

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi adalah metode yang perlu diterapkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam konteks bisnis, strategi pengembangan usaha diterapkan untuk memperluas aktivitas bisnis atau untuk menambah jumlah usaha.¹ Setiap perusahaan memerlukan rencana pertumbuhan yang efektif. Manajemen strategi tidak hanya relevan bagi perusahaan besar, tetapi juga disarankan untuk perusahaan-perusahaan kecil. Ini melibatkan serangkaian langkah dan keputusan yang terstruktur untuk mencapai tujuan perusahaan.²

Ada beberapa tingkatan strategi yang bisa diidentifikasi. Pertama, strategi tingkat korporat yang menetapkan arah pertumbuhan dan pengelolaan berbagai unit bisnis dalam organisasi untuk mencapai keseimbangan produk dan layanan. Kedua, strategi unit bisnis yang berfokus pada peningkatan daya saing organisasi dalam industri atau segmen industri tertentu. Ketiga, strategi fungsional yang beroperasi pada tingkat lebih rinci, menciptakan kerangka kerja untuk manajemen fungsional

¹ Karyoto, "*proses pengembangan usaha*", hal 35

² M. Suyanto, "*Strategic Managemen Global Most Admired Companies*", (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hal.10

seperti produksi, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, serta penelitian dan inovasi.³

Menurut teori Michael E. Porter, strategi merupakan fondasi untuk meningkatkan keunggulan dalam persaingan yang kompetitif. Strategi ini mencakup strategi efisiensi biaya, strategi keunikan produk, dan strategi fokus. Ketiga pendekatan strategis tersebut adalah metode alternatif yang dapat digunakan untuk menanggapi tekanan-tekanan persaingan.⁴ Dalam merancang strategi bersaing yang efektif, ada dua faktor yang dipertimbangkan. Pertama, keunggulan kompetitif menurut Michael E. Porter hanya bisa didapat dari biaya rendah (*cost leadership*) atau diferensiasi produk dibandingkan pesaing. Kedua, cakupan pasar produk yang mengatur persaingan antar organisasi.⁵ Dari penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah proses terencana yang bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan. Keberhasilan atau kegagalan strategi ini dapat terlihat setelah implementasinya di organisasi.

Perkembangan bisnis merupakan salah satu langkah strategis yang perlu diwujudkan secara nyata. Dalam mengembangkan bisnis, keterampilan atau kemampuan sangat dibutuhkan agar bisnis tersebut dapat

³ Diah Tuhfat Yoshida, *"Arsitektur Strategi: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan dalam Dunia yang Senantiasa Berubah"*, Jakarta: PT Elex Komputindo Kelompok Gramedia, 2004, hal. 26.

⁴ Michael E Porter, *Keunggulan bersaing (CompetitiveStrategi)*, terj. Suryanto Sigit (Tangerang: Kharisma Publishing Group, 2007), hal. 70.

⁵ Nupurmasiyah, skripsi *:Penerapan Strategi generic Michael E Porter pada pengembangan produk furniture cv cipta graha probolinggo* , (Jember: UIN KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER, 2022),hal. 38-39

tumbuh. Kios ini memasarkan produk kepada konsumen atau pembeli. Namun, sering kali proses pemasaran hanya bergantung pada kebiasaan, sehingga penjual kerap kalah bersaing dengan penjual lain yang menawarkan produk serupa. Salah satu alasan utamanya adalah bahwa penjual yang sukses dan mampu menarik hati pembeli adalah mereka yang merencanakan proses penjualan dengan matang dan menerapkan dasar-dasar pemasaran yang baik.⁶ Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan bisnis adalah cara atau strategi yang digunakan oleh wadah atau tempat guna atau proses suatu perubahan berencana yang memerlukan dukungan semua pihak, antara lain pengelola dan karyawan dengan perubahan-perubahan itu diharapkan dapat di kembangkan dan meningkatkan suatu perusahaan, yang memerlukan usaha jangka pendek, menengah, dan panjang guna menghadapi perubahan yang akan terjadi pada masa mendatang.

Strategi pengembangan usaha adalah serangkaian langkah yang membimbing keputusan manajemen tertinggi dalam mengembangkan usaha untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi ini penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang organisasi, dengan fokus yang jelas pada masa depan. Strategi pengembangan bertujuan merumuskan dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perusahaan. Proses perumusan

⁶ Muhammad Afridal, " *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*", jurnal S.Pertanian Tahun 2017. Hal 223-224

strategi melibatkan pengembangan rencana jangka panjang untuk mengelola peluang dan ancaman lingkungan. Proses ini mencakup pengembangan visi dan misi organisasi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, penetapan tujuan jangka panjang, pengembangan beberapa strategi alternatif, serta pemilihan strategi yang optimal untuk implementasi.⁷

