

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis adalah suatu usaha yang dilakukan perorangan maupun kelompok untuk memperoleh keuntungan finansial. Dalam kehidupan sehari-hari, sering kita menjumpai berbagai bisnis yang terdapat disekitar kita dari bisnis yang kecil sampai dengan yang besar ruang lingkupnya. Menurut pandangan Straub dan Attner (1994), bisnis adalah suatu usaha yang dijalankan oleh seorang individu maupun kelompok yang di dalamnya memuat kegiatan produksi serta penjualan barang-barang maupun jasa-jasa yang dibutuhkan oleh konsumen guna memperoleh sebuah keuntungan atau profit (Widjajakusuma & Yusanto, 2002, hlm. 15).

Dalam agama Islam ada pedoman yang harus diperhatikan jika ingin berbisnis, pedoman tersebut adalah Al-Qur'an dan Sunnah Nabi Muhammad SAW. Dalam Al-Qur'an, ada banyak ayat yang berkaitan dengan bisnis, salah satunya adalah surah Al-Jumu'ah ayat 10 :

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

Artinya:

“Apabila telah ditunaikan shalat. Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak agar kamu beruntung”.

Pada ayat di atas, telah dijelaskan bahwasanya setelah kita selesai .menunaikan perintah shalat, maka kita diperintahkan untuk mencari bekal yang

akan kita gunakan dalam kehidupan di dunia serta sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah SWT. Namun perlu di ingat bahwasanya, yang dimaksud di sini yaitu bukan semata-mata mencari materi atau kekayaan sebagai tujuan utamanya, namun sangat perlu sekali adanya keseimbangan antara mencari materi untuk kehidupan di dunia dan juga mencari materi untuk dipergunakan dalam beribadah kepada Allah SWT. Dalam ayat di atas jelas sudah bahwasanya kita sebagai manusia diperintahkan untuk bekerja atau pun juga berbisnis. (Abdurrahman & Herdiana, 2013, hlm. 322).

Dalam dunia bisnis, Pembisnis juga harus mengembangkan usahanya. Para pelaku ekonomi mencurahkan seluruh usaha dan tenaganya untuk bisa meningkatkan kinerjanya dengan cara menambah dan memperbesar kualitas dan kuantitas produksinya.

Upaya yang dapat dilakukan salah satunya adalah dengan melakukan analisis SWOT, analisis ini dapat dijadikan sebagai landasan pelaku usaha agar dapat mencapai target usahanya. Jika alat analisis ini digunakan dengan tepat, maka hal tersebut dapat berbanding lurus dengan keakuratan perumusan strategi dalam usaha untuk mencapai tujuannya, yang kemudian dapat meminimalisir resiko dalam menghadapi ancaman, serta memanfaatkan dan mengejar peluang yang ada. Kegunaan analisis SWOT ini cukup sederhana namun ternyata dapat membantu penyusunan strategi baik organisasi maupun perusahaan. Secara umum, analisis

SWOT memiliki kegunaan sebagai berikut :

1. Digunakan untuk menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi,
2. Digunakan untuk menganalisis kondisi internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga,
3. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana diri kita di dalam lingkungan kita,
4. Digunakan untuk mengetahui posisi sebuah perusahaan/organisasi diantara perusahaan/organisasi yang lain serta,
5. Digunakan untuk mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dihadapkan dengan para pesaingnya.

Salah satu kegiatan bisnis yang akan diteliti penulis yaitu adalah bisnis Roti Alexa atau biasa dikenal dengan Alexa Bakery. Alexa Bakery merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi roti dengan berbagai macam varian rasa dan juga dengan berbagai bentuk, mulai dari roti yang siap dikonsumsi sampai dengan kue ulang tahun pun ada disana. Perusahaan roti Alexa Bakery adalah perusahaan roti asli dari Banjarmasin, tempat memproduksi roti Alexa Bakery yaitu di Jl. Rawa Sari Komp. Tirta Sari Blok C No.9B Kel. Teluk Dalam Banjarmasin. Alexa Bakery yang awalnya hanya perusahaan roti yang kecil, kini sudah sangat berkembang bisnisnya sehingga pada sekarang Alexa Bakery memiliki 4 outlet penjualan yang terletak di berbagai tempat, yaitu : Alexa Bakery Handil Bakti, Alexa Bakery Pal 6 (Pramuka), Alexa Bakery Benua Anyar (Pangeran Hidayatullah), Alexa Bakery Kapuas. Alexa Bakery juga memiliki strategi pemasaran yang bisa dibilang maju atau mengikuti zaman, perusahaan roti yang satu ini menggunakan teknik pemasaran *Endorse* atau sering kita ketahui produk usaha kita dipasarkan oleh para Artis maupun orang-

