maka diperlukan kemampuan penjualan contohnya seperti dengan mengadakan bazar secara periode. Sedangkan secara online bisa menggunakan media online untuk

² Suci, Y. R. *Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.6 N0.1, 2017, hlm. 25

meningkatkan penjualan produk dan agar konsumen terdorong lebih sering berbelanja.

Menurut Rezky Yanuar selaku Brand Manager Shopee Indonesia, produk fashion telah menjadi produk yang paling diminati dalam belanja online bagi orang Indonesia karena fashion merupakan sesuatu yang bisa dibeli setiap hari dan juga memiliki harga yang tidak terlalu tinggi. Hal ini juga diperkuat dengan fakta bahwa produk fashion merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi dalam masyarakat modern. Tuntutan gaya hidup juga membuat produk fashion menjadi pilihan bagi pembeli online. Menurut situs web We Are Social yang diposting di situs KataData, penjualan dalam kategori ini mencapai US\$2,47 miliar, atau sekitar Rs 32 triliun. Kategori barang atau jasa yang paling diminati pada belanja online di Indonesia adalah pakaian dan kecantikan, lalu diikuti oleh kategori travel dengan jumlah penjualan mencapai US\$2,4 miliar, kategori mainan dan hobi yang menduduki peringkat ketiga sebesar US\$1,4 miliar, hingga musik (digital) pada peringkat terakhir dengan jumlah penjualan sebesar US\$4 juta. Memasuki era bisnis berbasis pasar global, manajemen strategi memegang peranan penting dalam perkembangan bisnis suatu perusahaan, terutama dalam lingkungan yang kompetitif yang serupa di pasar bisnis online³. Bisnis harus memiliki strategi untuk bertahan di pasar dan bersaing dengan para pesaingnya. Manajemen strategi bertujuan untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai

³ Pangestika, P. Strategi Pengembangan Potensi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Dukungan Kucuran Kredit (Studi Kasus: UMKM Kabupaten XYZ). Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri., 2016, hlm. 34

peluang baru dan berbeda untuk esok; perencanaan jangka panjang, sebaliknya, berusaha untuk mengoptimalkan tren-tren dewasa ini untuk hari esok.

Perkembangan ekonomi saat ini sangat pesat, dengan pertumbuhan ekonomi disemua sektor terutama di sektor perdagangan, yang mulai menawarkan produk-produk investasi seperti waralaba, lisensi, dan lain-lain. Di antara sekian banyak produk investasi yang ditawarkan, waralaba merupakan salah satu alternatif investasi pilihan karena kesederhanaan proses operasi dan sistem manajemen yang jelas yang memenuhi standar operasi yang diterapkan diseluruh perusahaan. Setiap perusahaan, baik yang bergerak dibidang produk ataupun jasa, mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang. Situasi pertumbuhan bisnis saat ini cukup tinggi, terbukti dengan tumbuhnya perusahaan dengan produk sejenis dengan pesaing, sehingga akan terjadi persaingan untuk pangsa pasar dan konsumen. Perusahaan hendaknya mengetahui pasar, dimana produk atau jasa yang diproduksi akan ditawarkan atau dipasarkan.

Tabel 1.1
Data Jumlah UMKM di Kabupaten Kediri

Tahun	UMKM		Total
	Pertanian	Non Pertanian	
2018	169.123	74.846	243.969
2019	204.065	175.563	379.628
2020	204.487	175.569	380.056

Sumber : DISKOPUKM Jawa Timur

Salah satu penyumbang dana terbesar dalam setiap daerah adalah UMKM sebagai penopang kehidupan hingga menciptakan kesejahteraan masyarakat

