

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Konsep manajemen strategi yaitu untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi dan menciptakan peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang, perencanaan jangka panjang, sebaliknya mencoba untuk mengoptimalkan *trend* sekarang untuk masa mendatang. Disamping itu manajemen strategi juga merupakan suatu filosofi, cara berpikir dan cara mengelola organisasi.

Manajemen strategi tidak terbatas pada bagaimana mengelola pelaksanaan kegiatan di tinjauan umum tentang manajemen strategi dalam organisasi, tetapi juga bagaimana mengembangkan sikap baru berkaitan dengan perubahan eksternal. Pemahaman mengenai makna manajemen strategis tidak hanya terbatas pada aspek pelaksanaan rencana, tetapi lebih jauh lagi ke aspek visi misi dan tujuan kelembagaan. Makna tersebut terkait dengan konteks lingkungan luar dan dalam organisasi.

Strategi adalah pola sebab strategi itu masih berbentuk perencanaan yang berorientasi ke masa depan dan belum terlaksana (disebut juga dengan *intended strategy*) tetapi jika sudah terlaksana disebut dengan *realized strategy*. Strategi juga berarti posisi, yaitu strategi memposisikan produknya ke pasar sasaran. Ada dua model strategi jenis ini pertama melihat kebawah, yaitu melihat titik temu antara

produk dengan pelanggannya. Kedua melihat keluar yaitu memperhatikan berbagai aspek lingkungan eksternal yang mempengaruhi pasar. Strategi juga bisa berarti permainan artinya strategi merupakan permainan atau taktik *maneuver* perusahaan dalam memperdaya pesaingnya. Dapat disimpulkan strategi dimaknai bukan hanya sekedar membuat sesuatu menjadi lebih baik, lebih dari itu strategi adalah menjadikan sesuatu menjadi lebih baru, baik dan berbeda. (Yunus M. , 2008 , hlm. 258)

Apabila sudah mengatur strategi yang terancang dengan baik dalam pengelolaan suatu usaha maka dalam menghadapi suatu daya saing akan lebih mudah dan akan menjadi mutu merek yang bisa diberikan suatu kepercayaan oleh para konsumen terhadap barang yang akan diproduksi..

Untuk memenangkan persaingan setiap pelaku usaha harus lebih tanggap terhadap kualitas produk atau jasa yang mereka jual. Kualitas produk akan menjadi pertimbangan penting bagi pembelian. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan oleh pelanggan. Semakin tinggi persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidakpastian memaksa pelaku usaha untuk mencapai keunggulan bersaing. Hal ini agar pelaku usaha mampu memenangkan persaingan. (Nico Rifanto Halim, 2019)

Dalam suatu organisasi maka hendaknya memiliki tenaga kerja yang berkualitas dan mengetahui etos kerja yang baik dan didalam al-quran ada dijelaskan ayat tentang bekerja (QS.Al-Jumu'ah [62]:10)

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ

تُقْلِحُونَ ١٠

*Artinya : “Apabila shalat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung.” (Qs. Al-Jumu’ah/62:10) (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 553)*

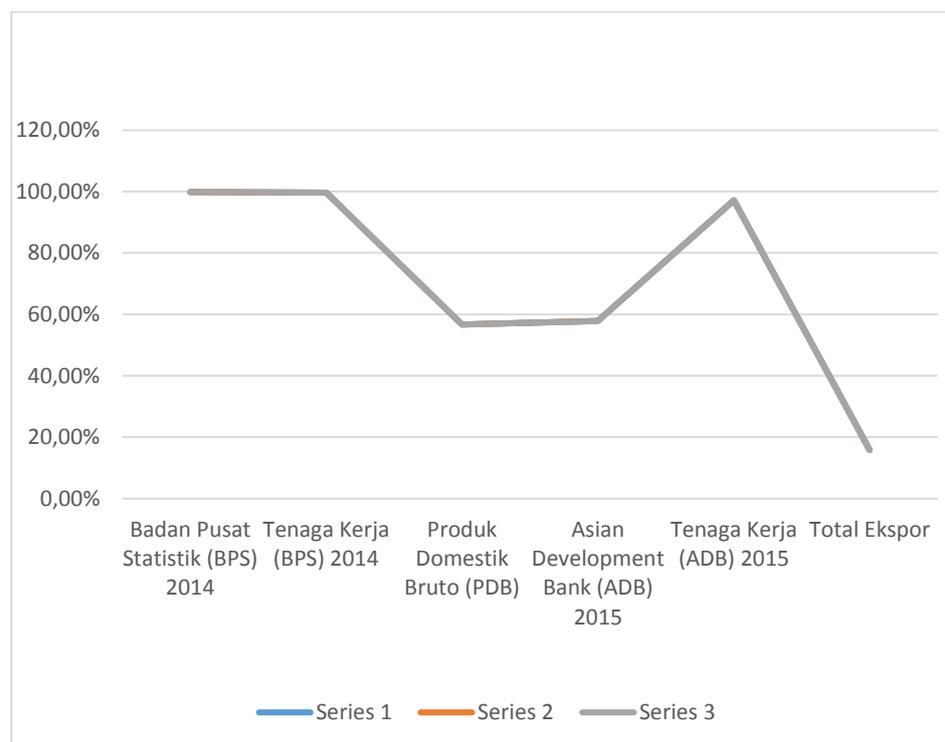
Keberadaan UMKM di Indonesia tidak bisa dipungkiri adalah suatu badan usaha yang sangat membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Telah kita ketahui sebelumnya Indonesia pernah mengalami krisis moneter pada tahun 1997-1998 yang mengakibatkan ketidakstabilan perekonomian saat itu. Banyak pengusaha-pengusaha yang bangkrut dan sektor perbankan yang menjadi penopang bagi pertumbuhan ekonomi bagi pertumbuhan ekonomi nasional turut ambruk khususnya bank-bank swasta nasional kecil. Sedangkan UMKM tetap bisa bertahan bahkan bisa menembus pasar yang selama ini dikuasai perusahaan besar.