orang yang terkenal di sosial media. Begitu pula dengan dengan sistem pemasaran yang terletak pada harga, produk Alexa Bakery ini mulai dari Tahun 2008 hingga sekarang sudah memiliki banyak pelanggan tetap, karna harga produk yang dimulai dari Rp. 5000 ini benar-benar menarik pelanggan. Tidak kalah dengan produk itu sendiri walaupun harga yang terbilang relatif murah namun produk masih bisa bersaing dikalangan roti-roti yang ternama terlebih dahulu. Ini yang sangat menarik dari perusahaan produk Roti Alexa Bakery.

Berdasarkan beberapa hal di atas, maka penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian dengan judul “**Analisis SWOT Pengembangan Bisnis Alexa Bakery Banjarmasin**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di hadapi oleh Alexa Bakery Banjarmasin?
2. Apakah langkah strategi pengembangan bisnis yang harus di lakukan oleh Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan Analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah sebagaimana tersebut di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini penulis rumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di hadapi oleh Alexa Bakery Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui apakah langkah strategi pengembangan bisnis yang harus di lakukan oleh Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan Analisis SWOT.

D. Signifikansi Penelitian

Dari Penelitian yang di lakukan ini diharapkan dapat berguna sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini berguna dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya tentang cara berbisnis dan mengembangkan bisnis.
2. Sebagai bahan referensi bagi yang ingin melakukan penelitian lebih mendalam tentang masalah yang sama dari sudut pandang yang berbeda.
3. Kontribusi pengetahuan dalam memperkaya khazanah & kepustakaan UIN Antasari Banjarmasin pada umumnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada khususnya, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan dengan penelitian ini.
4. Bagi Perusahaan, diharapkan hasil penelitian ini dapat mengembangkan usaha dan memperluas pemasaran perusahaan.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman dalam penelitian yang akan peneliti lakukan, maka pada bagian ini penulis berusaha membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau usaha bisnis (Fred, 2011, hlm. 193). Analisis SWOT yang dimaksud dalam penelitian ini ialah analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dalam pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Alexa Bakery Banjarmasin.
2. Pengembangan suatu usaha atau bisnis adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Melaksanakan suatu pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain lain (Anoraga, 2007, hlm. 66). Adapun pengembangan bisnis yang dimaksud pada penelitian ini ialah pengembangan bisnis yang dilakukan Alexa Bakery Banjarmasin dalam mengembangkan usahanya sehingga menjadi lebih besar dari yang sebelumnya.
3. Alexa Bakery Banjarmasin adalah sebuah perusahaan roti asli dari kota Banjarmasin. Alexa Bakery menjual roti dengan berbagai rasa dan varian

bentuk. Saat ini, Alexa Bakery sudah memiliki 6 outlet penjualan di Kalimantan Selatan yang tersebar di wilayah kota Banjarmasin, yaitu Alexa Bakery Rawasari Banjarmasin Tengah, Alexa Bakery Jl. Pramuka Banjarmasin Timur, Alexa Bakery Jl. Pangeran Hidayatullah Banjarmasin Utara, Alexa Bakery Jl. Lingkar Dalam Selatan Banjarmasin Barat, Alexa Bakery Jl. Banjar Raya Banjarmasin Barat dan Alexa Bakery Handil Bakti. Serta 1 outlet penjualan di Kalimantan Tengah, yaitu Alexa Bakery Handil Bakti, Alexa Bakery Pal 6 (Pramuka), Alexa Bakery Jl. Trans Kalimantan Kapuas.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka atau penelitian sebelumnya diperlukan untuk menghindari melakukan penelitian yang sama seperti yang sedang diteliti. Oleh karena itu, penulis melakukan review terhadap penelitian sebelumnya mengenai masalah analisis SWOT dalam pengembangan bisnis. Ada beberapa penelitian yang penulis temukan yang berkaitan dengan penelitian yang penulis teliti.

