

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin kompleks, kompetitif, fluktuatif, dan penuh ketidakpastian. Lingkungan ini menciptakan persaingan yang ketat antar perusahaan, baik karena meningkatnya jumlah pesaing, pertumbuhan populasi dan perkembangan teknologi yang pesat. (Devi Agustin, 2019). Dunia bisnis adalah dunia yang sangat kompetitif, dan semakin hari semakin sengit. Agar unggul dalam persaingan, setiap bisnis harus bisa menunjukkan keunggulan bisnis masing-masing melalui upaya kreatif dan inovatif mereka sendiri untuk beroperasi secara efisien dan efektif sehingga produk barang maupun jasa yang ditawarkan dapat menjadi pilihan banyak konsumen. persaingan yang kian pesat membuat pemimpin perusahaan dituntut untuk lebih cerdas dan tepat dalam menentukan strategi agar mampu memenangkan persaingan, hingga membuat perusahaan pada akhirnya berjalan dengan apa yang diinginkan. (Hamel & Prahalad, 2011).

Munculnya persaingan di dunia bisnis tidak bisa dihindari, banyaknya bisnis-bisnis baru yang bermunculan menyebabkan persaingan antar pelaku bisnis. Supaya mampu bertahan di dunia bisnis, setiap perusahaan dituntut memiliki strategi yang tepat. Salah satunya adalah persaingan di industri retail. Dalam semua varian jenisnya persaingan industri dibidang ritel sangat berkembang pesat di Indonesia. Retail merupakan bisnis yang menjual produk-produk dengan layanan mandiri, atau konsumen mengambil sendiri produknya tanpa ada yang melayani. Bisnis retail menyediakan produk-produk untuk kebutuhan rumah tangga, juga

termasuk kebutuhan sehari-hari. Minimarket merupakan salah satu yang termasuk dalam kelompok retail, dan keadaan ini menjadi tantangan untuk minimarket-minimarket yang sudah berdiri maupun yang baru berdiri. Minimarket tersebut harus berusaha tetap aktif dengan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, sehingga dapat mengindari cepatnya konsumen berpindah ke Hypermart, Alfamart, Indomaret dan bisnis retail lainnya.

Sektor ritel merupakan penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar kedua setelah manufaktur. Dari segi penyerapan tenaga kerja, sektor retail menempati urutan kedua setelah pertanian yaitu 23,4 juta orang. Menurut data AC Nielsen Tahun 2008, ritel modern mencatat pertumbuhan tiap tahunnya sekitar 10 % hingga 30 %. Hal ini ditunjukkan dengan ekspansi ritel modern sangat agresif hingga masuk ke wilayah pinggiran kota dan pemukiman rakyat (Dimiyati, 2018).

Karena jumlah usaha minimarket yang kian meningkat, oleh karena itu muncul peningkatan dalam persaingan, yang berakibat menjadi tantangan dan ancaman bagi para pengusaha minimarket. Tantangannya adalah bagaimana agar mendapatkan serta mempertahankan pelanggan yang setia dan ancamannya adalah bagaimana jika konsumen lebih suka minimarket yang lain. Loyalitas pelanggan sangat penting bagi para pengusaha untuk mempertahankan bisnisnya. Hal ini membuat para pengusaha minimarket bersaing dalam menyediakan produk dengan kualitas dan pelayanan terbaik serta berbagai tindakan yang harus dilakukan agar mampu bersaing dengan pebisnis lainnya.

Salah satunya di Kuala Kapuas, usaha ritel modern seperti Alfamart dan Indomaret sudah banyak ditemukan di setiap jalan yang berbeda. Dalam kurun

waktu beberapa tahun belakang, usaha ritel seperti minimarket-minimarket modern mulai memasuki kota Kapuas perlahan-lahan, semakin bertambah tahun maka semakin bertambah pula usaha Alfamart dan Indomaret yang tumbuh di Kuala Kapuas. Ditengah maraknya pertumbuhan minimarket seperti Alfamart dan Indomaret di kota Kapuas membuat para pemilik usaha berpikir ekstra untuk mempertahankan usahanya. Begitu pula dengan Minimarket Perdana, pemilik usaha Minimarket Perdana harus memilih strategi-strategi yang baik dan tepat dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing, sehingga dapat terus bertahan ditengah padatnya persaingan di dunia bisnis. Selain harus memiliki strategi yang baik dan tepat, pemilik Minimarket Perdana juga harus bisa memiliki strategi yang kreatif, inovatif dan selalu memberikan yang terbaik dari dalam segi produk maupun pelayanan agar tampil beda atau mempunyai ciri khas tersendiri yang mampu membuat usahanya bertahan lama ditengah ketatnya persaingan.

