

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, akan memberikan dampak yang positif bagi perusahaan yang bergerak dibidang industri, penjualan barang maupun jasa. Dengan keadaan seperti ini, tentu saja tidak menutup kemungkinan usaha-usaha tersebut akan bersaing ketat dengan usaha yang mengeluarkan produk yang sejenisnya.

Sarjana manajemen sebenarnya telah memulai mencoba mengatasi masalah isu-isu ekonomi yang penting seperti bagaimana perusahaan yang sukses menciptakan kemampuan yang sulit untuk ditiru dari teknologi dan sumber daya organisasi yang memungkinkan mereka untuk berinovasi dan mengalokasikan aset lebih efektif daripada saingan mereka.

Wirausaha hendaknya menyadari bahwa adanya persaingan tersebut sangat sulit bagi pengusaha untuk membangun reputasi usahanya, demikian pula sebaliknya sangat mudah untuk kehilangan reputasi usaha tersebut. Agar usaha tetap mampu bersaing dengan bisnis usaha lain yang mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen usaha harus mampu mengelola bisnisnya dengan baik. Pengusaha dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau pengusaha harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada usaha pesaing yang lain.

“Analisis SWOT paling efektif digunakan untuk menganalisis sumber daya yang dimiliki suatu perusahaan, hal ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang berasal dari dalam perusahaan serta memahami peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan. Analisis SWOT adalah identifikasi sebagai faktor untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Keputusan strategi perusahaan perlu pertimbangan faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan maupun faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Oleh karena itu perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT” (Freddy, 2004, hlm. 18).

Selain itu, pemasaran yang baik juga sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan. Dan dengan pemasaran produk yang baik, maka akan dapat meningkatkan penjualan dan merebut pangsa pasar. Jika itu sudah terjadi, maka dapat dipastikan bisnis akan mendapatkan laba yang maksimal. Jika pemasaran produk yang dilakukan tidak atau kurang tepat, maka akan terjadi penurunan penjualan yang memberi dampak penurunan pendapatan yang diterima oleh pengusaha tersebut. Keunggulan bersaing penting untuk diketahui dalam penyusunan perencanaan bisnis karena tidak lepas dari prinsip-prinsip ekonomi, yaitu bagaimana operasional perusahaan dapat berjalan lancar dengan meminimalkan seluruh biaya yang ditimbulkan dan memaksimalkan keuntungan (Fuad, 2003, hlm. 4).

Sebuah bisnis usaha harus memiliki strategi, untuk terus mengembangkan produk baik itu dalam menciptakan produk baru maupun meningkatkan kualitas pelayanan untuk memuaskan pelanggan. Dengan cara ini diharapkan perusahaan

dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan keuntungan atau profit (Madura, 2001, hlm. 84).

Menurut Chandler, strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk sebuah tujuan. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi (Tjiptono.F, 2008, hlm 3). Dalam pengembangan produk perlu adanya strategi bersaing yang harus dijalankan untuk memperoleh keunggulan kompetitif. Jadi inti strategi bersaing yaitu bagaimana cara organisasi mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan mampu menempatkan produknya dihati konsumen (Rangkuti, 2006, hlm. 4).

Untuk membangun keunggulan kompetitif, setiap organisasi harus dapat merinci apa saja manfaat yang mereka berikan kepada target pasar dengan cara yang tidak biasa dilakukan pesaing lain. Pengusaha memerlukan pengetahuan dan perumusan strategi yang tepat, selanjutnya strategi akan dilaksanakan dan dikelola secara efektif dan efisien. Untuk melaksanakan strategi tersebut diperlukan adanya keputusan dan penyusunan strategi.

Penyusunan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha dalam mewujudkan visi dan misinya, demikian pula halnya dengan pengusaha Salad Buah Haikal sebagai salah satu pengusaha yang bergerak dibidang kuliner, untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran produknya harus mempunyai strategi yang efektif. Sehingga dapat

mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki atau bahkan dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Haikal adalah nama merek/*brand* yang diambil dari nama anak pertama, dan salad buah adalah makanan sehat dari campuran berbagai jenis buah-buahan.

Salad Buah Haikal telah berdiri sejak tahun 2016 dikelola oleh Ibu Raysa Maulida Rahmah beserta suaminya sendiri Bapak Muhammad Satriyani. Untuk menghasilkan produk yang berkualitas diperlukan ketelitian, kesabaran dan juga pengetahuan dalam proses produksi. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Muhammad Satriyani sebagai pemilik usaha “Salad Buah Haikal” di daerah Antasan Kecil Timur, dan usaha kuliner seperti salad buah sendiri juga banyak terdapat pesaingnya, berikut daftar pesaing yang memiliki omset dan jenis promo sama seperti Salad Buah Haikal:

