

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang semakin pesat. Banyaknya perusahaan bisnis yang bermunculan dan memiliki kesamaan dalam penjualan produk sejenis, dimana pada setiap perusahaan dituntut untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan pesaing. Bagi pelaku bisnis hal ini merupakan ancaman, maka perusahaan harus melakukan berbagai upaya strategi dalam menghadapi persaingan. Pada suatu bisnis, pengembangan merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh masing-masing pelaku bisnis. Persingan pasar yang baik yang memiliki potensi dalam skala kecil maupun besar, yang baru saja merintis usaha maupun sudah lama dikembangkan. Kemampuan dalam merebut hati konsumen merupakan langkah untuk mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat sekaligus berupaya untuk mengembangkannya, meskipun dihadapkan dengan persaingan pasar yang sangat terbuka.¹

Ketatnya kompetisi dalam dunia usaha dewasa ini sebagai akibat dari perkembangan teknologi menuntut setiap perusahaan untuk lebih diteliti dan terarah dalam menilai dan memfokuskan diri dalam persaingan produk maupun sistem manajemen. Penilaian sebuah perusahaan terhadap

¹ Mokhtar Sayyid, *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*, (Sidoarjo: Zifatama Jawara, Cetakan Pertama, 2020), hal.9

produknya dan sistemnya sendiri dan terhadap produk dan sistem dari para pesaingnya membuat perusahaan mengetahui yang harus dilakukannya untuk menghadapi para pesaingnya. Sedangkan fokus produk dan sistem sebuah perusahaan akan menentukan masa depan dari usaha tersebut. Setiap perusahaan memiliki tujuan untuk tetap maju, produktif dan terus berkembang. Tujuan tersebut dapat tercapai jika perusahaan terus mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan melalui penjualannya.²

Persaingan dunia saat ini sudah semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha agar usaha yang dijalankan dapat mengembangkan usaha agar usaha yang dijalankan dapat berkembang dan tumbuh lebih besar dengan cara mengembangkan usaha agar tujuan dari perusahaan akan tercapai. Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan. Pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang baru memulai sangatlah sulit banyak hambatan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha seperti kekurangan modal, kinerja keuangan yang buruk dan sebagainya. Tetapi hambatan tersebut dapat diatasi dengan cara mengembangkan dan menerapkan strategi pengembangan usaha yang baik.³

² Hadion Wijoyo, *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*, (Sumatera Barat: Insan Cendekia Mandiri, Cetakan Pertama, 2021), hal.9

³ Nurdyansyah, *Penerapan Strategi Baruan Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam* (Malang: Skripsi tidak diterbitkan, 2008), hal. 3 dalam <http://etheses.uin.malang.ac.id/4152/> diakses tanggal 1 Januari 2022

Di Tulungagung sudah banyak pelaku usaha yang berbisnis peralatan rumah tangga mulai dari penjualan skala kecil hingga skala besar. Bisnis merupakan kegiatan yang dilakukan oleh orang-orang yang berkecimpung di bidang peralatan rumah tangga mulai dari menyediakan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pasar.⁴ Dengan demikian, banyaknya pelaku bisnis peralatan rumah tangga yang sangat beragam, maka dari itu pelaku usaha berlomba-lomba agar produknya diminati oleh masyarakat. Tentunya para pelaku bisnis di Tulungagung juga memahami budaya yang ada di masyarakat sekitar serta lebih memahami wilayah yang ada di Tulungagung.⁵

Pada umumnya, peralatan rumah tangga merupakan alat yang dipergunakan dalam keseharian rumah tangga. Melihat sangat dibutuhkannya peralatan rumah tangga dalam setiap kehidupan, mendorong munculnya perusahaan-perusahaan yang menjual peralatan rumah tangga, baik untuk perusahaan dengan skala kecil, bahkan sampai pada perusahaan berskala besar. Seiring dengan perkembangan zaman, banyak toko peralatan rumah tangga bermunculan, dengan tampilan baru dan semakin modern. Banyak bermunculannya toko peralatan rumah tangga menimbulkan persaingan yang semakin ketat. Secara tidak langsung, hal ini membuat produsen alat rumah tangga semakin dituntut untuk membuat produk yang lebih menarik dan beragam dibandingkan dengan toko lain. Dapat kita lihat

⁴ Husein Umar, *Business An Introduction*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003), hal.3