secara bergulir. Di Provinsi Jawa Timur sendiri perkembangan UMKM dinilai menunjukkan grafik yang fluktuatif. Pernyataan tersebut dilihat dari nilai Bruto yang ada dalam perkembangan UMKM pada 3 tahun terakhir. Semenjak tahun 2018 jumlah bruto UMKM di Provinsi Jawa Timur sendiri berjumlah 56,93% dengan jumlah pendapatan per tahun menunjukkan angka 1.300 triliun rupiah. Dilanjutkan pada tahun 2019 jumlah bruto UMKM menunjukkan angka 57,26% dengan selisih tipis yang dapat dijadikan pembandingan bahwasanya pada tahun tersebut pertumbuhan UMKM dianggap hampir naik namun cenderung konstan. Tak berhenti pada tahun 2020 besaran bruto pada UMKM Provinsi Jawa Timur mengalami penurunan sebesar 0,01 % dengan menunjukkan angka 57,25 % sebagai salah satu pemicu adanya penurunan jumlah ekonomi akibat masa pandemic. Gambaran tersebut yang mendorong masyarakat memiliki itikad untuk mengembangkan suatu potensi ekonomi secara konstan.

Tujuan ini dapat dicapai dengan mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau profit perusahaan. Upaya pada umumnya bertujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan mencari dan menarik pelanggan, serta upaya untuk menguasai pasar. Usaha tersebut tidak lepas dari peranan bagian pemasaran perusahaan dalam melakukan strategi yang bagus untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat dipertahankan sekaligus ditingkatkan

Aida Branded Matahari Store merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang *fashion* yang menyediakan beberapa tren *fashion*. Produk yang menjadi andalan dari Aida Branded Matahari Store ini adalah berbagai pakaian perempuan dengan berbagai model. Tak hanya itu Aida Branded Matahari Store ini juga menjual berbagai produk untuk laki-laki dan berbagai perlengkapan lainnya seperti songkok, sarung hingga topi dan lain sebagainya. Toko pakaian yang saat ini sedang naik daun di dunia perdagangan karena semakin berubahnya gaya hidup masyarakat mengikuti perkembangan zaman tak lupa juga mengikuti perkembangan di bidang *fashion*. Hal ini sangat berkaitan dengan berbagai upaya strategi yang harus dimiliki oleh toko Aida Branded Matahari yang bergerak di bidang penjualan *fashion*.

Pemilihan topik mengenai penerapan manajemen strategi ini dinilai sebagai upaya untuk menjadikan Aida Branded Matahari Store sebagai salah satu toko yang memiliki kelengkapan elemen dalam proses pemasaran produknya. Selain itu Aida Branded Matahari Store juga memiliki visi misi untuk mengembangkan usaha yang tentu saja akan membutuhkan beberapa informasi yang dapat digali selama proses penelitian ini nantinya. Aida Branded Matahari Store sendiri dipilih karena memiliki profit yang cukup tinggi dan memiliki riwayat penjualan yang cukup menarik. Pemilik Aida Branded Matahari Store pula bersedia untuk dijadikan sebagai subjek dalam penelitian ini sebagai informan atau narasumber mengenai jalannya penelitian nantinya.

Urgensi pemilihan topik penelitian ini mengacu pada kebutuhan pasar terkait cara tepat untuk melakukan penerapan manajemen strategi secara optimal. Pihak Aida Brand Matahari Store juga membutuhkan beberapa informasi yang tepat mengenai hal-hal atau aspek-aspek yang berkaitan dengan manajemen strategi di dunia manajemen. Penerapan manajemen strategi di bidang pengembangan usaha ini berkaitan dengan cara penerapan yang telah dijalankan oleh Toko Aida Branded Matahari Store sendiri hingga terdapat beberapa kendala yang dialami hingga muncul beberapa solusi yang akan mengiringi perjalanan Aida Branded Matahari di dunia perdagangan *fashion*.

Salah satu cara yang digunakan untuk membuat bisnis menjadi unggul adalah dengan pemilihan dan penerapan strategi yang akurat dan tepat sasaran. Maka dari itu, sangat penting bahwa pengusaha memasarkan dengan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan yang efektif. Selain itu, strategi pemasaran yang digunakan perlu ditinjau dan dikembangkan lebih lanjut sejalan dengan perkembangan dan lingkungan pasar. Strategi merupakan suatu cara dimana sebuah lembaga atau organisasi akan mencapai tujuannya sesuai peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan internal dan sumber daya manusia dan beberapa elemen penting lainnya.