Mely Permatasari, NIM 160203161, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Mataram Mataram, yang berjudul “Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha Roti pada Roti Barokah di Desa Paokmotong Kecamatan Masbagik Lombok Timur”. Dalam skripsi ini menghasilkan temuan bahwasanya Kekuatan (Strenght) yang dimiliki pengusaha Roti Barokah di Desa Paokmotong adalah dari segi Pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sertifikat Label Halal yang dimiliki usaha Roti Barokah.

Sedangkan kelemahan (weaknesses) usaha Roti Barokah yaitu pengusaha masih memiliki persoalan tentang keterbatasan modal, pengelolaan keuangan yang belum stabil, karena akibat pengusaha yang belum paham cara pencatatan keuangan akurat. Untuk lokasi usaha, belum bisa dikatakan strategis. Pencantuman tanggal kadaluarsa belum ada karena bentuk kemasan masih sederhana. Peluang (Opportunities) yang ditemukan dalam roti barokah yaitu cara pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumen, Hubungan yang baik dengan Pemasok. Untuk Ancaman (Threats) yang dimiliki roti barokah adalah para pesaing yang sejenis dan Produk Substitusi (Makanan Pengganti). Selain itu, dari penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwasanya penyebab utama masalah usaha roti barokah di Desa Paokmotong tidak berkembang antara lain: Pengusaha masih mengeluhkan tentang keterbatasan modal usaha, pengusaha juga belum mampu melakukan pengelolaan keuangan yang baik serta tidak berpedoman menggunakan pembukuan akurat, dan kurangnya kreativitas dan inovasi pengusaha.

Melihat penelitian yang telah dilakukan di atas, maka penelitian yang akan penulis lakukan berbeda, dimana dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan bisnis dan juga akan membahas mengenai langkah pengembangan bisnis yang harus dilakukan oleh Alexa Bakery Banjarmasin berdasarkan Analisis SWOT, berbeda dengan penelitian di atas yang membahas mengenai Analisis SWOT dalam pengembangan usaha roti pada Roti Barokah di Desa Paokmotong dan juga penyebab usaha Roti Barokah di Desa Paokmotong tidak dapat berkembang.

1. Utari Pradita Sari, NIM EES 150895, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, yang berjudul “Analisis SWOT terhadap Strategi Pemasaran Usaha Tepung Pisang Desa Ture”. Dalam skripsi ini menghasilkan temuan bahwasanya strategi pemasaran usaha tepung pisang desa ture apabila dilihat menggunakan analisis SWOT mempunyai cukup kekuatan dan peluang yang baik meskipun harus tetap waspada terhadap ancaman dan kelemahan yang ada dan analisis SWOT dalam prespektif islam dalam hal modal tidak menggunakan peminjaman yang menggunakan bunga, telah memiliki sertifikasi halal. Strategi pemasaran yang dilakukan usaha tepung pisang ini pun telah efektif dan efisien dalam menerapkan startegi pemasarannya dan menampilkan keunggulan dan kualitas bahan baku utama, memaksimalkan kekuatan pasar yaitu dengan memasukan produk ke toko maupun swalayan besar serta menjual diacara bazar ataupun pameran, promosi yang dilakukan oleh Usaha Tepung Pisang Desa Ture adalah promosi masih seadanya seperti brosur, atau menawarkan secara langsung kepada konsumen-konsumen baru, dan hanya mencantumkan nomer telpon pada label tepung pisang

Melihat penelitian yang telah dilakukan di atas, maka penelitian yang akan penulis lakukan berbeda, dimana dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan bisnis, berbeda dengan penelitian di atas yang membahas mengenai analisis SWOT terhadap strategi pemasaran Usaha Tepung Pisang Desa Ture, meskipun ada terdapat

sedikit persamaan yaitu menganalisisnya dilakukan dengan analisis SWOT namun keduanya jelas berbeda cakupan bahasannya.

2. Alyah Afrianti, NIM 105720428213 , mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar, yang berjudul "Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada PT.TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar" Dalam skripsi ini menghasilkan temuan bahwasanya saat ini PT. TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar Strategi bersaing yang diterapkan oleh PT. TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar tidak hanya menyediakan produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau tetapi juga mempertimbangkan maksimalnya pelayanan pengiriman barang, memanfaatkan dengan maksimal penjualan produk lewat media sosial, dan mempertahankan citra perusahaan di mata masyarakat sehingga meningkatkan loyalitas pelanggan dan nilai tertimbang Matrix Internal Factor Evaluasion (IFE Matrix) adalah 2,85 yang mengindikasikan bahwa posisi PT. TriMega Syariah memiliki posisi internal yang sangat kuat. Sedangkan nilai tertimbang Matrix Eksternal Factor Evaluasion (EFE Matrix) adalah 3,02 yang mengidikasikan bahwa PT. TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar dalam menghadapi dinamika lingkungan eksternal posisi perusahaan relatife kuat.

Melihat penelitian yang telah dilakukan di atas, maka penelitian yang akan penulis lakukan jelas berbeda, dimana dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan bisnis, berbeda dengan penelitian di atas yang membahas mengenai Analisis SWOT dalam

Meningkatkan Daya Saing pada PT.TriMega Syariah Kantor Cabang Makassar, jelas bahwasanya berbeda sekali penelitian yang akan dilakukan peneliti nantinya meskipun terdapat persamaan yaitu menganalisisnya dilakukan dengan analisis SWOT.

3. P.M.Malonda., S.Moniharapon., S.J.R.Loindong, Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado, dalam jurnal mereka yang berjudul, “Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja”, dalam Jurnal ini menghasilkan temuan bahwasanya Hasil penelitian dengan analisis SWOT menunjukkan bahwa dari hasil analisis melalui tahap matriks EFE, IFE, SWOT Kualitatif dan SWOT Kuantitatif didapatkan bahwa jenis-jenis strategi yang sesuai untuk Bakso Baper Jogja adalah Strategi pengembangan produk, Strategi pengembangan pasar, Strategi integrasi mundur, Strategi penetrasi pasar, Strategi integrasi ke depan, Strategi diversifikasi konsentris. Saran yang dapat diberikan adalah perusahaan harus mempertahankan kualitas rasa, pelayanan dan kestabilan harga agar tetap dapat memuaskan konsumen serta meningkatkan kegiatan promosi.

Melihat penelitian yang telah dilakukan di atas, maka penelitian yang akan penulis lakukan berbeda, dimana dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan bisnis, berbeda dengan penelitian di atas yang mana ruanglingkup bahasannya mengenai Analisis SWOT dalam Menentukan sebuah Strategi Pemasaran pada suatu usaha.

4. Cahyuni Novia, Saiful dan Deny Utomo, Mahasiswa dan Mahasiswi dari 2 kampus yang berbeda yaitu Cahyuni Novia dan Saiful dari Fakultas Teknik, Universitas Nurul Jadid Probolinggo, Deny Utama dari Fakultas Pertanian, Universitas Yudharta Pasuruan, dalam Jurnal yang mereka tulis yang berjudul “ Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang “, dalam jurnal ini menghasilkan temuan bahwasanya upaya untuk meningkatkan daya saing UKM keripik nangka di Kabupaten Malang bisa dilakukan dengan beberapa prioritas strategi berikut ini: strategi terbaik untuk menggunakan kekuatan dalam memanfaatkan peluang yang ada adalah; 1) peningkatan kualitas keripik nangka sesuai SNI, karena produk sudah mempunyai kelebihan tidak menggunakan bahan pengawet, 2) memperluas lokasi pemasaran keripik nangka dengan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk promosi produk agar penjualan meningkat , 3) meningkatkan keterampilan karyawan dengan melakukan pelatihan yang didampingi oleh lembaga terkait (pemerintah dan lembaga pendidikan), 4) meningkatkan jumlah produksi keripik nangka dengan menentukan harga jual yang sesuai dengan kualitas yang dihasilkan dengan melakukan inovasi di setiap proses produksi.