⁵ Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*, (Surakarta: Erlangga, 2006), hal.52

di tahun 2021 lalu berbagai bentuk dan macam peralatan rumah tangga semakin beragam dan terlihat semakin modern. Salah satu toko peralatan rumah tangga yang terkenal di wilayah Kecamatan Kedungwaru Tulungagung adalah “Family Grabah”, yang terletak di Desa Rejoagung Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Toko Family Grabah ini menjual berbagai peralatan rumah tangga, seperti sapu, kemoceng, wajan, panci, spatula, keranjang, timba, dan masih banyak lainnya. Bahkan, tidak hanya peralatan rumah tangga saja tetapi di toko ini juga menjual berbagai macam kebutuhan orang jualan seperti plastik, kresek, mika dan lain-lain.

Banyaknya toko peralatan rumah tangga yang bermunculan di wilayah Tulungagung inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis SWOT. Bagi para pengusaha atau pemilik toko, sangat penting memiliki strategi untuk mempertahankan usahanya guna mengatasi dan meminimalisir berbagai masalah yang mungkin terjadi, seperti kelemahan serta ancaman. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan adanya cara atau metode perencanaan strategis untuk menilai dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada bisnis atau usaha yang akan atau sedang dijalani. Empat metode perencanaan inilah yang membuat akronim SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, and Treaths*).

Adapun analisis SWOT ini merupakan analisis yang digunakan banyak perusahaan, tidak terkecuali toko. Tidak hanya untuk meminimalisir terjadinya kelemahan dan ancaman, analisis SWOT juga digunakan untuk

mengetahui kekuatan serta peluang perusahaan. Sehingga analisis SWOT dapat diartikan sebagai sebuah istilah sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (*strengths*) serta kelemahan (*weakness*) dalam internal perusahaan dengan peluang (*opportunities*) serta ancaman (*threats*) di lingkungan perusahaan.⁶

Setelah mengetahui secara detail dari keempat metode tersebut diatas, diharapkan perusahaan mampu melihat peluang-peluang di masa mendatang. Namun perlu diperhatikan bahwa analisis SWOT hanya sebagai alat menganalisis gambaran situasi yang sedang atau akan dijalani. Analisis SWOT bukan alat ajaib ataupun alat ampuh dalam menentukan jalan keluar yang tepat dalam mengatasi berbagai masalah yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT setidaknya dijadikan pengingat dan sebagai pondasi dalam menyusun strategi bisnis. Adanya keempat metode yang saling berhubungan akan mempermudah dalam merealisasikan visi dan misi perusahaan. Dalam bidang bisnis, keberadaan analisis SWOT sangat bermanfaat untuk mengevaluasi proses bisnis, menuju ke mana perusahaan di masa mendatang, serta menilai keberhasilan manajemen.⁷

Dalam menghadapi persaingan dalam dunia usaha yang semakin ketat, menuntut para pengusaha untuk dapat mengembangkan usahanya. Para pengusaha harus mampu menyusun strategi agar usaha dapat maju dan menjadi pengusaha yang sukses. Lalu sebenarnya apa yang dimaksud

⁶ Eddy Yunus, *Manajemen Strategis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hal.83

⁷ Yudho Yudhanto, *Information Technology Business Start-Up*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2018), hal. 103

dengan pengembangan usaha? Pengembangan usaha dapat diartikan sebagai sejumlah tugas serta proses, dengan tujuan untuk mengimplementasikan dan mengembangkan peluang pertumbuhan usaha yang sedang dijalani ataupun usaha yang dimulai dari nol besar (masih sulit memulai usaha baru). Definisi lain dari pengembangan usaha yaitu mengacu pada semua hal beserta proses kegiatan berjalan yang telah dilakukan perusahaan, seperti peningkatan kualitas produk, peningkatan produksi dan pengembangan usaha.⁸

Dalam pengembangan sebuah usaha, tentunya akan menghadapi berbagai hambatan, seperti kekurangan modal, kekurangan tenaga kerja yang ahli dan terampil, buruknya kinerja keuangan usaha, dan lain sebagainya. Tetapi, hambatan-hambatan tersebut dapat diatasi dengan menerapkan strategi pengembangan usaha yang bijak. Strategi dalam pengembangan usaha juga harus disertai dengan niat yang sungguh-sungguh dalam diri pengusaha. Dengan disertai niat yang sungguh-sungguh, pengembangan usaha ke ranah yang lebih besar akan mudah terwujud. Selain itu, demi untuk pengembangan usaha yang baik, pengusaha harus meningkatkan keahlian dengan memberikan pendidikan kepada pengusaha sendiri.

