BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring perkembangan jaman peranan ilmu manajemen sangatlah penting bagi masyarakat maupun organisasi dari berbagai golongan. Hal tersebut sangatlah berdampak terhadap kebutuhan berbagai instansi bisnis atau perusahaan dan masyarakat secara umum, sehingga memerlukan langkah - langkah atau kiat - kiat yang strategis dan efektif agar dapat melakukan kegiatan yang perlu dijalankan.

Manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efesien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal. Untuk mencapai hal tersebut organisasi maupun perusahaan haruslah mengenali kekuatan dan kelemahan yang ada dalam organisasi maupun perusahaan tersebut agar bisa memanfaatkan peluang maupun ancaman yang menghampiri organisasi ataupun perusahaan tersebut. Guiltinan (1994) mengatakan bahwa, dimana dalam menentukan strategi bersaing dan mengambil keputusan, seorang manajer harus mengenali apa saja kelemahan, kekuatan, ancaman, peluang yang dimiliki perusahaan serta mengenali

keunggulan pesaing yang mungkin dimiliki. Perusahaan mau tidak mau dituntut untuk selalu melakukan inovasi dalam strategi bersaing.

Untuk dapat bersaing perlu adanya strategi yang kuat agar perusahaan terus maju dan berkembang sesuai tujuan, strategi yang kaut akan menopang kuatnya persaingan yang sangat ketat di masa modern ini. Sedangkan menurut Jauch dan Glueck (1993), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.

Dan untuk menentukan strategi yang tepat sebaiknya dibutuhkan analisis internal yang meliputi kekuatan dan kelamahan dan juga eksternal yang meliputi peluang dan ancaman atau yang sering disebut dengan analisis SWOT. Analisis internal yang dilakukan diantaranya bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan perusahaan itu sendiri dan mengetahui kelemahan apa yang terdapat di perusahaan itu sendiri. Begitu juga dengan analisis eksternal, analisis eksternal dilakukan untuk mengetahui seberapa besarkah peluang perusahaan tersebut untuk maju dan ancaman apa sajakah yang dapat mengancam keberadaan usaha perusahaan tersebut.

Perkembangan industri ritel Indonesia kini semakin semarak. Kehadiran para pelaku usaha ritel modern telah memberi warna tersendiri bagi perkembangan industri ritel Indonesia. Perkembangan industri ritel dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan sangat pesat di berbagai belahan

dunia. Industri ritel kini telah menjadi bagian yang sangat penting bagi pelaku usaha yang ingin mendistribusikan produknya sampai di tangan konsumen.

Tingkat pendapatan masyarakat yang terus berkembang telah menyebabkan terjadinya semen-segmen konsumen yang menginginkan adanya perubahan dalam model pengelolaan industri ritel. Apabila di jaman dulu, ketersediaan barang menjadi acuan utama sebuah industri ritel (umumnya berupa pasar tradisional) untuk didatangi konsumen, maka kini kedatangan konsumen tidak hanya dipicu oleh hal tersebut. Ritel telah berkembang menjadi industri dan tidak hanya dimonopoli oleh satu pelaku usaha di satu lokasi. Perusahaan ritel kini bermunculan dengan tidak hanya menawarkan ketersediaan barang, tetapi juga menyangkut berbagai hal yang lebih terkait dengan aspek psikologis konsumen. Misalnya menyangkut aspek kebersihan, kenyamanan, keamanan, bahkan juga menyangkut image yang dicoba ditanamkan di mata konsumen, seperti tempat barang murah dengan kualitas bagus, bergengsi dan sebagainya. Kecenderungan ini merupakan sebuah hal yang tidak dapat dihindari lagi dalam perkembangan ritel saat ini. Peningkatan pendapatan masyarakat serta munculnya kemajuan di berbagai bidang menjadi salah satu penyebabnya, yang menyebabkan segmen konsumen ritel tumbuh beraneka ragam.

Perkembangan lain yang sangat menonjol adalah bahwa ritel kini telah berubah fungsinya dari sekedar tempat menyalurkan produk ke konsumen, tetapi juga menjadi industri tersendiri. Perspektif baru terhadap industri ritel kini justru muncul dari mata produsen. Ritel kini dianggap menjadi tempat yang strategis,

untuk memasarkan barangnya secara tepat waktu, lokasi yang strategis dan kepuasan konsumen.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Retail adalah **Butik Amethyst Ungu.** adalah sebuah usaha mikro yang membuat busana-busana masa kini dengan bahan Batik. Butik Amethyst Ungu adalah usaha retail yang mampu bersaing dalam gejolak persaingan bisnis mikro saat ini.

Sasaran bisnisnya Butik Amethyst Ungu yaitu menjadikan konsumen dari kalangan muda sampai kalangan tua untuk menjadi pelanggan setia serta menjadikan konsumen bangga dan percaya diri memakai bahan dari budaya sendiri khususnya Batik. Berbagai macam desain baju pria maupun wanita dibuat sedemikian rupa dari bahan batik yang merupakan ciri khas keunggulan dari Butik Amethyst Ungu ini. Konsumen tidak hanya bisa membeli produksi yang sudah jadi tetapi juga dapat melakukan pemesanan sesuai keinginan konsumen tersebut.

Permasalahan yang terjadi pada Toko Butik Amethyst Ungu Bandung ini yaitu lambannya kemajuan perkembangan bisnis Toko penjual busana Batik inipadahal berbagai upaya – upaya bisnis telah diterapkan. Permasalahan itu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal perusahaan. Sumber data mengatakan “Dari mulai berdiri pada tahun 2006 sampai sekarang usaha ini cukup baik tapi masih flat atau datar – datar saja”. Dengan kata lain belum ada kemajuan bisnis ini yang menonjol agar bisnis ini bisa menjadi bisnis yang lebih besar.