Dilihat dari beberapa penelitian terdahulu yang telah mengkaji persoalan penerapan manajemen strategi dalam pengembangan usaha bisnis telah mencakup beberapa materi yang melingkupi elemen manajemen strategi. Namun sebagian dari penelitian tersebut tidak menyatakan dengan jelas beberapa hal-hal

yang perlu diperhatikan mengenai penerapan manajemen strategi. Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA AIDA BRANDED MATAHARI STORE”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana penerapan manajemen strategi pengembangan usaha pada Aida Branded Matahari Store?
2. Apa saja kendala dan solusi penerapan manajemen strategi pengembangan usaha pada Aida Branded Matahari Store?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan manajemen strategi dalam pengembangan usaha Aida Branded Matahari Store.
2. Untuk mengetahui kendala dan solusi dalam pengembangan usaha Aida Branded Matahari Store.

D. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah

1. Manajemen strategi yang diterapkan oleh Aida Branded Matahari Store dalam pengembangan usaha.
2. Adanya kendala dalam penerapan manajemen strategi oleh Aida Branded Matahari Store.

Pembatasan masalah agar mencapai fokus dan tujuan yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas seputar manajemen strategi yang menekankan bagaimana penerapannya untuk pengembangan usaha pada Aida Branded Matahari Store.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini bersifat teoritis dan praktis, diantaranya sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu manajemen secara umum. Khususnya manajemen strategi yang berkaitan erat untuk pengembangan suatu usaha.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca dan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dalam penerapan manajemen strategi dalam pengembangan usaha.

- b. Bagi UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, peneliti berharap dengan adanya hasil penelitian ini dapat menambah referensi di perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah dan dapat menambah wawasan untuk civitas akademik.
- c. Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan serta solusi dari masalah yang ada di lapangan.
- d. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan dalam penelitian mengenai penerapan manajemen strategi dalam pengembangan usaha.

F. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, diperlukan beberapa pengertian kata kunci dan pembahasannya yang perlu dijelaskan :

1. Manajemen

Manajemen adalah proses keseluruhan untuk mencapai tujuan bersama melalui beberapa rangkaian kegiatan seperti *planning*, *staffing*, *directing*, dan *controlling* dengan menggunakan sumber daya organisasi yang ada⁴.

2. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu ilmu dan seni dari proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi dalam mencapai tujuan bersama dimasa depan⁵.

⁴ Sucahyowati, *Pengantar Manajemen : Sebuah Pengantar*, hlm. 4

3. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah kegiatan yang dilakukan dengan harapan mendapat keuntungan yang lebih besar melalui penciptaan nilai dan proses transaksi⁶.

G. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun dengan menggunakan uraian yang sistematis agar lebih mudah dalam pengkajian dan pemahaman terhadap permasalahan yang ada. Berikut sistematika penulisan proposal skripsi :

Bab I Pendahuluan. Yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi masalah dan batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Pustaka. Yang berisi tentang tinjauan teori yang berhubungan dengan penelitian. Dengan mengkaji teori terdahulu dan menyimpulkan dengan teori baru dari masalah yang dikaji.

Bab III Metode Penelitian. Yang meliputi jenis penelitian dan pendekatan yang digunakan, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumbernya, teknik dalam mengumpulkan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, serta tahap-tahap penelitian.

⁵ Kadar, dkk. *Manajemen Strategik dan Kepemimpinan*. (Yayasan Kita Menulis, 2021), hlm.

⁶ Tanpa nama, *Proses Pengembangan Usaha*, hlm. 1

Bab IV. Pada bab ini berisikan pemaparan dari data yang disajikan dengan topik yang sesuai dengan rumusan masalah dan hasil analisis data. Hasil pemaparan data didapatkan dari observasi, wawancara, serta deskripsi lain yang ditemukan oleh peneliti.

Bab V Pembahasan. Berisi tentang keterkaitan antara pola, kategori, dan dimensi. Selain itu juga terdapat posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori yang sebelumnya dan juga penjelasan dari teori yang ditemukan di lapangan.

Bab VI Penutup. Memuat kesimpulan dan saran. Kesimpulan memuat temuan pokok atau inti dari penelitian ini yang isinya sesuai dengan rumusan masalah, sedangkan saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pemikiran dari peneliti.