Melihat penelitian yang telah dilakukan di atas, maka penelitian yang akan penulis lakukan berbeda, dimana dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan bisnis, berbeda dengan penelitian di atas yang mana ruanglingkup bahasannya mengenai Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka, walaupun

terdapat persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu menganalisisnya menggunakan analisis SWOT.

5. Nurita Ayu Kumalasari, Mahasiswi Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra Surabaya, dalam jurnalnya yang berjudul “ Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis SWOT pada Bisnis Delicy “, dalam jurnal ini menghasilkan temuan bahwasanya Delicy berada pada kuadran II yang menggunakan strategi diversifikasi. Strategi ini menjelaskan bahwa perusahaan memiliki peluang besar untuk pengembangan bisnisnya, tetapi masih banyak ancaman, sehingga perlu meminimalkan ancaman yang dihadapi perusahaan. Dengan mengetahui pada posisi kuadran II dapat dirancang strategi promosi yang terdiri dari delapan tipe bauran promosi (periklanan, promosi penjualan, peristiwa dan pengalaman, pemasaran hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran mulut ke mulut, penjualan perorangan). Kesimpulan dari penelitian ini adalah dengan adanya pemakaian analisis SWOT dapat ditentukan strategi yang tepat untuk pengembangan perusahaan ke depannya. Penerapan strategi untuk rencana ke depannya yaitu dengan pengembangan inovasi produk dan meningkatkan promosi yang semula hanya melalui twitter, reseller dan pameran saja, melainkan mulai memakai media online lain dan mengadakan photo contest atau giveaway, serta voucher discount untuk menarik minat konsumen terhadap produk Delicy, selain itu Delicy dapat juga mengembangkan strategi yang telah ditetapkan salah satunya inovasi produk yang berfokus pada nilai kesehatan sebagai solusi pilihan sehat masyarakat.

Melihat penelitian yang telah dilakukan di atas, maka penelitian yang akan penulis lakukan berbeda, dimana dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai analisis SWOT terhadap pengembangan bisnis, berbeda dengan penelitian di atas yang mana ruanglingkup bahasannya Perencanaan Strategi Promosi Melalui Analisis SWOT, walaupun terdapat persamaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu menganalisisnya menggunakan analisis SWOT namun kedua penelitian ini berbeda.

G. Sistematika Penulisan

Agar mempermudah memahami bahasan ini, maka penulis membuat sistematika penulisan ini sebagai berikut.

BAB I memberikan latar belakang masalah, definisi masalah, tujuan penelitian, implikasi penelitian, definisi operasional, penelitian literatur, dan sistematika penulisan. Kata pengantar ini ditulis untuk memberikan gambaran dasar tentang topik utama yang dibahas dalam makalah penelitian ini. Hal ini juga dimaksudkan untuk membimbing peneliti ke bab berikutnya.

BAB II merupakan landasan teoritis yang menjadi acuan untuk menganalisis data yang diperoleh, berisikan tentang Metode analisis SWOT, Pengembangan bisnis, dan Manajemen strategi bisnis Islam.

BAB III merupakan metode penelitian yang terdiri dari; jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV merupakan penyajian dan analisis data. Penyajian data meliputi identitas informan dan gambaran umum perusahaan, serta data kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan. Analisis data memiliki gambaran analisis faktor, termasuk ringkasan internal analisis faktor. Analisis faktor merangkum langkah-langkah yang harus diambil perusahaan berdasarkan analisis faktor eksternal dan analisis SWOT.

BAB V Ini penutup. Dalam bab ini, penulis menyimpulkan tentang isu-isu yang dibahas dalam pembahasan sebelumnya dan memberikan beberapa saran yang menurutnya perlu untuk keuntungan perusahaan.