

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Pada dasarnya strategi keuangan adalah konsep yang sangat penting dalam membangun nilai perusahaan karena fakta bahwa keuangan memegang peranan penting dalam setiap unit operasional¹. Kunci Untuk bisnis yang sukses adalah keunggulan efisiensi, efektivitas, dan profitabilitas dalam konsep keuangan. Oleh karena itu, setiap entitas bisnis memiliki kebutuhan yang sangat penying untuk menerapkan manajemen keuangan strategis untuk mencapai kesuksesan.

Keuangan merupakan bagian penting dalam bisnis. Dengan adanya manajemen keuangan maka seorang pengusaha dapat mengetahui kondisi keuangan dalam usahanya, sehingga dapat merencanakan strategi-strategi yang tepat dan sesuai untuk mempertahankan keberlanjutan usaha. Dalam dunia bisnis melakukan pengelolaan keuangan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah adalah bagian dari bukti tanggung jawab seorang muslim dalam menjalankan amanah bisnisnya. Setiap aktivitas dan keputusan-keputusan yang diambil seorang muslim dalam usaha, hendaknya berdasarkan pada aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah dan Rasul-Nya. Manajemen keuangan syari'ah merupakan suatu cara atau proses

¹ Prof. Drs. Tatang Ary Gumanti, M.Bus.Acc., Ph.D., *Manajemen Keuangan Strategik*, Modul 1/Ekma6106, <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/EKMA6106-M1.pdf>, hlm.1.41

perencanaan, pengorganisasian, pengoordinasian, dan pengontrolan dana untuk mencapai tujuan sesuai dengan hukum Islam (prinsip syari'ah).²

Keberlanjutan usaha adalah sebuah kondisi disaat perusahaan memiliki kecukupan dana untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya³. Dalam sumber lain, keberlanjutan usaha merupakan suatu keadaan atau kondisi usaha, dimana didalamnya terdapat cara-cara untuk mempertahankan, mengembangkan dan melindungi sumber daya serta memenuhi kebutuhan yang ada didalam suatu usaha (industri). Keberlanjutan usaha sebuah perusahaan berhubungan dengan permodalan, bahan baku, pemasaran yang dilakukan, teknologi yang digunakan serta tenaga kerja atau sumber daya manusia yang ada.⁴

Di zaman sekarang persaingan dunia usaha semakin ketat. Indonesia merupakan salah satu negara yang telah memasuki persaingan global, dimana tidak ada batasan bagi setiap individu dalam mengembangkan sebuah bisnis baik dalam lingkup yang kecil, menengah maupun besar. Dengan berkembangnya persaingan global yang tidak bisa dibendung perkembangannya, mengakibatkan usaha-usaha kecil kalah bersaing dengan usaha menengah keatas.

² Latifah Hanim dan Norman, *UMKM(Usaha Mikro Kecil & Menengah)& Bentuk- Bentuk Usaha*, (Semarang: UNISSULA PRESS,2018), hlm. 2-3

³ Arif Wibowo, Skripsi : *Analisis Keberlanjutan Usaha dengan Metode Altman pada Koperasi Unit Des(KUD) Se-Kabupaten Kendal*, (Semarang:UNNES,2012), hlm.13

⁴ Handayani Niken, Skripsi: *Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik Di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta)*, (Surakarta:Universitas Sebelas Maret,2007), hlm.15

Bisnis pakaian merupakan salah satu jenis bisnis yang cukup laris diminati dalam berbagai kalangan konsumen setelah bisnis makanan dan minuman. Kebutuhan akan sandang merupakan kebutuhan primer setiap individu. Selain peran pentingnya bagi manusia, pakaian pun bisa menambah rasa percaya diri dan membuat seseorang terlihat modis. Bisnis penjualan pakaian saat ini memang semakin berkembang terutama di Indonesia, khususnya di daerah Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung diantaranya ada Restu Indah Baru ,*Galaxy Super Store*, Ratu *Fashion*, Hima Mila, dan Mitra *Fashion*. Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan dan persaingan di dunia *fashion* semakin ketat guna memperoleh keuntungan dan juga pelanggan semakin meningkat.

