BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Perencanaan Strategi Bisnis

2.1.1 Pengertian Perencanaan

Mahmud M. Hanafi (1997: 10) Perencanaan adalah "kegiatan menetapkan tujuan organisasi dan memilih cara yang terbaik untuk mencapai tujuan tersebut". Sedangkan menurut **David (2011)** perencanaan adalah "proses dimana seseorang menentukan apakah ia akan menyelesaikan tugas dengan cara yang berbeda dari cara yang efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dan mempersiapkan untuk mengatasi kesulitan tak terduga dan sumber daya yang memadai".

Berdasarkan kedua pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan adalah kegiatan menetapkan tujuan dan cara-cara pencapaian tujuan tersebut.

2.1.2 Pengertian Strategi

Rangkuti (2001: 3) strategi merupakan "alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya". Sedangkan menurut **Thompson dan Strickland (2001: 3)** strategi perusahaan "terdiri dari kombinasi antara arus persaingan (*competitive moves*) dan pendekatan bisnis yang diterapkan oleh manajer untuk memuaskan pelanggan".

Prihartono (2012: 13) mengungkapkan bawha strategi "disusun untuk mengurangi kegagalan dan memaksimalkan hasil". Sedangkan menurut **Eddy Soeryanto Soegoto (2014:138)** Strategi adalah "sasaran jangka Panjang yang langsung dari pernyataan misi perusahaan".

Sofjan Assauri (2016:3) menyatakan Strategi sebenarnya merupakan "pemilihan yang dilakukan secara matang atas serangkaian tindakan atau cara yang dilakukan, sebagai upaya untuk mencapai satu atau beberapa tujuan yang telah ditetapkan. Strategi sering pula dirumuskan sebagai suatu rangkaian tindakan atau cara yang dilakukan oleh suatu organisasi, dalam rangka upaya organisasi itu untuk mencapai suatu kinerja yang superior". Sedangkan menurut **Chandler (1962)** dalam **Freddy Rangkuti (2017:3)** strategi merupakan "alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya".

Berdasarkan pendapat parah ahli di atas dapat disimpulkan strategi adalah alat pencapaian tujuan perusahaan melalui kombinasi pendekatan-pendekatan bisnis yang dilakukan untuk jangka panjang.

2.1.3 Pengertian Bisnis

Amirullah (2005: 2) dalam arti luas adalah "suatu istilah umum yang menggambarkan suatu aktivitas dan institusi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari". Sedangkan menurut **Louis E. Boone (2007: 5)** bisnis adalah seluruh aktivitas dan usaha untuk mencari keuntungan dengan menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan bagi

system perekonomian, beberapa bisnis memproduksi barang berwujud sedangkan yang lain memberikan jasa".

Sukirno (2010: 20) bisnis adalah "kegiatan untuk memperoleh keuntungan. Semua orang atau individu maupun kelompok melakukan kegiatan bisnis pastinya untuk mencari keuntungan agar kebutuhan hidupnya terpenuhi. Tidak ada orang yang melakukan bisnis untuk menc kerugian". Sedangkan **Kasmir dan Jakfar (2012: 7)** berpendapat bahwa bisnis adalah "usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan".

Maka berdasarkan pendapat parah ahli di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu usaha untuk mendapatkan keuntungan dengan cara menjual barang atau jasa.

2.1.4 Pengertian Strategi Bisnis

Indrajit (2001: 31) strategi bisnis merupakan "dokumen yang harus dijadikan landasan berpijak utama dalam pembuatan strategi teknologi informasi karena dalam dokumen tersebut disebutkan visi dan misi perusahaan serta target kinerja masing-masing fungsi pada struktur organisasi". Menurut **M. Grant (2002: 14)** strategi bisnis adalah "berkaitan dengan cara- cara yang digunakan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan persaingan di dalam setiap bisnis utamanya".