**Tabel I**  
**Daftar Pesaing Salad Buah Haikal**

No	Nama Usaha	Alamat
1	Salad Buah Bukhari.official	Jl. Sultan Adam Jl.Sungai Andai Kec. Banjarmasin Utara
2	Salad Buah Rayhaant	Komp Mahendra Sejahtera No.30 Jl. Hikmah Banua Pal 6

Sumber: Satriyani Muhammad, 2020

Beberapa pesaing dari Salad buah Haikal adalah salad buah bukhari dan salad buah rayhaant. Dalam usahanya, Salad Buah Haikal mengedepankan harga penjualan yang murah serta promosi, dapat dilihat dari akun sosial medianya “Salad Buah Haikal” yang mana promo harga murah itu sering dilakukan oleh

pemilikinya. Dari banyak nya promosi itulah pendapatan atau *income* usaha penjualan salad buah Haikal dapat dikatakan cukup lumayan besar.

Strategi bisnis yang biasa digunakan adalah konsumen sendiri bisa meminta dan mengatur kombinasi buah itu sendiri tentunya sesuai dengan pengaturan harga, dan di “Salad Buah Haikal” tidak hanya menyediakan berbagai macam kombinasi buah sesuai permintaan tapi juga menyediakan berbagai varian topping serta harga yang lebih dibawah dari pesaing yang lain (Satriyani Muhammad, 2020). Seperti saat ini strategi yang diperbaharui “Salad Buah Haikal” adalah selalu mengikuti perkembangan-perkembangan varian salad yang saat ini digemari kalangan anak-anak muda, selain dari itu produk yang dihasilkan juga bervariasi atau bermacam-macam yang menarik minat mereka.

Dalam masa pandemi covid-19 saat ini, penjualan salad buah Haikal dan usaha mikro kecil menengah lainnya mengalami dampak yang kurang menguntungkan. Dampak yang paling dirasakan itu ialah mengakibatkan pendapatan para pengusaha turun secara drastis, salah satu masalah ini dipicu oleh daya beli masyarakat yang juga menurun diakibatkan pandemi ini. Adanya masalah tersebut bisa juga dilihat dari sudut pandang yang positif dari penjualan salad buah Haikal namun mereka cenderung pasif. Salah satu hal yang dapat dimanfaatkan untuk penjualan salad buah ialah ikhtiar menjaga kesehatan tubuh yaitu mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dan bergizi seperti “salad buah” sesuai dengan firman Allah swt. dalam Q.S. Al Baqarah/2:168

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ  
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴾

168. *“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”*. (Kementerian Agama, 2019)

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan merupakan motor penggerak pertumbuhan aktivitas ekonomi nasional. Perhatian pada pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan makna tersendiri pada usaha menekan angka kemiskinan suatu Negara. Usaha Salad Buah Haikal sendiri bersifat usaha mandiri, yaitu kegiatan yang berkemampuan berdiri sendiri dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Salah satu cara untuk menerapkan usaha mandiri ialah dengan cara memproduksi barang atau jasa.

Dari paparan latar belakang di atas maka penulis berkeinginan untuk dapat meneliti dan menganalisa lebih mendalam salah satu industri makanan yang berada di Kota Banjarmasin tersebut. Maka penulis akan mengambil judul “Strategi Penjualan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, dirumuskan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada strategi penjualan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin?

2. Bagaimana langkah strategis yang harus dilakukan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada strategi penjualan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui langkah strategis yang harus dilakukan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin.

### **D. Signifikansi Penulisan**

Selanjutnya apabila penelitian berhasil dengan baik, diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik kegunaan teoritis maupun praktis. Ada pun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis penelitian ini berguna untuk:
  - a) Sebagai bekal mahasiswa agar memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dapat menunjang tercapainya sikap profesional sebagai calon tenaga kerja.
  - b) Sebagai bahan referensi dan informasi bagi pihak yang membutuhkan.
  - c) Bagi pihak Salad Buah Haikal diharapkan bisa menjadi masukan yang berguna bagi perkembangan Salad Buah Haikal.

2. Secara praktis penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan informasi bagi pihak Fakultas dalam meningkatkan dan mempertahankan kualitas pengajar terhadap mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam.

### **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih terfokusnya kajian lebih lanjut, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

1. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam perang dan damai. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha suatu organisasi (Tjiptono.F, 2008, hlm 3).
2. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian penjualan adalah proses, cara, perbuatan menjual. Jadi, secara bahasa penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara pembeli dan penjual.
3. Salad adalah campuran dari sayuran hijau segar, buah, daging, unggas dan ikan yang dihidangkan bersama *dressing* atau hanya terdiri dari buah segar (Dwi, 1999). Pengertian salad buah sendiri adalah campuran berbagai jenis macam buah yang dipotong-potong kemudian dicampur menjadi satu dan diberi *dressing*(saus) dengan *mayonaise*.

