

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, lingkungan cepat berubah dan semakin sulit di prediksi, setiap perusahaan berlomba untuk menampilkan inovasi dalam bisnisnya, teknologi dan ilmu manajerial di perlukan untuk mewujudkan keunggulan bersaing. Dalam hal ini manajemen strategis dalam hal perencanaan strategi diperlukan agar tercapai keunggulan bersaing.

Dalam karangan [1] Manajemen strategis membahas tentang bagaimana cara mengidentifikasi tujuan organisasi, sumber daya, dan bagaimana sumber daya yang ada tersebut dapat digunakan secara efektif dan memenuhi tujuan strategis. Manajemen strategis harus bisa memberikan pedoman untuk pengambilan keputusan dalam organisasi, ini merupakan proses yang berkesinambungan dan terus menerus, rencana strategis organisasi adalah dokumen hidup yang selalu dikunjungi dan kembali dikunjungi. Seiring adanya informasi baru dan perubahan, dia harus dapat digunakan dan melakukan penyesuaian dengan keadaan tersebut. Sedangkan menurut ahli yang dikemukakan oleh [2] manajemen strategis merupakan suatu kumpulan tindakan yang menghasilkan perumusan dan pelaksanaan rencana-rencana yang dirancang untuk mencapai sasaran-sasaran organisasi. Sedangkan menurut [3] menjelaskan manajemen strategis sebagai analisis, keputusan, dan aksi yang dilakukan

perusahaan untuk menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif

Dalam karangan [1] kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, *strategas* (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin) yang artinya *generalship* merupakan sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Maka tidak heran apabila kata strategis sering digunakan dalam peperangan. Apabila istilah strategis digunakan pertama kali dalam dunia militer.

Secara umum, strategi diidentifikasi sebagai suatu cara untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan para ahli yang dikemukakan oleh [4] berpendapat bahwa strategi adalah suatu seni menggunakan pertempuran untuk memenangkan suatu perang. Strategi merupakan suatu rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan yang diinginkan, strategi adalah aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

Untuk pencapaian keunggulan bersaing perlu adanya perencanaan strategi. Menurut [5] perencanaan strategi adalah suatu proses manajemen dalam menyusun rencana jangka panjang agar organisasi dapat menjalankan dengan efektif dan efisien, dalam perencanaan strategi terdapat visi misi dan tujuan perusahaan. Sedangkan menurut para ahli yang dikemukakan oleh [6] menjelaskan langkah – langkah dalam perencanaan strategi bisnis di antaranya adalah :

1. Visi dan misi perusahaan
2. Analisis faktor lingkungan menggunakan analisis SWOT
3. Formulasi tujuan
4. Formulasi strategi
5. Implementasi
6. Umpan balik dan pengendalian

Salah satu proses dalam konsep manajemen adalah menyusun faktor penentu keberhasilan diawali dengan mengkaji lingkungan strategis yang meliputi kondisi, situasi, keadaan, peristiwa, dan pengaruh-pengaruh yang berasal dari dalam maupun dari luar organisasi. Analisis lingkungan dibutuhkan agar perusahaan mampu menentukan tindakan preventif dan antisipatif atas perusahaan-perusahaan yang terjadi, agar perusahaan dapat cepat beradaptasi dengan perubahan-perubahan tersebut dan mampu menjadi perusahaan yang bertahan dan unggul dalam persaingan.

Untuk perumusan strategi lingkungan tersebut agar tercapainya suatu keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. [1] menjelaskan didalam analisis SWOT mencakup analisis kesempatan dan ancaman lingkungan eksternal serta analisis kekuatan dan kelemahan lingkungan internal. Analisis SWOT dapat membantu dalam membaca suatu fakta yang penting dan relevan dalam analisis internal dan eksternal.

Analisis SWOT adalah suatu metode untuk mengevaluasi terhadap kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). [7] mengemukakan bahwa Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan secara bersamaan juga dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Penelitian yang dilakukan oleh [8] yang berjudul “Analisis SWOT Pada UMKM Keripik Amel Malang Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Perusahaan”. Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT yang diterapkan menunjukkan Keripik Amel Malang berada pada kuadran IV yakni kuadran *Diversivication* atau disebut sebagai strategi ST yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi segala ancaman yang ada.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh [9] yang berjudul “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sunga Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan”. Penelitian ini menunjukkan bahwa analisis SWOT yang di terapkan pada usaha tahu di sungai kanan mengalami suatu masa pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset profit, dengan demikian dapat diketahui strategi yang sebaiknya dijalankan adalah strategi pertumbuhan melalui Integritas

Horizontal.

