

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam sebuah bisnis, suatu perusahaan memerlukan strategi untuk mencapai keberhasilan. Suatu strategi dibutuhkan karena adanya persaingan dan strategi yang tepat adalah bagaimana memenangkan persaingan. Menurut Porter (Sulistiani, 2014) menyatakan bahwa perumusan strategi bersaing adalah menghubungkan perusahaan dengan lingkungannya.

Perlu strategi bersaing merupakan cara mendasar bagi perusahaan untuk mencapai profitabilitas yang memiliki sustainable competitive advantage. Menurut Simamora (Khasandra, 2013), keberhasilan perusahaan dalam pemasaran dipengaruhi oleh persaingan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengenali siapa pesaingnya, apa sasaran dan strategi mereka, apa kekuatan dan kelemahan mereka dan bagaimana pola reaksi mereka dalam menghadapi persaingannya

Keberhasilan suatu bisnis sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menawarkan *value proposition* yang tepat bagi pelanggannya. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan klien berpindah dari satu bisnis ke bisnis lain adalah *value proposition*. *Value proposition* itu sendiri merupakan manfaat atau nilai yang diberikan kepada pasar sasaran dan terkadang menjadi pembenaran bagi klien untuk berpindah dari satu bisnis ke bisnis lain (Dimas et al., 2023). Dalam bisnis elektronik dan perlengkapan rumah tangga, *value proposition* menjadi kunci utama untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian konsumen.

Memulai bisnis itu sulit karena banyak faktor yang harus diperhitungkan dengan saksama. Proposisi nilai bisnis merupakan salah satu elemen penting yang perlu

diperhitungkan. Setiap bisnis harus memiliki proposisi nilai yang jelas karena merupakan komponen penting dari strateginya dan sangat penting bagi keberhasilannya. Bisnis dapat memperoleh keunggulan kompetitif, memenuhi permintaan klien, dan membedakan diri dari para pesaing dengan bantuan penawaran nilai yang ideal. Hal ini terutama berlaku di sektor elektronik dan peralatan rumah tangga, di mana bisnis perlu menyediakan barang-barang berkualitas tinggi kepada pelanggan yang juga menambah nilai agar dapat berkembang pesat di pasar yang sangat kompetitif.

Perkembangan bisnis di sektor elektronik dan peralatan rumah tangga terus menunjukkan pertumbuhan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat akan perangkat modern yang mendukung kenyamanan dan efisiensi dalam rumah tangga. Selain itu, permintaan pasar cenderung melonjak, terutama menjelang hari-hari besar seperti perayaan keagamaan atau libur akhir tahun, di mana konsumen kerap memanfaatkan kesempatan untuk berbelanja. Tren ini juga didukung oleh kemajuan teknologi dan meningkatnya akses masyarakat terhadap platform belanja daring yang memudahkan pembelian barang elektronik dan peralatan rumah tangga.

Peralatan dan perlengkapan rumah tangga berbasis elektronik merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-hari. Toko-toko yang menjual peralatan ini tersebar di sejumlah daerah, termasuk Kota Padang, untuk memenuhi permintaan masyarakat akan berbagai barang seperti peralatan dapur, elektronik rumah tangga, peralatan makan, dan aksesoris. Karena sifatnya yang sangat penting—hampir setiap keluarga membutuhkan barang-barang ini untuk mendukung kegiatan sehari-hari—bisnis ini berkembang dengan pesat.

