

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis dewasa ini telah berkembang dengan sangat cepat dan semakin kompleks sehingga diperlukan sebuah sistem pengelolaan yang baik. Pengelolaan yang baik dapat menjamin keberlangsungan sebuah bisnis. Pengelolaan yang baik ini lebih dikenal dengan istilah Manajemen Strategis. Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang membuat sebuah organisasi mampu mencapai tujuannya (David, 2009).

Manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional. Tujuan manajemen strategis adalah untuk mengeksplorasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda untuk perencanaan jangka panjang dan untuk mengoptimalkan tren-tren dewasa ini.

Istilah Manajemen Strategis juga dikenal dengan istilah Perencanaan Strategis. Istilah Perencanaan Strategis pertama kali muncul pada 1950-an dan menjadi sangat populer antara pertengahan 1960-an dan pertengahan 1970-an. Selama masa ini, perencanaan strategis diyakini secara luas sebagai jawaban

atas semua persoalan. Perencanaan strategis dianggap sebagai salah satu tugas yang paling penting dari seorang manajer atau pemilik bisnis, karena semakin luas dan cepatnya pembangunan ekonomi dan sosial serta peningkatan daya saing, maka perencanaan strategis dianggap semakin penting guna menjamin kelangsungan hidup sebuah bisnis.

Melalui perencanaan strategis, sumber daya yang dimiliki akan terkonsentrasi pada sejumlah arah utama yang telah ditetapkan guna memaksimalkan manfaat bagi para pemangku kepentingan (Paris, 2003) meningkatkan komunikasi, memfasilitasi pengambilan keputusan yang efektif, memberikan pilihan yang lebih baik daripada pilihan taktis, dan mengarahkan pada kemungkinan yang lebih tinggi untuk mencapai tujuan dan sasaran pemilik atau pemangku kepentingan (Dix dan Mathews, 2002).

Melakukan perencanaan strategis juga merupakan sebuah langkah maju dalam pengelolaan bisnis pada lingkungan yang semakin dinamis dan persaingan yang semakin ketat. Dengan melakukan perencanaan strategis diharapkan bisnis yang dijalankan mampu beradaptasi dengan baik sesuai dengan tuntutan perubahan lingkungan dan unggul dalam persaingan. Melakukan perencanaan strategis juga merupakan bentuk komitmen manajer atau pemilik untuk selalu meningkatkan bisnis yang dijalankan.

Sebagai sebuah bisnis, ritel juga membutuhkan sebuah perencanaan strategis agar mampu bersaing. Disamping itu meningkatnya perkembangan teknologi dan mudahnya mendapatkan informasi membuat persaingan bisnis

ritel semakin ketat sehingga perencanaan strategis dipandang semakin penting untuk dilakukan demi menjamin kelangsungan hidup bisnis ritel tersebut. Dengan melakukan perencanaan strategis maka bisnis ritel tersebut dapat dikelola dengan baik.

Salah satu pelaku bisnis ritel yang ada di Kota Padang adalah Budiman Swalayan yang berdiri pada tahun 2014. Budiman merupakan pelaku bisnis ritel yang cukup besar di Kota Padang. Namun, sekarang telah banyak bisnis ritel yang bermunculan di Kota Padang, baik dalam skala besar maupun skala kecil sehingga membuat tingkat persaingan industri ritel di Kota Padang semakin tinggi. Akan tetapi, Budiman memiliki potensi untuk mampu bersaing dengan bisnis ritel lainnya, salah satunya adalah ukuran *outlet* (toko) yang cukup besar dan lokasi yang sangat strategis serta telah dikenal oleh banyak orang. Namun, hal itu belum dapat menjamin suksesnya sebuah bisnis. Dengan kondisi tersebut, maka Budiman dituntut harus memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dalam persaingan ritel di Kota Padang, dengan memiliki strategi yang tepat juga diharapkan agar Budiman dapat unggul dalam persaingan bisnis ritel.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melihat lebih dekat kondisi Budiman dan melakukan analisis guna dapat menghasilkan sebuah strategi yang nantinya dapat digunakan oleh Budiman itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Budiman Swalayan dengan judul penelitian **“ANALISIS PERENCANAAN STRATEGIS PADA PERUSAHAAN RITEL”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam skripsi ini adalah “Bagaimana perencanaan strategis Budiman Swalayan agar dapat unggul dalam persaingan bisnis ritel di Kota Padang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah dimaksudkan untuk merumuskan strategi yang tepat bagi Budiman Swalayan agar dapat unggul dalam persaingan bisnis ritel di Kota Padang