Meningkatkan keahlian dan memberikan pendidikan ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan serta wawasan lebih kepada pengusaha dalam kegiatan pengembangan usaha. Perlu diingat, pengembangan usaha

⁸ Harsuka Riniwati, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Malang: UB Media, 2016), hal. 34

termasuk ke dalam bagian dari perencanaan pemasaran (*marketing plan*). Oleh karena itu, sebelum melakukan pengembangan usaha, seorang pengusaha yang baik terlebih dahulu harus mampu menyusun *marketing plan* supaya usaha dapat terarah dan sesuai dengan tujuan yang sudah diterapkan.

Faktor terpenting dalam pengembangan usaha tidak hanya terletak pada modal yang memadai dan tenaga kerja yang terampil, namun terletak pada strategi yang diambil pengusaha dan niat yang dimulai dari diri pengusaha sendiri, walaupun menghadapi banyak kendala-kendala dalam dunia bisnis, usaha yang baik juga tidak akan lepas dari masukan-masukan dan informasi-informasi yang bersifat membangun untuk pengusaha, sehingga usaha yang dijalani dapat berjalan lancar dan bertahan lama, tidak mengalami kebangkrutan.

Dalam penelitian ini, penulis memilih melakukan penelitian di toko peralatan rumah tangga, dimana peralatan rumah tangga merupakan benda yang dibutuhkan oleh konsumen. Toko yang menjadi objek peneliti bernama "Family Grabah". Yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di sini adalah toko ini berada dalam suatu di desa yang dimana toko ini menjual peralatan rumah tangga yang cukup lengkap sehingga penduduk desa tidak perlu jauh ke toko pusat kota untuk membeli peralatan rumah tangga. Pendapatan toko ini mencapai Rp. 5.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000 per harinya.

Hal lain yang membuat peneliti tertarik yaitu bangunan toko yang dulunya berada di ruko, sekarang dapat membangun cabang rumah tepat di sebelah ruko yang lama dimana menjadikan konsumen bisa lebih leluasa saat berbelanja dan bisa lebih mendapatkan berbagai macam produk peralatan rumah tangga karena stock dan produknya bertambah semakin lengkap. Toko yang berdiri sejak tahun 2016 sampai sekarang dapat mempertahankan pelayanan yang baik kepada konsumen serta produk-produk yang dijual semakin lengkap.

Sebanyak 4 karyawan di pekerjaan di toko ini dengan pemberian dasar pelayanan yang baik dan memuaskan untuk para konsumen. Konsumen semakin banyak yang datang setiap harinya, terbukti pada satu hari bisa mencapai kurang lebih 300 konsumen. Inilah bukti betapa baiknya strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha di toko ini, bahkan banyaknya pesaing yang bergerak dalam usaha yang sama seolah-olah tidak membuat pemilik toko Family Grabah ini patah semangat dalam mengembangkan toko.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada toko Family Grabah dalam meningkatkan penjualan, penerapan strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT, serta untuk menganalisis faktor kendala dan solusi yang dilakukan dalam proses pengembangan usaha pada Toko Family Grabah dalam meningkatkan penjualan. Adapun objek dari penelitian ini yaitu strategi pengembangan bisnis yang dianalisis melalui analisis SWOT yaitu dilihat

dari faktor internal yang meliputi *strenght* (kekuatan) dan *weakness* (kelemahan), serta faktor eksternal yang meliputi *opportunity* (peluang) dan *threath* (ancaman) toko. Strategi pengembangan ini dilakukan agar pengembangan produk bisa berjalan lancar dan risiko bisa dikurangi, maka setiap perusahaan harus memiliki strategi dalam melakukan pengembangan produk. Strategi tersebut tidak hanya diperuntukan bagi metode pengembangan produk baru, tetapi juga untuk metode pengembangan produk yang lain

Oleh sebab itu, peneliti akan mengulasnya dalam bentuk tulisan dengan judul **“Strategi Pengembangan Usaha Family Grabah Desa Rejoagung Kabupaten Tulungagung Dalam Meningkatkan Penjualan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah yang dapat dikaji yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha Toko Family Grabah dalam meningkatkan penjualan ?
2. Bagaimana penerapan strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT pada Toko Family Grabah ?
3. Apa saja faktor kendala dan solusi yang dilakukan dalam proses pengembangan usaha Toko Family Grabah dalam meningkatkan penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Dari uraian masalah diatas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Toko Family Grabah dalam meningkatkan penjualan.
2. Untuk mengetahui penerapan strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT pada Toko Family Grabah.
3. Untuk menjelaskan faktor kendala dan solusi yang dilakukan dalam proses pengembangan usaha Toko Family Grabah dalam meningkatkan penjualan.