Di Kota Padang, terdapat beberapa toko yang menawarkan peralatan dan perlengkapan rumah tangga berbasis elektronik, salah satunya adalah Toko A. Fauzi. Toko A. Fauzi merupakan salah satu toko pecah belah dan elektronik yang menarik untuk dibahas, toko ini berlokasi di Jalan Hang Tuah No. 201-B, Belakang Tangsi, Kecamatan Padang Barat, Sumatera Barat. Berdiri sejak sekitar 38 tahun yang lalu, toko ini berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis lokal. Toko A. Fauzi tidak hanya menyediakan perlengkapan rumah tangga seperti perabotan pecah belah, tetapi juga menjual berbagai barang elektronik, seperti blender, kipas angin, dan setrika, yang menjadi kebutuhan utama Masyarakat. Toko A. Fauzi mempunyai kompetitor sejenis yang bergerak di bidang yang sama, serta kompetitor substitusi yang menawarkan format penjualan dan operasionalnya berbeda tapi mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Beberapa kompetitor tersebut seperti Toko Nevada Pecah belah, Sari Mulia Elektronik, Sinar Padang Elektronik, Toko Irama Agung Elektronik dan SJS. Masing-masing toko ini memiliki lokasi strategis dan variasi produk yang beragam, termasuk penjualan gadget sebagai salah satu keunggulan tambahan mereka. Persaingan usaha ini menuntut setiap pelaku usaha memiliki strategi yang efektif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Keberadaan beberapa toko tersebut mencerminkan potensi besar dari sektor ini, yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen. Berikut beberapa pesaing dari toko A. Fauzi.

Tabel 1. 1 Beberapa Pesaing Toko A.Fauzi

No	Nama Toko	Alamat
1	Sari Mulia Elektronik kota padang	No.155, Jl. S. Parman No.Kelurahan, Ulak Karang Sel., Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat 27118
2	Sinar Padang Elektronik	Jl. Pasar Raya, Kp. Jao, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25112
3	Mulia Electronic	Jl. Diponegoro, Belakang Tangsi, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25119
4	Toko Irama Agung Elektronik	Jl. Permindo No.20, Kp. Jao, Kec. Padang Bar., Kota Padang, Sumatera Barat 25111
5	Toko Nevada Pecah Belah	Jl. Pasar Raya Baru No.40, Kp. Jao, Kec. Padang Barat.,Kota Padang, Sumatera Barat 25112
6	SJS Plaza	Jl. Jhoni Anwar lapai, Padang 25142

Dari table diatas keberadaan pesaing-pesaing tersebut menjadi motivasi bagi Toko A. Fauzi untuk terus meningkatkan kualitas layanannya. Dengan memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam, toko ini memiliki peluang untuk memperkuat posisinya di pasar lokal. Fokus pada keunggulan kompetitif yang sudah dimiliki menjadi langkah penting bagi Toko A. Fauzi untuk tetap relevan tanpa harus mengikuti model bisnis pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa setiap toko memiliki cara tersendiri untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya di pasar yang terus berkembang.

Sebagai salah satu toko yang telah lama berdiri, Toko A. Fauzi memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga masyarakat Kota Padang. Bisnis ini terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan, terutama untuk produk-produk esensial yang mendukung aktivitas sehari-hari. Data penjualan dari

toko ini memberikan gambaran tentang perkembangan dan tren konsumsi masyarakat di sektor perlengkapan rumah tangga dan elektronik. Untuk lebih memahami pola penjualan tersebut, data lengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 2
Data Penjualan Toko A. Fauzi 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Penjualan
1	2019	Rp 13.387.313.568,00
2	2020	Rp 14.102.702.132,00
3	2021	Rp 14.658.025.309,00
4	2022	Rp 15.345.382.392,00
5	2023	Rp 15.619.915.044,00

Sumber: Perusahaan

Dari data penjualan yang disediakan, terlihat adanya tren peningkatan penjualan tahunan di Toko A. Fauzi. Toko A. Fauzi, yang telah berdiri lebih dari 38 tahun, menunjukkan tren peningkatan penjualan yang konsisten setiap tahun. Meskipun demikian, pasar perlengkapan rumah tangga dan elektronik sangat kompetitif, dengan banyak toko lain yang menawarkan produk serupa. Untuk tetap unggul dalam persaingan, toko ini memerlukan strategi yang tepat dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Kemudian toko ini juga harus memberikan value proposition yang jelas, yang mencerminkan nilai unik yang ditawarkan kepada pelanggan, seperti kualitas produk, harga yang bersaing, atau pelayanan yang lebih baik.

Proses mengidentifikasi aspek-aspek secara sistematis untuk mengembangkan strategi perusahaan dikenal sebagai analisis SWOT. Alat manajemen strategi yang efisien berdasarkan keadaan pasar dapat diperoleh dengan menggunakan pendekatan

ini. Analisis lingkungan bisnis merupakan langkah pertama dalam proses analisis SWOT, yang kemudian diikuti oleh tahap input menggunakan analisis matriks Internal Factors Evaluation (IFE) dan matriks External Factors Evaluation (EFE), tahap formulasi strategi menggunakan matriks SWOT dan matriks Internal Eksternal, dan tahap pengambilan keputusan. (Ardiansah et al., 2024).

Menurut Pearce dan Robinson SWOT adalah singkatan dari kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) internal perusahaan serta peluang (Opportunities) dan ancaman (Threat) lingkungan yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT merupakan cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik untuk perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman (Rifai & Witriantino, 2022)

Dengan analisis SWOT toko A Fauzi bisa mengenali keunggulan yang dimiliki, dengan mengenali kelemahan, toko A Fauzi bisa mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki, dan melihat peluang baru serta mengantisipasi ancaman sehingga dengan analisis SWOT ini dapat membantu pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan yang berkelanjutan

Sementara itu untuk mengetahui *Value Proposition* yang tepat untuk pelanggan, di perlukan *Value Proposition Canvas*, tools ini yang banyak dipergunakan untuk menganalisis apa yang menjadi kebutuhan pelanggan dan bagaimana membuat peta nilai untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut Osterwalder dkk (2014)

Analisis SWOT dan value proposition canvas merupakan teknik yang dapat digunakan untuk menentukan tindakan terbaik untuk mengembangkan bisnis toko A.

Fauzi dengan mempertimbangkan prospek dan risiko perusahaan terhadap kekuatan dan kelemahannya.

Untuk itu penelitian dilakukan untuk menemukan strategi untuk meningkatkan daya saing dan menganalisis value proposition yang tepat bagi perusahaan melalui analisis SWOT dan *Value Proposition Canvas*. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa value proposition yang ditawarkan sesuai dengan kondisi internal perusahaan serta mampu memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Toko A. Fauzi berdasarkan Analisis SWOT?
2. Bagaimana *value proposition canvas* dapat digunakan untuk merancang nilai tambah bagi pelanggan Toko A. Fauzi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang peneliti uraikan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Toko A. Fauzi melalui Analisis SWOT
2. Menganalisis kebutuhan dan preferensi pelanggan Toko A. Fauzi menggunakan *value proposition canvas*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis:

- a. Memberikan wawasan bagi pengembangan teori dan konsep *value proposition canvas*.
- b. Memperkaya literatur mengenai analisis SWOT dalam penentuan *value proposition canvas*.

2. Manfaat Praktis:

- a. Bagi Toko A. Fauzi Padang
Memperoleh *value proposition canvas* yang tepat dan sesuai dengan kondisi internal dan eksternal Perusahaan
- b. Bagi Akademisi
Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam penentuan *value proposition canvas*.

1.5 Batasan Penelitian

- a. Penelitian ini fokus pada Toko A. Fauzi yang berlokasi di Kota Padang.
- b. Analisis SWOT dan penentuan *value proposition canvas* hanya dilakukan untuk Toko A. Fauzi dan tidak mencakup toko ritel lain di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang berisi mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori, Terdapat teori-teori analisis SWOT berupa penjelasan terkait empat elemen analisis swot, diagram swot, dan strategi dari analisis swot. Hubungan *value proposition* dengan analisis swot. *Value Proposition Canvas* penjelasan terkait customer profil dan value map dengan indikator masing – masing.

Bab III Metode Penelitian, didalamnya menjelaskan lokasi dan waktu penelitian. Dan jenis penelitian, subjek penelitian, sumber data, Metode pengumpulan data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang berisi paparan data hasil penelitian, meliputi gambaran umum objek penelitian, penyajian data penelitian berupa hasil analisis SWOT, identifikasi faktor internal dan eksternal, matriks SWOT, serta analisis Value Proposition Canvas. Bab ini juga memuat pembahasan mendalam tentang temuan penelitian dan keterkaitannya dengan teori yang digunakan.

Bab V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan yang merangkum hasil penelitian secara singkat dan jelas sebagai jawaban atas rumusan masalah, serta saran-saran yang relevan berdasarkan temuan penelitian. Saran dapat ditujukan kepada objek penelitian maupun untuk penelitian selanjutnya.