Penelitian yang dilakukan oleh [10] yang berjudul “Analisis SWOT Peningkatan Daya saing Pada UKM Keripik Nangka di Kabupaten Malang”. Penelitian ini berkesimpulan bahwa untuk meningkatkan daya saing UKM Keripik Nangka di Kabupaten Malang adalah dengan strategi menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Berkaitan dengan obyek penelitian pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji yang bergerak dalam bidang kuliner atau cemilan yang memiliki pesaing yang banyak dalam bidang kuliner. Untuk itu UD Kerupuk Dzakira perlu strategi untuk meningkatkan daya saing agar mencapai keunggulan dan mencapai pangsa pasar yang lebih luas. UD Kerupuk Dzakira didirikan oleh Bapak Dindin Najmudin pada tahun 2009. Kerupuk Dzakira memiliki bahan pokok dasar seperti tepung terigu dan tepung tapioka, kerupuk Dzakira memiliki ragam jenis produksi, seperti kerupuk Palembang, kerupuk jalin, kerupuk lipat dan kerupuk bajarek. Target pasar Kerupuk Dzakira mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Saat ini UD kerupuk Dzakira Cabang Air Haji memiliki jumlah karyawan sebanyak 12 orang. UD kerupuk Dzakira memiliki 5 cabang di berbagai daerah. Berikut daftar cabang UD kerupuk Dzakira beserta data penjualannya :

Tabel 1.1
Daftar Cabang UD kerupuk Dzakira

No	Lokasi
1	Air Haji
2	Bengkulu
3	Ketaping
4	Solok
5	Sungai Penuh

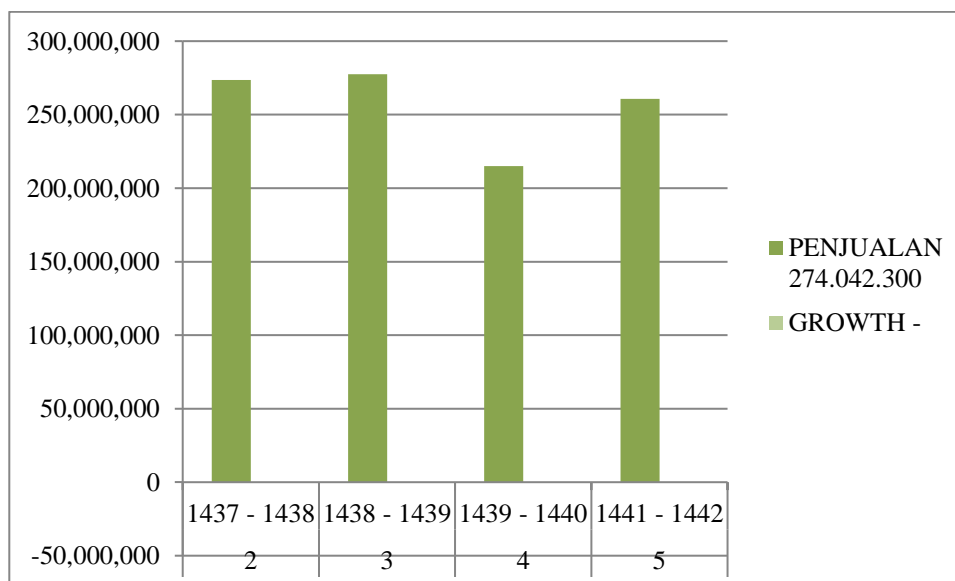
Sumber :UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji

Tabel 1.2
Data Penjualan

UD Kerupuk Dzakira

NO	TAHUN	PENJUALAN	GROWTH
1	1436 – 1437	274.042.300	-
2	1437 – 1438	273.538.400	-0,2%
3	1438 – 1439	277.547.380	1,5%
4	1439 – 1440	215.030.900	-22%
5	1441 - 1442	260.679.410	21%

: UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji



Berdasarkan tabel di atas karena UD Kerupuk Dzakira memiliki wilayah pemasarannya yang berbeda-beda maka struktur pasar UD Kerupuk Dzakira adalah struktur Pasar persaingan sempurna, maka diperlukan competitive advantage atau keunggulan bersaing. Dan berdasarkan data penjualan pada tabel di atas UD kerupuk Dzakira mengalami pendapatan penjualan yang tidak stabil, agar pendapatan penjualan pada UD Kerupuk Dzakira stabil perlu perencanaan strategi untuk meningkatkan daya saing, untuk meningkatkan daya saing tersebut perlu analisis lingkungan yaitu analisis lingkungan internal dan eksternal, untuk analisis lingkungan salah satunya dapat menggunakan dengan analisis SWOT. Maka penulis tertarik mengangkat masalah ini dengan judul “ **Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Bersaing Pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka masalah dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Apa visi misi dan tujuan UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
2. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air.
3. Apa peluang dan ancaman yang ditimbulkan oleh lingkungan eksternal pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
4. Bagaimana lingkungan internal pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.

5. Apa kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
6. Bagaimana matriks IFAS dan EFAS pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji
7. Bagaimana Strategi bersaing pada UD kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, ada beberapa tujuan yang hendak dicapai oleh penulis, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor internal apa yang dimiliki UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
2. Untuk mengetahui faktor eksternal apa yang dimiliki UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
3. Untuk mengetahui peluang dan ancaman yang diberikan oleh lingkungan eksternal pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
4. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal pada UD Kerupuk Dzakira Cabang Air Haji.
5. Untuk mengetahui bagaimana upaya agar strategi bersaing dapat tercapai optimal dengan menggunakan analisis SWOT.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk memahami sesuatu perusahaan saat ini, dan bagaimana menghadapi kondisi persaingan yang semakin ketat.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi, serta pengetahuan peneliti lainnya untuk lebih memahami kegiatan ekonomi secara langsung, fokus pada kegiatan usaha dan bagaimana menghadapi kondisi usaha yang semakin kompetitif.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber bacaan, acuan penambahan informasi dan referensi terhadap penerapan analisis SWOT dalam mengoptimalkan target penjualan.