Pengembangan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi salah satu caranya adalah memperkuat sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Indonesia merupakan negara yang memiliki pelaku industri UMKM paling banyak yaitu sekitar 56,54 – 62,92 juta unit. Sektor UMKM dapat mendorong pertumbuhan ekonomi serta menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat dikatakan bahwa sektor UMKM dapat berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2014 sebesar 99,9% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia adalah UMKM dengan serapan tenaga kerja sebesar 99,6% dan kontribusi terhadap *Produk Domestik Bruto (PDB)* sebesar 56,7%. Sedangkan menurut data dari *Asian Development Bank (ADB) Institute* tahun 2015, Indonesia merupakan negara yang memiliki kontribusi terbanyak dari Small Medium Enterprise (SME) atau UKM terhadap PDB sebesar 57,8% penyerapan tenaga kerja sebesar 97,2% dan total ekspor sebesar 15,8%. Akan tetapi sektor UMKM ini masih

memiliki banyak persoalan. UMKM masih lemah dalam kemampuan manajemen usaha termasuk pengelolaan keuangan, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang masih terbatas penguasaan teknologi yang rendah serta lemahnya akses ke lembaga keuangan khususnya perbankan.

Dalam bentuk grafik berdasarkan data diatas :

Gambar 1.1



*Sumber Data diolah peneliti, 2022*

Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* adalah produsen konveksi yang berdiri sejak tahun 2009 beralamatkan di Jalan Hasan Basyri Komplek Kayu Tangi 1 Jalur 2. *Greeneyes* memiliki 10 orang tenaga kerja dibidang produksi dan 3 orang di bidang manajemen. Konveksi *Greeneyes* memiliki rata-rata penjualan perbulan sekitar 500 pcs produk kemeja organisasi dengan omset Rp.75.000.000,00.-. *Greeneyes* melayani pembuatan kemeja organisasi, kemeja sasirangan, seragam kantor, jaket dan lain-lain. (Munajat, Khairul, 2019, hlm. 5)

Jenis perusahaan terutama yang berbasis UMKM tentu harus mempunyai strategi bisnis dan strategi operasi yang tepat dan efisien dalam menjalankan proses

bisnisnya agar tidak melenceng dan dapat berjalan sesuai tujuan awal perusahaan. Strategi yang dijalankan mulai dari pengembangan produk yang didasarkan pada ide-ide kreatif dan original sehingga menjadi pembeda dan mempunyai ciri khas dibanding produk dari kempetitor, proses internal perusahaan itu sendiri hingga strategi pemasaran agar produk tersebut lebih berkembang seiringnya waktu, dan memiliki hasil produksi yang sesuai dan jujur dalam produksinya seperti yang telah dijelaskan dalam ayat al-quran tentang produksi (QS.Al-Hadid [57]:25)

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ ٢٥

*Artinya : "Sungguh, Kami telah mengutus rasul-rasul Kami dengan bukti-bukti yang nyata dan kami turunkan bersama mereka kitab dan neraca (keadilan) agar manusia dapat berlaku adil. Dan Kami menciptakan besi yang mempunyai kekuatan, hebat dan banyak manfaat bagi manusia, dan agar Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)-Nya dan rasul-rasul-Nya walaupun (Allah) tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah Mahakuat, Mahaperkasa." (Qs. Al-Hadid/57:25) (Kementerian Agama RI, 2019, hlm. 541)*