Pada tahun sebelum terkenalnya *online shopping* banyak orang yang berbondong-bondong membeli pakaian di pasar tradisional ataupun toko-toko pakaian terdekat. Pola perilaku masyarakat telah mengalami pergeseran tren kemajuan teknologi membuat masyarakat lebih sering memanfaatkan telepon pintarnya untuk berbagai kegiatan termasuk berbelanja kebutuhan. Terlebih saat pandemi covid-19 membawa banyak perubahan pada berbagai sektor, salah satunya industri *fashion*. Pergantian tren yang cepat dan dinamis di kalangan masyarakat menciptakan tren serta kebiasaan baru pada industri *fashion*, diantaranya peralihan belanja pakaian secara online. Sejak adanya pandemi, daya minat beli masyarakat

terhadap produk *fashion* juga jauh maneurun sebesar 34% pada periode Januari-Maret 2020.⁵

Sedangkan dari tahun ke tahun peningkatan dari berbagai produk *fashion* sangatlah pesat. Usaha di bidang pakaian pun banyak yang bermunculan, sehingga membuat persaingan di dunia *fashion* semakin tinggi, sedangkan para pengusaha dituntut untuk mengatur strategi keuangan guna mengelola usahanya agar tetap berkembang dan mencapai tujuan usahanya. Salah satunya pada Toko Pakaian Mitra Fashion. Toko ini sudah berdiri sejak tahun 2015 tetapi dengan pesaing yang begitu banyak dan peluang bisnis yang kian menyempit, bisnis ini tetap berjalan dan semakin berkembang.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, keputusan konsumen dalam pemilihan toko secara tidak langsung juga mempengaruhi naik turunnya angka penjualan⁶. Selain itu juga dekatnya dengan area pasar Bandung yang menjual pakaian di beberapa kios dan ditambah lagi semakin gencarnya arus globalisasi serta arus modernisasi yang berdampak padan bermunculannya usaha pakaian yang sejenis yang menawarkan sebuah perubahan *lifestyle* atau gaya hidup mengakibatkan perubahan pola perilaku konsumen. Seperti yang dialami oleh Toko Pakaian Mitra Fashion, saat ini

⁵ Lysandra B. Elenna, “*Perekembangan Fashion Industry Di Era Pandemi*”, Binus University, Januari 20, 2022, <https://student-activity.binus.ac.id/himtri/2022/01/20/perkembangan-fashion-industry-di-era-pandemi/>

⁶ Sulistiyanto.H.D, Skripsi: *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kestrategisan Lokasi Terhadap Kemantapan Keputusan Pembelian (Studi pada Toko Pakaian Citra Busana di Kalinyanat Jepara)*, (Semarang : Universitas Diponegoro, 2014), hlm.3.

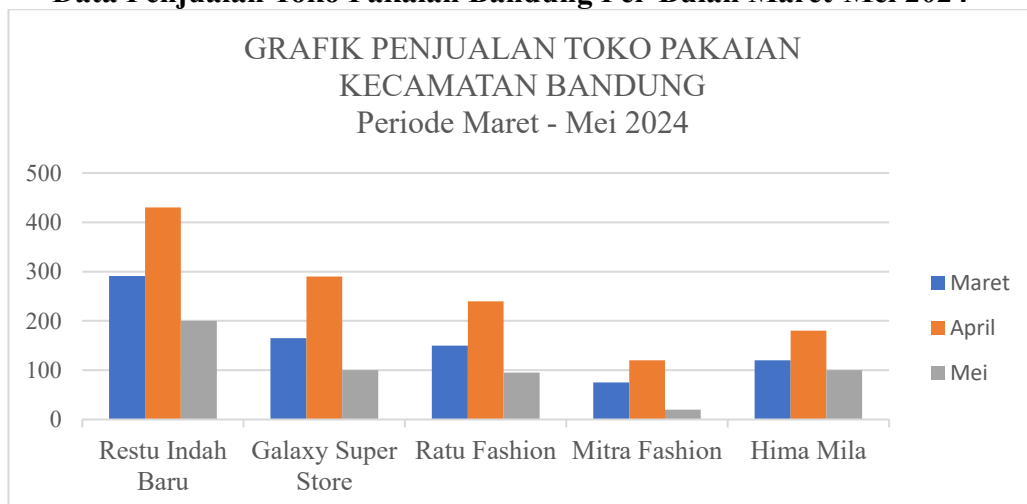
banyak bermunculan usaha sejenis pakaian seperti Mitra Fashion di Desa Suruhan Kidul Bandung. Berikut diantaranya:

Tabel 1.1
Data Pembeli Toko Pakaian Bandung Per-Bulan Maret-Mei 2024

No	Nama Toko	Lokasi	Jumlah Pembeli <i>offline</i> Per- (Maret-April 2024)
1.	Restu Indah Baru	Bandung	Maret = 291 Pembeli April = 430 Pembeli Mei = 200 Pembeli
2.	Galaxy Super Store	Bandung	Maret = 165 Pembeli April = 290 Pembeli Mei = 100 Pembeli
3.	Ratu Fashion	Bandung	Maret = 150 Pembeli April = 240 Pembeli Mei = 95 Pembeli
4.	Mitra Fashion	Bandung	Maret = 75 Pembeli April = 120 Pembeli Mei = 20 Pembeli
5.	Hima Mila	Bandung	Maret = 120 Pembeli April = 180 Pembeli Mei = 100 Pembeli

Sumber : observasi dengan pemilik toko pakaian Bandung pada Bulam Maret-Mei 2024

Gambar 1.1
Data Penjualan Toko Pakaian Bandung Per-Bulan Maret-Mei 2024



Sumber : Olah Data 2024

Dari data pembeli diatas, terlihat Mitra Fashion pada tahun 2024 di bulan Maret – Mei hanya bisa mencapai 75, 120, dan 20 pembeli. Hal itu mengindikasikan adanya masalah dalam penjualan di Toko Pakaian Mitra *Fashion*. Jika adanya penjualan mengindikasikan bahwa adanya penurunan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor seperti pengaruh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan strategi keuangan perusahaan yang mampu mempertahankan usahanya dari sebelum pandemi Covid-19 hingga sekarang. Peneliti mengambil sampel di Bulan Maret-April 2024 karena bertepatan dengan Bulan Ramadhan dan Syawal. Dimana pada bulan-bulan itu banyak masyarakat yang berbondong-bondong berburu pakaian baru guna menyambut datangnya Hari Raya Idul Fitri. Selain itu, bertepatan pada Bulan Mei Toko Pakaian Mitra Fashion angka konsumennya menurun. Karena di bulan selain Ramadhan dan hari raya lebaran kebanyakan masyarakat lebih menyukai berbelanja online atau toko pakaian yang terlihat lebih modis karena toko pakaian mitra fashion ini hanya mengandalkan baju baju syar'i daripada pakaian-pakaian modis lainnya. Dan terlihat jelas pada pemaparan diatas Toko Mitra fashion begitu rendah dalam jumlah pembeli dibandingkan dengan toko lainnya.

Terlebih menurunnya konsumen setelah terdampaknya covid-19 Toko Pakaian Mitra Fashion juga mengalami kurangnya pegawai yang bekerja dalam mengelola keuangan perusahaan. Selain itu, ternyata pemilik dari Toko Pakaian Mitra Fashion awalnya dikelola oleh anaknya kemudian setelah berkeluarga toko ini dialih tangankan kepada ibunya. Yang Dimana

ibunya juga mempunyai usaha yaitu toko distributor pupuk. Jadi pemilik yang sekarang lebih fokus terhadap toko pupuknya dibandingkan toko pakaian yang telah berjalan. Toko Pakaian Mitra Fashion juga sangat kurang memperhatikan dalam promosi produk-produknya yang mana salah satunya yaitu tidak memasang spanduk didepan tokonya. Hingga membuat konsumen kurang tertarik.

Berdasarkan hasil dari data lapangan, peneliti menemukan bahwa kurangnya pengetahuan mengenai strategi pengelolaan keuangan yang lebih spesifik, Toko Pakaian Mitra Fashion juga kekurangan SDM yang mana hanya mempekerjakan satu karyawan saja. Kurangnya kedisiplinan waktu pada saat jam operasional juga menjadi salah satu kendala yang menyebabkan penurunan konsumen.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut peneliti ingin meneliti sejauh mana pengelolaan keuangan yang diterapkan oleh usaha pakaian Mitra Fashion yang ada di Desa Suruhan Kidul Kecamatan Bandung dalam mempertahankan keberlanjutan usaha. Apakah sudah sesuai dengan prinsip syariah atau belum. Oleh sebab itu, penulis tertarik mengadakan penelitian yang dituangkan dalam sebuah karya ilmiah dengan judul **“Strategi Pengelolaan Keuangan dalam Mempertahankan Keberlanjutan Usaha pada Toko Pakaian Mitra Fashion Kecamatan Bandung”**.

B. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Strategi manajemen Keuangan yang diterapkan pada Toko Pakaian Mitra Fashion?
2. Bagaimana Strategi keberlanjutan usaha pada Toko Pakaian Mitra Fashion?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi pengelolaan keuangan yang diterapkan pada Toko Pakaian Mitra Fashion di Kecamatan Bandung.
2. Untuk menganalisis strategi keberlanjutan usaha Toko Pakaian Mitra Fashion.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi instansi atau lembaga yang terkait. Adapun manfaat dilakukannya penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini secara teoritis dapat memberikan sumbangsih pemikiran dalam bidang ekonomi yang terkait.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta referensi penelitian dan sebagai arsip kebendaharaan perpustakaan di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

- b. Bagi Usaha pakaian Mitra Fashion

Penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi usaha Mitra Fashion dan menjadi pedoman dalam pengelolaan keuangannya, sehingga pengelolaan keuangannya menjadi lebih baik dari yang sebelumnya karena didasari prinsip syariah.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta wawasan juga referensi bagi peneliti selanjutnya.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas mengenai strategi pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh Toko Pakaian Mitra Fashion dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya berdasarkan prinsip syariah di Bandung.

F. Penegasan Istilah

1. Secara Konseptual

a. Strategi Keuangan

Strategi keuangan adalah konsep yang sangat penting dalam membangun nilai perusahaan karena fakta bahwa keuangan memegang peranan penting dalam setiap unit operasional.⁷ Kunci Untuk bisnis yang sukses adalah keunggulan efisiensi, efektivitas, dan profitabilitas dalam konsep keuangan. Oleh karena itu, setiap entitas bisnis memiliki kebutuhan yang sangat penting untuk

⁷ Prof. Drs. Tatang Ary Gumanti, M.Bus.Acc., Ph.D., *Manajemen Keuangan Strategik*, Modul 1/Ekma6106, <https://pustaka.ut.ac.id/lib/wp-content/uploads/pdfmk/EKMA6106-M1.pdf>, hlm.1.41

menerapkan manajemen keuangan strategis untuk mencapai kesuksesan.

b. Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah suatu proses dalam pengaturan aktivitas atau kegiatan keuangan dalam suatu organisasi 10angka di dalamnya termasuk kegiatan perencanaan, analisis,dan pengendalian terhadap kegiatan keuangan. Pengelolaan keuangan pada dasarnya adalah merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan, sehingga diperlukan pengelolaan yang efektif dan efisien. Tolak ukur efektivitas pengelolaan keuangan adalah sejauh mana kemampuan perusahaan mampu mencapai target yang sudah ditentukan, sedangkan penilaian efisiensi suatu pengelolaan keuangan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam melakukan optimalisasi pemasukan (*input*) dan pengeluaran (*output*).⁸

c. Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha adalah keberhasilan suatu usaha untuk tetap bertahan dan eksis pada jangka panjang serta memiliki daya saing kuat. Inovasi dibutuhkan agar para wirausaha dapat terus mengembangkan produknya dan dapat bersaing dengan competitor lainnya atau bisa menjadi *first mover* serta memikirkan dampak

⁸ S. Henny Astuty, *Praktik Pengelola Keuangan Wirausaha Pemula* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), hlm.45

jangka panjang yang bisa saja terjadi dengan adanya inovasi tersebut mulai dari faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Definisi operasional sendiri merupakan pengertian menurut peneliti. Secara operasional penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis strategi pengelolaan keuangan usaha pakaian Mitra Fashion yang meliputi perencanaan, budgeting, mitigasi risiko dan pelaporan keuangan untuk menganalisis penerapan prinsip pengelolaan keuangan syariah dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman pembaca. Disusunlah sistematika penulisan skripsi sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang konteks penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan kajian teoritis, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian yaitu : pendekatan dan jenis penelitian, jenis penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan penelitian, dan tahapan – tahapan penelitian.

BAB IV : PAPARAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini berisikan mengenai pemaparan data atau temuan penelitian yang terdapat pada strategi pengelolaan keuangan, strategi keuangan terhadap keberlanjutan usaha pakaian Mitra Fashion Bandung Tulungagung. Sehingga pada bab ini disusun sebagai bagian untuk menentukan serta menemukan atas pertanyaan yang sudah ada dengan rumusan masalah.

BAB V : PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai analisis antara temuan penelitian dengan teori serta penelitian yang sudah ada.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan serta saran atau rekomendasi yang sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan.

Bagian akhir lampiran ini berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran