

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis saat ini dapat dikatakan maju dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang berdiri pada setiap waktu. Banyaknya perusahaan yang bermunculan juga dikarenakan kebutuhan dan keinginan masyarakat yang semakin besar dan bermacam-macam. Dilihat dari adanya fenomena tersebut, tingkat persaingan antar perusahaan semakin ketat. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan tersebut perusahaan harus merumuskan strategi bersaing yang baik agar perusahaan dapat memenangkan pasar.

Kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang sangat kompetitif saat ini, menuntut setiap pelaku usaha untuk dapat memberikan perhatiannya pada penerapan strategi pemasaran agar bisa memenangkan persaingan tersebut. Oleh karena itu, butuh adanya strategi untuk bisa bertahan dan berkembang. Strategi dimulai dengan konsep bagaimana menggunakan sumber daya yang dimiliki dengan cara yang efektif di lingkungan yang berubah-ubah.

Dalam menjalankan suatu bisnis tentu harus dilengkapi dengan perumusan strategi yang tepat agar tujuan bisnis dapat tercapai. Untuk efektifitas dan kesesuaian strategi bisnis agar dapat bersaing, membutuhkan strategi bersaing yang tepat dengan cara menyesuaikan antara kekuatan internal perusahaan dengan lingkungan eksternal perusahaan. (Kotler & Armstrong : 2015)

Toko Retail yang menjual kebutuhan pokok masyarakat di kota Padang menunjukkan perkembangan usaha yang cukup baik, untuk keberlanjutan usahanya. Para pengusaha retail perlu mengetahui perkembangan lingkungan bisnis yang cenderung berubah-ubah dengan cepat. Kondisi seperti ini diperlukan manajemen strategi yang tepat. Pada era sekarang, pihak pengusaha tidak hanya fokus pada manajemen keuangan semata tetapi juga pada manajemen pemasaran, khususnya dalam perumusan dan eksekusi strategi bersaing (Suwarsono:2015). Usaha ini diperlukan untuk meningkatkan hasil penjualan produk retail dengan melakukan penerapan strategi bersaing yang akurat. Dengan begitu toko retail ini diharapkan mampu bersaing dengan produk retail sejenis baik dari dalam kota Padang maupun dari daerah lain.

Dalam menghadapi tantangan ini, maka usaha retail perlu membuat perencanaan dan strategi yang jitu, agar perusahaan dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman (Sondang, P. Siagian:2018). Analisis SWOT digunakan untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan (Ferrel, O.C & D. Harline:2015). Analisis ini sangat diperlukan untuk membantu mengembangkan usaha retail di kota Padang dalam mengenali kekuatan dan kelemahan serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan ancaman dalam persaingan pasar. Strategi yang baru sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis maupun strategi pengembangan usaha pada masa yang akan datang.

Setiap lingkungan usaha yang berbeda juga membutuhkan strategi yang

berbeda. Analisis strategi bermanfaat bagi manajemen perusahaan dalam membuat keputusan bisnis terutama dalam menghadapi persaingan (Mafitri & Barusman:2022). Oleh karena itu, dalam perumusan strategi harus menganalisis terlebih dahulu tentang lingkungan bisnis yang dihadapi baik dari sisi internal maupun eksternal. Analisis tersebut terdiri dari analisis lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Lingkungan internal meliputi manajemen, pemasaran, keuangan, dan operasi. Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor diluar kendali yang memengaruhi pilihan perusahaan mengenai arah dan tindakan, yang pada akhirnya juga memengaruhi struktur organisasi dan proses internalnya (Pearce & Robinson : 2014). Lingkungan eksternal meliputi pesaing, kondisi ekonomi, sosial, politik, pendatang baru, tenaga kerja dan lain-lain. Setiap perusahaan perlu memperhatikan lingkungan internal dan eksternalnya masing-masing.

Salah satu usaha yang menjanjikan keuntungan cukup besar adalah usaha barang harian. Usaha barang harian merupakan salah satu bentuk pemenuhan kebutuhan pokok berupa barang-barang kebutuhan harian masyarakat.

Toko P&D H. Alex Padang yang berdiri tahun 1997 merupakan sebuah toko milik pribadi/sendiri yang menjual berbagai kebutuhan harian. Toko P&D yang berlokasi di jalan Bandar Olo Kota Padang ini berada di pinggir jalan raya. Namun di dalam penjualan Toko P&D mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Penurunan ini diduga disebabkan karena proses pemasaran yang belum maksimal dan kemungkinan adanya pelanggan atau konsumen yang kurang puas saat melakukan pembelian di Toko P&D H. Alex Padang.

Berikut ini adalah data penjualan di Toko P&D H. Alex Padang dari tahun 2021 sampai dengan 2023 :

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan Toko P&D H. Alex Padang**  
**Pada tahun 2021–2023**

No	Bulan	Penjualan		
		2021	2022	2023
1	Januari	Rp 109.800.000	Rp 98.600.000	Rp 85.300.000
2	Februari	Rp 108.800.000	Rp 77.500.000	Rp 96.500.000
3	Maret	Rp 105.100.000	Rp 96.200.000	Rp 85.000.000
4	April	Rp 109.300.000	Rp 93.400.000	Rp 74.500.000
5	Mei	Rp 106.700.000	Rp 99.800.000	Rp 66.500.000
6	Juni	Rp 102.300.000	Rp 87.500.000	Rp 80.300.000
7	Juli	Rp 90.500.000	Rp 95.700.000	Rp 100.300.000
8	Agustus	Rp 102.100.000	Rp 76.400.000	Rp 85.900.000
9	September	Rp 85.800.000	Rp 96.700.000	Rp 94.700.000
10	Oktober	Rp 86.700.000	Rp 82.100.000	Rp 79.000.000
11	November	Rp 74.500.000	Rp 87.500.000	Rp 86.500.000
12	December	Rp 65.800.000	Rp 95.800.000	Rp 83.300.000
<b>Total</b>		<b>Rp 1.147.400.000</b>	<b>Rp 1.087.200.000</b>	<b>Rp 1.017.800.000</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>Rp 95.616.667</b>	<b>Rp 90.600.000</b>	<b>Rp 84.816.667</b>
<b>Target Penjualan Rp. 150.000.000 / Bulan = Rp. 1.800.000.000 / Tahun</b>				

(Sumber : Toko P&D H. Alex Padang)

Dari data diatas terlihat bahwa penjualan Toko P&D H. Alex Padang tahun 2021 sampai dengan 2023 cenderung menurun. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di Toko P&D H. Alex Padang terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang dihadapi adalah tingkat penjualan mengalami penurunan yang disebabkan oleh faktor *internal* dan *eksternal*. Salah satu yang mempengaruhi dari faktor *internal* yaitu SDM kurang professional dalam menjalankan tugasnya, jumlah karyawan masih kurang, kemudian promosi yang dilakukan melalui komunikasi dari orang ke orang lain dan melalui pamflet yang terdapat di depan toko tersebut. Sedangkan faktor *eksternal* adalah banyaknya toko-toko P&D sejenis yang menjadi pesaing di kawasan jalan Bandar Olo Padang.

Berikut ini adalah data penjualan beberapa toko barang harian (P&D) yang ada di kawasan jalan Bandar Olo Padang sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Beberapa Toko P&D Di Kawasan Jalan Bandar Olo Padang**  
**Pada tahun 2023**

No	Nama Toko	Penjualan (Rp.)
1	Toko P&D Sinar Baru	1.300.250.700
2	Toko P&D Asiong	1.210.250.500
3	Toko P&D Wira Teguh	1.005.250.850
4	Toko P&D Surya Emas	998.240.500
5	Toko P&D AJB	902.580.200

*(Sumber : dari karyawan toko retail)*

Dari data diatas dapat dilihat perbedaan omset penjualan dari beberapa toko P&D yang ada dikota Padang khususnya toko-toko yang berada di sekitar Toko P&D H. Alex Padang.

Berdasarkan kondisi diatas Toko P&D H. Alex Padang dituntut untuk merumuskan strategi bersaing agar kelangsungan hidup perusahaan terjamin. Strategi bersaing adalah langkah-langkah strategis yang terencana atau tidak terencana untuk menarik perhatian konsumen, memperkuat posisi dalam pasar, dan bertahan dalam persaingan (Hariadi:2013). Begitu pula menurut Chandler (2016) strategi bersaing adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, dan prioritas alokasi sumber daya.

Berdasarkan kondisi yang dihadapi oleh Toko P&D H. Alex Padang tersebut diatas, maka perlu untuk merumuskan suatu strategi bersaing. Pendekatan

yang digunakan dalam merumuskan strategi bersaing adalah dengan Analisis SWOT.

Metode SWOT adalah evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dan merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal. Analisa ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Menurut para ahli Analisa SWOT menunjukkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). (Widiyarini:2019).

Semua hal yang berhubungan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan ini tentunya berpengaruh terhadap tujuan perusahaan, maka untuk mencapai tujuan perusahaan Toko P&D H. Alex Padang perlu menerapkan strategi bersaing dengan pendekatan Analisa SWOT dan dilanjutkan dengan metode QSPM untuk menentukan strategi yang paling tepat untuk di terapkan Toko P&D H. Alex Padang. Sehubungan dengan hal tersebut penulis tertarik dari untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Perumusan Strategi Bersaing Melalui Pendekatan Analisis SWOT Pada Toko P&D H. Alex Padang”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Faktor internal dan eksternal apakah yang mempengaruhi Toko P&D H. Allex Padang ?
2. Bagaimana strategi bersaing pada Toko P&D H. Allex Padang dalam meningkatkan penjualan ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditetapkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menentukan faktor lingkungan *internal* dan *eksternal* yang mempengaruhi Toko P&D H. Allex Padang.
2. Mengetahui strategi bersaing Toko P&D H. Allex Padang dalam meningkatkan penjualan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi perusahaan :
  - a. Untuk memberikan ide-ide atau informasi yang dapat digunakan untuk merancang ataupun menyusun strategi pemasaran.
  - b. Penelitian ini dapat memberi masukan dan pertimbangan mengenai strategi pemasaran usaha untuk meningkatkan pemasaran maupun

meningkatkan pendapatan melalui potensi yang dimiliki Toko P&D H. Allex Padang.

2. Bagi peneliti :
  - a. Dapat menambah wawasan dan informasi mengenai strategi bersaing produk dengan baik.
  - b. Penelitian ini bermanfaat sebagai pengalaman nyata menganalisis strategi pemasaran, khususnya untuk perusahaan retail di kota Padang.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, diperlukan ruang lingkup atau batasan yang jelas agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Data penjualan yang diambil adalah data pada produk Toko P&D H. Allex Padang pada tahun 2021 sampai 2023.
2. Penelitian dilakukan tanpa menghitung biaya di Toko P&D H. Allex Padang, maka penelitian ini hanya memberikan usulan tentang strategi-strategi pemasaran.