## F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesalahpahaman dan memperjelas permasalahan yang penulis angkat, maka diperlukan kajian pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada. Berikut ini penelitian sejenis yang telah diteliti yaitu:

*Pertama*, Mariani (1601150172) Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah, yang berjudul *Strategi Bisnis Ojek Syariah Akhwat Jek Dan Ikhwan Jek Di Kota Banjarmasin*. (Mariani, 2020) Dalam penelitian Mariani ini terdapat persamaan terhadap penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis SWOT yang mana hasil penelitian dari Mariani yaitu meliputi; Kekuatan yang dimiliki oleh akhwat jek dan Ikhwan jek adalah kajian keagamaan rutin setiap minggu oleh para pengemudi dan pembagian keuntungan yang transparan dalam perusahaan. Adapun kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan adalah sistem pemesanan ojek yang lambat dan tarif harga antar konsumen yang tidak transparan. Sedangkan jika dilihat dari segi peluang, Akhwat Jek dan Ikhwan Jek memiliki peluang usaha yang baik dalam memanfaatkan pasar ojek yang terbuka luas, hemat promosi melalui internet, dan respon positif masyarakat terhadap keberadaan ojek syariah di Indonesia. Sementara untuk ancaman yang dihadapi oleh perusahaan yakni sulitnya menembus pasar ojek dengan persaingan ketat dan semakin banyak pesaing baru yang muncul dengan teknologi canggih. Dari analisis SWOT tersebut kemudian mendapatkan hasil yang memaksimalkan kekuatan dan peluang

serta meminimalkan adanya kelemahan dan ancaman dalam usaha ojek syariah Akhwat Jek dan Ikhwan Jek. Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian ini yaitu berfokus pada Strategi Penjualan Usaha Salad Buah Haikal Di Kota Banjarmasin.

*Kedua*, Halim Oky Zulkarnaen (C2A009039) Universitas Diponegoro Semarang, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, jurusan Manajemen, yang berjudul *Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Makanan Ringan* (Studi Penelitian UKM Snack Barokah di Solo). Penelitian ini menghasilkan alternatif strategi UKM Snack Barokah dan urutan prioritasnya sebagai berikut: meningkatkan kualitas produk dengan menggunakan mesin pengemas, Memproduksi makanan ringan sendiri, Meningkatkan kualitas produk untuk menghadapi persaingan, Mencari modal tambahan dengan memanfaatkan program kredit pemerintah, Mempertahankan tingkat harga dan meningkatkan kualitas cita rasa, Menggencarkan usaha promosi produk dengan memanfaatkan fasilitas media elektronik, Meningkatkan promosi langsung dengan cara mendatangi pedagang besar untuk memperluas pasar, memberikan fasilitas suara konsumen, dan menjaga hubungan baik dengan *supplier*. Persamaan dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian yang sama berhubungan dengan menganalisis strategi dalam keunggulan bersaing. Sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada Metode QSPM dan Metode Analisis SWOT serta lokasi dan objek penelitian serta tujuan dari penelitian ini berfokus pada Strategi Penjualan Usaha Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin dengan metode pendekatan analisis SWOT.

*Ketiga*, Muhammad Ridho Akbar (1501150143) Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Ekonomi Syariah, yang berjudul *Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar Nida Sasirangan Banjarmasin*. Hasil penelitian ini adalah dari segi perencanaan pada Nida Sasirangan sudah baik dan sesuai dengan ajaran islam dan tujuan ekonomi islam yang mana merumuskan tujuan untuk mencari keberkahan di dunia maupun di akhirat. Dari pengadaan barang Nida Sasirangan masih kurang baik yaitu kekurangan bahan baku kain, karena perencanaan persediaan barang didasarkan pada persediaan bahan baku. Persamaan dengan penelitian ini yaitu subjek penelitian yang sama berhubungan dengan strategi bersaing dan penelitian lapangan (*field research*) serta metode pendekatan analisis SWOT. Sedangkan perbedaannya terdapat di lokasi dan objek penelitian dengan berfokus pada Strategi Penjualan Usaha Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah:

Bab I adalah pendahuluan, mengenai latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk judul dan gambaran permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang sudah digambarkan dirumuskan dalam rumusan masalah. Setelah itu disusun tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Signifikansi penelitian merupakan kegunaan hasil penelitian. Definisi operasional untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna umum dan luas. Kajian pustaka ditampilkan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian

dari aspek lain. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II merupakan landasan teori yang membahas teori-teori umum dan syariah, yang dijadikan penulis sebagai tolak ukur dari penyajian data yang ditemukan.

Bab III merupakan metode penelitian, yang dipergunakan untuk menggali data yang terdiri dari jenis dan sifat, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengolahan dan analisis data prosedur penelitian.

Bab IV berisi tentang analisis data dan laporan dari penelitian.

Bab V merupakan kesimpulan dan saran-saran dari hasil penelitian yang diolah.