Berdasarkan penjelasan diatas maka dari itu penulis tertarik untuk menulis judul penelitian **“Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu UMKM Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang di atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana manajemen strategi dalam meningkatkan mutu merek UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ?
2. Apa saja kendala dalam UMKM meningkatkan Konveksi *Greeneyes* terhadap konsumen di Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui manajemen strategi dalam meningkatkan mutu merek UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin
2. Untuk mengetahui strategi kendala dalam UMKM meningkatkan Konveksi *Greeneyes* terhadap konsumen di Konveksi *Greeneyes Apparel industries* Banjarmasin

### **D. Signifikansi Penelitian**

Signifikansi pada penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui, menambah dan memperkaya khazanah keilmuan, khususnya tentang strategi dalam pengembangan usaha. Selain itu dapat dijadikan perbandingan dalam penyusunan penelitian selanjutnya.
2. Sebagai sumbangan pemikiran dalam melakukan manajemen strategi peningkatan mutu usaha, diharapkan dapat menjadi saran atau rekomendasi bagi pemilik usaha konveksi terutama untuk umkm konveksi *greeneyes* dalam mempertahankan dan mengembangkan mutu merek usahanya.

### **E. Definisi Operasional**

Agar tidak menimbulkan pemahaman lain dalam konteks skripsi ini, maka perlu adanya batasan dan penegasan istilah dari judul skripsi. Sehingga maksud dan tujuan yang terkadang dari judul tersebut dapat dipahami dengan jelas.

#### **1. Manajemen**

Proses merencanakan, mengorganisasi, memimpin, dan mengendalikan pekerjaan dari anggota organisasi yang tersedia untuk mencapai tujuan organisasi (James.A.F. Stoner and E.Edwar.Freeman) (Kamus Bisnis & Manajemen, 1995, hlm. 151)

Adapun manajemen yang dimaksud peneliti ini adalah manajemen sumber daya manusia dan manajemen pemasaran pada objek penelitiannya.

## 2. Strategi

Program yang luas, untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan usaha organisasi, tanggapan organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. (Kamus Bisnis & Manajemen, 1995, hlm. 203)

Maksud dari strategi disini adalah strategi yang dilakukan UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin dalam meningkatkan mutu merek usahanya dalam menghadapi persaingan usaha yang sejenis.

## 3. Peningkatan

Dalam kamus umum bahasa indonesia peningkatan adalah proses, cara, perbuatan, meningkatkan. (Kamus Umum Bahasa Indonesia, 2005, hlm. 1281)

Maksud dari peningkatan ini adalah cara untuk meningkatkan hasil produksi dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia serta meningkatkan manajemen pemasarannya.

## 4. Mutu

Konsep melakukan suatu dengan lebih baik, tidak hanya lebih efisien. (Kamus Bisnis & Manajemen, 1995, hlm. 155)

Maksud dari mutu disini adalah melakukan hasil produksi dan meningkatkan mutu merek UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin dengan lebih baik.

## 5. Usaha Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin

Usaha Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin beralamatkan di Jalan Hasan Basyri Komplek Kayu Tangi 1 Jalur 2.

## 6. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Dalam KBBI UMKM adalah usaha mikro, kecil, dan menengah. Dalam Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM mempunyai arti sebagai sebuah kegiatan usaha yang dijalankan oleh masyarakat. (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008, hlm. 1599)

Maksud UMKM disini adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro.

## F. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari adanya penelitian yang sama maka penulis memberikan beberapa contoh penelitian yang berkaitan dengan penelitian “Manajemen Strategi” dalam meningkatkan mutu merek adapun beberapa karya ilmiah (buku, jurnal, dan lainnya) yang dapat penulis pakai sebagai landasan teoritis dan rujukan untuk mendukung dalam penulisan skripsi yang penulisan angkat, ada beberapa yaitu adalah :

1. Khairul Munajat ( 2019 ) Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Konveksi Greeneyes Apparel Industries Banjarmasin”** UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah. Berdasarkan Analisis SWOT yang ditulis oleh Khairul Munajat. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan analisis SWOT strategi yang dapat dilakukan untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara parsial *Industries* Banjarmasin dan untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi *Greeneyes Apparel Industries*

Banjarmasin. Persamaan pada penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama bergerak dalam teori penelitian dengan bagaimana kualitas pengembangan usaha pada sebuah industri. bedanya penelitian yang peneliti ini lakukan dengan penelitian yang penulis lakukan ini adalah penelitian ini lebih terfokus pada pengaruh harga, kualitas serta pelayanan yang dijalankan oleh usaha konveksi *greeneyes* sedangkan peneliti fokus kepada manajemen strategi dalam meningkatkan mutu merek dalam menghadapi persaingan yang sejenis. Penulis melakukan penelitian pada industri konveksi *greeneyes* dan tidak menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang telah ada, karena peneliti ini adalah peneliti pertama yang mengangkat karya tulis ilmiah di konveksi ini. Penelitian ini di fokuskan pada strategi dalam meningkatkan mutu merek agar mampu mengembangkan usahanya diantaranya banyaknya pesaing-pesaing usaha yang sejenis agar lebih terarah dalam hal pertahanan dalam situasi yang sudah mulai banyak memiliki usaha sejenis.

2. Arifudin Al Mujahit Surya Candra ( 2020 ) Skripsi yang berjudul **“Manajemen Strategi Wirausaha Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Pada Usaha Kerupuk Rambak Sembung Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam)”** IAIN TULUNGAGUNG Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yaitu mendeskripsikan kembali data yang telah terkumpul dari objek penelitian. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manajemen strategi yang digunakan wirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja pada usaha kerupuk rambak di Desa Sembung Kabupaten Tulungagung, Untuk mengetahui dampak dari manajemen strategi wirausaha dalam meningkatkan produktivitas

kerja pada usaha kerupuk rambak di Desa Sembung Kabupaten Tulungagung dan Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan wirausaha dalam meningkatkan produktivitas kerja pada usaha kerupuk rambak di Desa Sembung Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini sama dengan penulis menggunakan metode kualitatif dan ingin mengetahui manajemen strategi dalam usaha konveksi *greeneyes apparel industries* banjarmasin. Perbedaannya adalah penulis lebih terfokus terhadap manajemen strategi pengelolaan meningkatkan mutu merek usaha diindustri konveksi *greeneyes* dalam menghadapi persaingan usaha sejenis yang semakin pesat dan penelitian ini lebih memfokuskan ke sumber daya manusia agar terjaganya produktivitas yang lebih efektif, dan perbedaan lainnya adalah dari segi produksi yang dilakukan sangat berbeda yaitu peneliti produktivitas kerja pada usaha kerupuk rambak adalah meneliti dibidang makanan sedangkan yang dilakukan peneliti adalah usaha konveksi yang memproduksi seragam atau kemeja yang sudah jadi.

3. Noor Hayati ( 2020 ) Skripsi yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Kain Sasirangan Pada UKM Nida Sasirangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis Di Kota Banjarmasin”** UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Kain Sasirangan pada UKM Nida Sasirangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis Di Kota Banjarmasin dan Untuk mengetahui apa saja Kendala-kendala yang dihadapi UKM Nida Sasirangan Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Sejenis. Persamaan antara penelitian oleh peneliti dengan penulis adalah sama-sama ingin mengetahui

bagaimana strategi untuk meningkatkan atau mengembangkan suatu usaha diindustri tertentu. Perbedaannya adalah peneliti melakukan penelitian pada Usaha Kain Sasirangan di UKM Nida Sasirangan di kota Banjarmasin sedangkan penulis melakukan penelitian di UMKM Konveksi *Greeneyes Apparel Industries* Banjarmasin dan juga berbeda untuk hasil produksinya dan sistem produksi serta keahlian dalam bidang produksi.

### **G. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penulisan skripsi ini, maka disini perlu digunakan sistematika yang dibagi menjadi 5 BAB, masing-masing BAB terdiri dalam beberapa sub bab yang sistematika tersebut sebagai berikut :

1. BAB I Merupakan pendahuluan yang memaparkan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penyusunan skripsi.
2. BAB II ini berisikan beberapa teori tentang manajemen strategi, teknik manajemen strategi, metode manajemen strategi, teori tentang pengertian mutu, dan ada pengertian peningkatan.
3. BAB III bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini, lokasi penelitian ini dilakukan, subjek dan objek yang ada pada penelitian, data dan sumber data yang didapatkan, metode pengumpulan data pada penelitian ini, serta teknik analisis data semua dijelaskan secara rinci pada bab ini.

4. BAB IV bab ini membahas tentang penyajian data pada penelitian manajemen strategi meningkatkan mutu usaha ini, analisis data dan hasil dari penelitian manajemen strategi meningkatkan mutu usaha.
5. BAB V merupakan penutup dalam bagian ini disajikan kesimpulan penelitian dan saran bagi peneliti pada topik yang sama dimasa yang akan datang.