Jika mengacu pada pemahaman umat Islam, persaingan ialah berlomba menjadi yang terbaik, terbaik dalam segi produk, terbaik dalam segi kualitas, terbaik dalam segi harga (tanpa menurunkan harga atau merugikan konsumen) dan terbaik dalam segi pelayanan. Berikut ini ayat Q.S An-Naba' ayat 10-11:

وَجَعَلْنَا اللَّيْلَ لِبَاسًا ۚ ۱۰ وَجَعَلْنَا النَّهَارَ مَعَاشًا ۚ ۱۱

Dan kami jadikan malam sebagai pakaian dan kami jadikan siang untuk mencari penghidupan.

Al-Qur'an surat An-Naba ayat 10-11 menjelaskan tentang bekerja. Sebagaimana Allah memerintahkan umat-Nya untuk berusaha mencapai kebaikan, demikian pula Islam memerintahkan seluruh umat Islam untuk bekerja keras. Pada

dasarnya persaingan tidak lagi diartikan sebagai upaya untuk membunuh pesaing lain, tetapi sebagai tujuan untuk meningkatkan profitabilitas usaha.

Berdasarkan yang telah dijelaskan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap bagaimana, serta apa saja strategi yang dilakukan pemilik Minimarket Perdana untuk membuat usahanya tetap bertahan ditengah marak dan ketatnya persaingan minimarket yang ada di Kuala Kapuas. Dan hasil dari penelitian tersebut dituangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang diberi judul “Strategi Pemilik Usaha Minimarket Perdana Kapuas dalam Meningkatkan Daya Saing”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bisnis pemilik Minimarket Perdana dalam meningkatkan daya saing?
2. Bagaimana strategi peningkatan daya saing pemilik minimarket perdana berdasarkan analisis SWOT?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang bisnis pemilik minimarket perdana dalam meningkatkan daya saing.

2. Menganalisis strategi peningkatan daya saing pemilik minimarket perdana. berdasarkan analisis SWOT.

D. Kegunaan Penelitian

Manfaat atau kegunaan penelitian ini dengan secara ringkas adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemilik usaha, melalui hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing yang dilakukan dalam persaingan usaha bagi pemilik Minimarket Perdana.
2. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk peningkatan pengetahuan dan sebagai lampiran untuk penelitian selanjutnya secara mendalam pada pembahasan yang sama.
3. Bagi peneliti, dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan untuk menambah wawasan dan pengetahuan secara langsung terhadap strategi dalam meningkatkan daya saing bagi pengusaha minimarket dengan melalui berbagai sudut pandang.

E. Definisi Operasional

Strategi di sini dimaksudkan sebagai suatu rencana untuk mengalahkan lawan maupun mencapai tujuan lain dari perusahaan. Strategi biasanya mengacu sebagai rencana menyeluruh atau jangka panjang yang terdiri dari serangkaian tindakan yang ditargetkan untuk mencapai tujuan keseluruhan. Strategi bisnis menentukan tujuan jangka panjang perusahaan dan metode untuk mencapainya (Du Boff & Chandler, 1990). Strategi bisnis yang tepat dapat meningkatkan daya saing suatu perusahaan secara signifikan (Dvorský dkk., 2019).

F. Penelitian Terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan referensi dalam membuat penelitian tidak terlepas dari topik penelitian ini, sebagai berikut:

1. Rahmawati & Sutantri, 2019. Judul: *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri*. Dalam penelitian ini metode yang digunakan peneliti ialah metode kualitatif. Peneliti menggunakan metode observasi wawancara serta dokumentasi untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Dan pada bagian akhir mengadakan keabsahan data dengan menggunakan perpanjangan keikutsertaan ketekunan pengamatan dan triangulasi. Dari hasil penelitian:
 - 1) Kondisi daya saing usaha grosir dan eceran toko surabaya ampel kota kediri memiliki potensi yang kuat untuk meningkatkan daya saing dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki dan berpengaruh pada daya saing yakni tidak memiliki masalah permodalan, produk bermutu, lokasi strategis, harga terjangkau, serta memberi pelayanan dengan ramah. 2) bahwa Usaha Grosir Dan Eceran Toko Surabaya Ampel berada pada kuadran 1, yakni mendukung strategi yang agresif. Strategi yang dapat ditempuh adalah mempertahankan pelayanan yang baik untuk pelanggan dan meningkatkan kualitas produk yang sudah ada serta menambah jumlah jenis produk dengan memanfaatkan potensi yang dimiliki.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang penulis angkat adalah sama-sama membahas tentang strategi dalam meningkatkan

daya saing usaha, dan sama-sama menggunakan analisis SWOT sebagai metode penelitian. Dan perbedaannya adalah objek penelitian terdahulu di atas membahas tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha grosir dan eceran toko surabaya ampel, sedangkan objek penelitian yang penulis bahas ialah tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha minimarket.