Pesatnya usaha retail saat ini timbulah ancaman pesaingan bagi Butik Amethyst Ungu ini, banyak usaha lain yang mempunyai bisnis sama yaitu butik – butik lainnya dengan modal yang lebih besar dan lebih finansial, dengan otomatis memegang cakupan pasar yang lebih luas dan memproduksi barang yang cukup cepat. Jika strategi usaha Toko Butik Amethyst ungu ini tidak bagus maka lambat laun ancaman ini menjadi hal yang akan serius untuk bertahan dalam persaingan bisnis ini.

Kekuatan yang dimiliki Butik Amethyst Ungu ini yang masih menjadi topangan dalam bersaing yaitu kualitas yang bagus dan desain produk baru yang terus mengikuti perkembangan mode zaman sekarang (*up to date)*, sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk mempercayakan pada Butik Amethyst Ungu ini. Bahan batik yang selalu teranyar pun tidak pernah terlewati di Butik Amethyst Ungu ini. Selain itu pemesanan sesuai keinginan konsumen memberikan daya tarik pada konsumen untuk memesan barang sesuai keinginan konsumen itu sendiri. Amethyst ungu juga mempunyai pemasaran online pada jejaring sosial (facebook) yang mempengaruhi peningkatan penjualan yang cukup besar.

Data yang tekumpul dari sumber informan yaitu Pemilik Toko Butik AmethystUungu mengalami Peningkatan penjualan setelah melakukan beberapa usaha – usaha untuk kemajuan bisnisnya.

Langkah bisnis yang diambil	Peningkatan presentase penjualan
Renovasi Toko dan peningkatan kenyamanan toko	Penjualan naik +/- 10%
Membuat desain baju yang terbaru (*up to date*)	Penjualan naik +/- 20%
Membuat pemasaran online melalui jejaring social (facebook)	Penjualan naik +/- 50%
Ikut serta dalam pameran busana batik	Penjualan naik +/- 50%

Sumber : Pemilik Toko Butik Amethyst Ungu

Dari data diatas langkah – langkah bisnis yang dilakukan sudah baik dan harus meningkatkan dan membuat rencana rencana strategis yang baru agar Toko Butik Amethyst Ungu terus maju dalam bisnisnya.

Selain keunggulan Butik Amethyst Ungu ini juga memiiki kelemahan yaitu pemasaran yang dilakukan kurang luas, modal yang dimiliki untuk membuka toko besar kurang kuat, dalam pemasaran online belum memiliki situs sendiri. Tempat butik Amethyst sendiri pun kurang strategis.

Toko Butik Amethyst Ungu ini harus memiliki strategi bisnis yang baik, agar pemilik usaha dapat mengabil langkah - langkah yang tepat untuk kemajuan usaha ini. Berdasarkan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai :

“ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL MELALUI SWOT DALAM USAHA PENGEMBANGAN BISNIS RETAIL BUTIK AMETHYST UNGU BANDUNG.”

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga tidak atau menetapkan penelitiannya berdasarkan variabel penelitian.(Sugiyono,2010:376)

Fokus dalam penelitian ini adalah, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek pemasaran, aspek operasional, aspek produksi, aspek pesaing, dan aspek kebijakan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan apa yang telah diuraikan penulis dalam latar belakang penelitian maka penulis telah membatasi permasalahan yang akan menjadi dalam penulisan ini. Permasalahan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal usaha Butik Amethyst Ungu Bandung
2. Bagaimana menentukan strategi bisnis dalam usaha pengembangan bisnis Butik Amethyst Ungu Bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada didalam Toko Butik Amethyst Ungu.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis faktor internal dan faktor eksternal dengan SWOT analisis pada usaha Butik Amethyst Ungu Bandung
2. Untuk menentukan strategi bisnis yang tepat dalam rangka usaha pengembangan bisnis Butik Amethyst Ungu Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Akademis

Dengan diadakannya penelitian yang diwajibkan kepada setiap mahasiswa/I akan memberikan manfaat yang berguna bagi:

a. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan bagi penulis mengenai penentuan strategi bisnis pada usaha retail Amethyst ungu Bandung. yang penulis teliti dan peroleh berdasarkan dengan kenyataan di dunia usaha mikro dan peroleh berdasarkan dengan kenyataan di dunia bisnis retail.

b. Pihak Lain

Diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan referensi maupun bahan pertimbangan bagi mereka yang mengadakan penelitian lebih lanjut khususnya mengenai penentuan strategi bisnis pada usaha retail Amethyst ungu Bandung dilihat dari Analisis SWOT. Serta berguna bagi pengembangan ilmu dalam bidang ekonomi.

c. Pengembangan Ilmu Manajemen

Menambah wawasan keilmuan di bidang manajemen terutama tentang Penentuan Strategi bisnis dengan Analisis SWOT.

1.4.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan landasan bagi penulis untuk memberikan sumbangan saran dan masukan di dalam melaksanakan usaha dan manajemen dalam kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Bagi Pihak terkait

Sebagai sumber informasi yang dapat bermanfaat dan mengetahui tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap Butik Amethyst Ungu Bandung dan mengetahui strategi untuk kemajuan dan pengembangan usaha pada Butik Amethyst Ungu Bandung sehingga dapat digunakan untuk kemajuan dan pengembangan usaha Butik Amethyst Ungu Bandung.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan masalah yang dikaji, penulis melakukan penelitian di Toko Butik Amethyst Ungu yang beralamat di Jl. Vijayakusuma X Blok D no.5, Cijambe, Ujungberung. Untuk kelancaran kegiatan Penelitian, maka jadwal penulisan karya ilmiah diperkirakan dimulai sejak 2 Maret 2012 sampai dengan selesai.