D. Batasan Masalah

Untuk memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian ini, maka perlu adanya pembatasan masalah agar dalam penelitian dan penyusunan menjadi lebih terarah dan tidak meluas. Adapun pembatasan permasalahan di dalam penelitian ini meliputi strategi pengembangan usaha Toko Family Grabah yang digunakan untuk meningkatkan penjualan dan kendala-kendala apa saja yang ditemukan dalam proses meningkatkan penjualan.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan kepada pihak yang membutuhkan guna menambah pengetahuan dan wawasan serta guna untuk menambah

referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya khususnya mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Responden

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat yang dapat digunakan sebagai acuan dan bahan informan kepada masyarakat.

b. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk melatih pengetahuan dengan cara penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama di bangku perkuliahan. Serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan terhadap objek yang telah diteliti baik secara teoritis maupun didalam aplikasi. Penelitian ini juga diharapkan kepada peneliti agar dapat menjadi pembelajaran serta pengalaman dalam melakukan penelitian selanjutnya.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan kepustakaan Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan juga bisa dijadikan referensi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya jurusan Ekonomi Syariah. Selain itu, guna untuk menambah perkembangan ilmu pengetahuan mengenai strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari berbagai kesalahan dan menafsirkan judul skripsi ini, maka peneliti mampu memberikan penegasan atau pengertian pada istilah-istilah dalam judul tersebut sekaligus menjadi batasan dalam pembahasan berikutnya:

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kompetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.⁹

b. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah proses mempersiapkan peluang yang menghasilkan pertumbuhan usaha.¹⁰ Strategi pengembangan usaha merupakan upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi perusahaan baik internal yang meliputi peluang dan ancaman yang

⁹ Hitt Michael, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1997), hal.137

¹⁰ Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pembuatan Tahu Pada Pengrajin Tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi*. (Medan: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal.19 dalam <http://repository.uinsu.ac.id/4627/1/SKRIPSI%IRPAH%20RAMBE.pdf> diakses tanggal 28 Desember 2021

akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.¹¹

c. Peralatan Rumah Tangga

Peralatan rumah tangga adalah sebuah perangkat yang berfungsi untuk membantu aktivitas yang dilakukan di dalam rumah, seperti memasak, membersihkan dan merapikan tatanan rumah.

d. Penjualan

Penjualan adalah aktivitas atau bisnis menjual produk atau jasa. Dalam proses penjualan, penjual atau penyedia barang dan jasa memberikan kepemilikan suatu komoditas kepada pembeli atau suatu harga tertentu. Penjualan dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti penjualan langsung, dan melalui agen penjualan.¹²

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari : a) latar belakang masalah, b) rumusan masalah, c) tujuan penelitian, d) batasan masalah, e) manfaat penelitian, f) penegasan istilah, dan g) sistematika penulisan skripsi.

¹¹ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Erlangga, 1998), hal.44

¹² Rosita Umiyatul Rohmah, *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Kambing Etawa CV Tamto Mandiri Yogyakarta Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*, (Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau-Pekanbaru, 2017), hal.54

BAB II : Kajian pustaka, berisi tentang kajian teori yang meliputi strategi pengembangan usaha dan penjualan serta kendala dalam pengembangan usaha, teoritis, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III : Metode penelitian yang terdiri dari : a) pendekatan dan jenis penelitian, b) lokasi penelitian, c) kehadiran peneliti, d) data dan sumber data, e) teknik pengumpulan data, f) teknik analisis data, g) pengecekan keabsahan temuan, h) tahap-tahap penelitian.

BAB IV : Hasil penelitian yang merupakan bagian yang berisi tentang materi-materi terkait dengan topik permasalahan yang diambil dari beberapa sumber tertulis yang digunakan sebagai acuan data dalam paparan data dan temuan penelitian.

BAB V : Pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha Toko Family Grabah di Desa Rejoagung Kabupaten Tulungagung dalam meningkatkan penjualan

BAB VI : Penutup, berisi tentang kesimpulan dan saran.