2. (Rasyid & Mardhotillah, 2021). Judul: *Srategi Meningkatkan Daya Saing Usaha PT.X Melalui Rencana Pembangunan Unit Stone Crusher Baru di Wilayah Kabupaten Purworejo Jawa Tengah*. Metode penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian kualitatif. Kelancaran pasokan batu pecah akan sangat mempengaruhi bahkan menentukan kecepatan dan ketepatan penyelesaian suatu proyek. Harus terjamin ketersediaan batu besar atau blodon sebagai bahan baku pembuatan batu pecah, oleh karena itu sangat penting untuk memiliki lahan atau tambang yang berisi blodon untuk menjaga kelangsungan pasokan bahan baku usaha stone crusher. Kabupaten Purworejo memiliki potensi dalam hal penambangan pasir dan batu. Kurang lebih 60% dari luas wilayah Kabupaten Purworejo yang datarannya terdiri dari bebatuan. Batu andesit adalah jenis bahan baku yang dimiliki, dengan kandungan batuan tambang yang bisa dimanfaatkan untuk penambangan dengan kurun waktu lebih dari 20 tahun. Maka bagi PT. X sangat penting untuk melakukan analisis strategi terlebih dahulu sebelum melakukan pembangunan unit stone crusher baru dengan potensi tersebut. Diperlukan strategi pengembangan bisnis yang tepat. Berdasarkan alternatif matriks SWOT diperoleh 8 strategi pengembangan perusahaan dan dipilih prioritas

strategi dengan TOPSIS didapatkan peluang pasar sangat terbuka lebar dan segera memperluas jaringan pemasaran dengan nilai maksimal 1.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang penulis angkat adalah sama-sama membahas tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha, dan sama-sama menggunakan analisis SWOT sebagai metode penelitian. Dan perbedaannya adalah objek penelitian terdahulu di atas membahas tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha PT.X melalui rencana pembangunan unit stone crusher baru, sedangkan objek penelitian yang penulis bahas ialah tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha minimarket.

3. (Kurdi & Firmansyah, 2020). Judul: *Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Kabupaten Sumenep Melalui E-COMMERCE*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT, yang dilakukan untuk memberikan pemaparan secara detail tentang suatu gejala atau fenomena yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana peningkatakan daya saing UMKM melalui *e-commerce*. Setelah melakukan analisis SWOT, hasil yang didapat menunjukkan bahwa posisi pelaku UMKM Kabupaten Sumenep berada pada kuadran III yaitu *Defensive Strategy*, dimana pelaku usaha harus bisa memanfaatkan kekuatan untuk meminimalisir ancaman. Maka strategi yang dapat diterapkan untuk peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep adalah membangun kedekatan yang baik dengan konsumen guna menghindari penipuan dan kecurangan serta meningkatkan inovasi produk guna menghindari palgiator dengan memperhatikan efisiensi biaya dalam meningkatkan penghasilan.

Persamaan penelitian terdahulu di atas dengan penelitian yang penulis angkat adalah sama-sama membahas tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha, dan sama-sama menggunakan analisis SWOT. Dan untuk perbedaannya adalah objek penelitian terdahulu di atas membahas tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha UMKM, sedangkan objek penelitian yang penulis bahas adalah tentang strategi dalam meningkatkan daya saing usaha minimarket.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian singkat tentang isi bab demi bab yang akan ditulis dalam penelitian ini.

BAB I, didalamnya membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

BAB II landasan teori, pada bab ini berisi teori yang berkaitan tentang pengertian ritel dan minimarket, strategi, strategi bisnis, dan daya saing sehingga membentuk suatu format pemikiran yang utuh, logis, kritis dan sistematis.

BAB III metode penelitian, bab ini berisikan objek penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian, dan analisis yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV penyajian data dan laporan penelitian, bab ini memaparkan hasil penelitian serta analisisnya berkaitan langsung dengan rumusan masalah dari penelitian ini.

BAB V penutup, bab ini berisikan kesimpulan serta saran atas dasar penelitian. Pada akhir penulisan skripsi ini dilengkapi dengan daftar pustaka sebagai bahan rujukan.