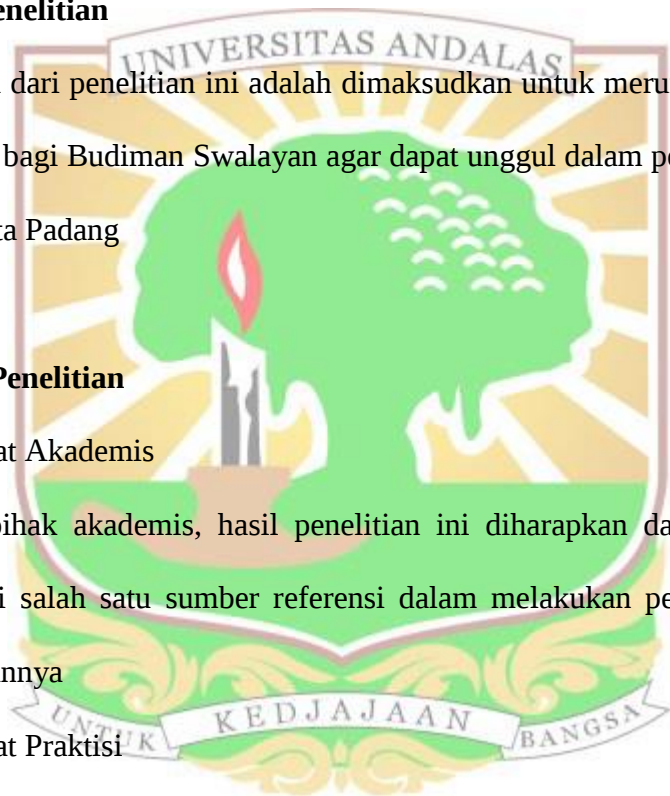
1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Bagi pihak akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai salah satu sumber referensi dalam melakukan penelitian sejenis kedepannya

2. Manfaat Praktisi

Bagi Budiman, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam menetapkan strategi yang tepat guna dapat unggul dalam persaingan bisnis ritel di Kota Padang



1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bagaimana kondisi eksternal maupun internal Budiman Swalayan serta membuat formulasi strategi berdasarkan data analisis eksternal dan internal tersebut guna menghasilkan strategi yang tepat bagi Budiman. Setelah menghasilkan strategi yang tepat bagi Budiman, selanjutnya adalah menentukan program kegiatan guna mewujudkan dan melaksanakan strategi tersebut.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini menguraikan bab demi bab. Secara garis besar, penulis menguraikannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi

BAB II TINJAUAN LITERATUR

Bab ini membahas mengenai tinjauan pustaka atas penelitian terdahulu sebagai rujukan komparatif serta sejumlah konsep yang terkait dengan permasalahan yang peneliti angkat, antara lain: konsep perencanaan strategis, konsep bisnis ritel, analisis bisnis, matriks QSPM, penelitian terdahulu, dan kerangka konseptual

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran mengenai metode penelitian yang digunakan untuk melakukan penelitian ini. Terdiri dari pendekatan penelitian, desain penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai profil dan gambaran umum objek yang diteliti, kondisi objektif Budiman dan perumusan strategi yang tepat bagi Budiman agar dapat unggul dalam persaingan bisnis ritel

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan yang peneliti tarik dari seluruh pembahasan dalam penulisan skripsi ini, keterbatasan penelitian yang peneliti temui selama melakukan penelitian, dan saran yang dapat peneliti tuangkan berdasarkan kesimpulan