Joewono (2012: 3) mengatakan bahwa strategi bisnis adalah "strategi mencapai tujuan yang sering dianalogikan dengan strategi catur, yang dimana sistematika berfikir, penyusunan rencana, kesigapan melangkah,

keberanian mengambil resiko dan gairah untuk memenangkan pertandingan merupakan beberapa karakteristik pemain catur yang relevan dengan praktek pengelolan bisnis".

Dari pendapat-pendapat di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa strategi bisnis merupkan strategi untuk mencapai tujuan dalam pengelolaan bisnis yang merupakan pedoman untuk rencana strategi suatu perusahaan yang di maksudkan untuk membangun dan memperkuat posisi produk atau jasa perusahaan dalam industri.

2.1.5 Pengertian Perencanaan Strategi Bisnis

Berdasarkan definisi-definisi yang sudah disebutkan pada sub sub-bab 2.1.1 sampai 2.1.4, maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategi bisnis adalah suatu penetapan langkah-langkah yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan bisnis yaitu laba dengan melakukan pendekatan terhadap faktor-faktor yang menentukan terhadap keberhasilan suatu bisnis.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Peneliti Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Tahun	Hasil
Odiviva Melati Sukma	Formulasi Strategi Bisnis Pada Konveanding Tahun 2017-2021	ISSN : 2355-9357 Vol.4, No.1 April 2017	Hasil penelitian menunjukkan total skor IFE Matrix sebesar 2.65 dan total skor matriks EFE sebesar 2.77. Hasil matriks IE menunjukkan Inglorious Industries berada pada sel V yaitu menjaga dan mempertahankan (hold and maintain). Hasil Matriks QSPM

			berasal pada Matriks SWOT yang menghasilkan 6 strategi alternatif untuk diterapkan dalam perusahaan
Mochamad Ammar Faruq	Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya	Tahun 7. No. 3, Desember 2014	Berdasarkan hasil yang dapat dilihat dari pengolahan data melalui Matriks QSPM yang merupakan tahap akhir dalam kerangka penyusunan strategi yang komprehensif, yakni tahap keputusan, terlihat bahwa strategi pengembangan produk memiliki nilai yang lebih tinggi dari strategi penetrasi pasar. Strategi ini cocok digunakan karena tinggkat perekonomian dan perdagangan saat ini telah berkembang pesat serta kebutuhan masyarakat akan produk kaos dengan desain yang inovatif dan berkualitas dengan harga yang terjangkau serta menjamin kepuasan pelanggan meningkat. Oleh karena itu Konveksi Scissors seharusnya dapat memanfaatkan hal tersebut sebagai sarana dalam mengembangkan dan memperbaiki pelayan dan kualitas produk mereka. Sedangkan dilihat dari alternatif strategi operasi tersebut Konveksi Scissors lebih menekankan pada inovasi desain dan variasi produk. Dalam kasus seperti ini

			bagian operasi lebih ditekankan pada variasi dan inovasi produk serta fleksibilitas pemenuhan kebutuhan konsumen. Termasuk dalam kebijakan operasi adalah pemakaian tim dalam merancang
Retno Ayu Kusuma Ningrum	Rencana Pengembangan Bisnis Konveksi Heureux Dengan Menggunakan Pendekatan Manajemen Stratejik	Universitas Bakir	Pada akhir tahun 2016, HEUREUX diproyeksikan untuk menghasilkan nilai NPV sebesar Rp 603,629,449 dan payback period 0,306 tahun atau setara dengan 111 hari. Maka dari itu, rencana pengembangan bisnis HEUREUX dapat dianggap layak untuk dilaksanakan.
Hakan Butuner	A NEW METHODOLOGY ON STRATEGIC PLANNING	Industrial Management and Engineering Co., Turkey	A systematic method of strategic planning is anticipated to be easily understood and straightforward; based on fundamentals; and to be universally applicable for any type of business. Accordingly, this methodology is generated for the purpose of assembling the disconnected and disorderly ideas, processes, and techniques (written on strategy and business development) under the same roof, in order to develop a systematic methodology that is easily understandable and applicable.