Strategi pengembangan usaha melibatkan dukungan penuh dari pimpinan teratas untuk meningkatkan efisiensi dan kesehatan organisasi dengan menerapkan berbagai teknik intervensi berdasarkan ilmu perilaku.⁸ Pengembangan strategis adalah proses untuk meningkatkan efisiensi organisasi dengan menggabungkan aspirasi individu terhadap pertumbuhan dan pencapaian tujuan organisasi, termasuk perencanaan perubahan menyeluruh dalam waktu yang ditentukan.⁹

Strategi pengembangan usaha adalah upaya yang direncanakan dan berkelanjutan untuk menerapkan prinsip-prinsip perilaku guna meningkatkan sistem melalui refleksi dan evaluasi diri.¹⁰ Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis adalah metode atau pendekatan yang digunakan oleh organisasi atau entitas untuk merencanakan perubahan yang diinginkan, dengan memerlukan dukungan dari semua pihak, termasuk manajer dan karyawan. Perubahan

⁷Muhammad Afridal "Strategi pengembangan Usaha Roti Tanjong di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen" tahun 2017. h 224

⁸ Indira Wijaya, "perilaku organisasi" (Bandung; Sinar Baru, 1989), 244

⁹ James L. Gibson, "Organisasi dan Manajemen, Perilaku Srtuktur dan proses" Terj. Djoerban Wahid (Jakarta: Erlangga, 1990), 658

¹⁰ Umar Nimran, "Perilaku Organisasi" (Surabaya: Citra Media, 1997), 109

ini diharapkan dapat meningkatkan dan mengembangkan perusahaan dengan menghadapi tantangan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang mungkin muncul di masa depan.¹¹

Kios Aco' adalah sebuah kios sembako yang terletak di Lembang Kolesawangan, Malimbong Balepe', yang telah beroperasi sejak tahun 2000. Kios ini menyediakan berbagai jenis sembako seperti minyak, gula pasir, dan pulsa, serta kebutuhan sehari-hari seperti sabun, shampo, dan pasta gigi. Biasanya, sebuah usaha memiliki koordinasi yang terencana antara semua bagian dalam menerapkan strategi operasional, tujuan, dan sasaran untuk dicapai.

Berdasarkan observasi sementara yang dilakukan oleh penulis bahwa usaha Kios Aco' ini memiliki potensi yang sangat besar karena memiliki lokasi yang sangat strategis, dimana usaha tersebut berada ditengah-tengah keramaian masyarakat yang terletak di pinggir jalan dan dekat dengan sekolah SD, dekat dengan gereja dan merupakan akses menuju objek wisata Saluliang, sehingga usaha Kios Aco' menarik untuk di teliti, namun usaha tersebut tidak dapat berkembang karena orang yang menjual pada Kios Aco' memberikan harga yang berbeda-beda kepada konsumen dan bahkan barang yang dijual sudah tidak layak dijual lagi (kedaluwarsa) maka dari itu dibutuhkan strategi-strategi untuk mengembangkan usaha tersebut.

¹¹ Giatno, "analisis penerapan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan batik di batik putra laweyan".[http://eprints.ums.ac.id/35642/\(22](http://eprints.ums.ac.id/35642/(22) agustus 2016).

Berdasarkan dari latar belakang, maka penulis tertarik mengadakan penelitian yang terkait dengan **“Strategi Pengembangan Usaha Kios Aco’ Berdasarkan Teori Michael E Porter di Lembang Kolesawangan Malimbong Balepe’ Kabupaten Tana Toraja”**

B. Fokus Masalah

Melalui latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus masalah dalam penulisan ini adalah strategi pengembangan usaha Kios Aco’ berdasarkan teori Michael E Porter dalam mengembangkan usaha sehingga menarik minat pelanggan di Lembang Kolesawangan Kecamatan Malimbong Balepe’ Kabupaten Tana Toraja.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka menjadi rumusan masalah ini yaitu :

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha Kios Aco’ berdasarkan teori Michael E Porter dalam mengembangkan Usaha Kios Aco’ sehingga menarik minat pelanggan di Lembang Kolesawangan Kecamatan Malimbong Balepe’?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh usaha Kios Aco’ di Lembang Kolesawangan Kecamatan Malimbong Balepe’ dalam mengembangkan usahanya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Kios Aco' di Lembang Kolesawangan Kecamatan Malimbong Balepe'.
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi Kios Aco' dalam mengembangkan Usahanya di Lembang Kolesawangan Kecamatan Malimbong Balepe'.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat memberikan motivasi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang pendidikan Fakultas Budaya dan Kepemimpinan Kristen, tentang bagaimana seseorang menjalankan sebuah usaha.

2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini bermanfaat menambah wawasan secara khusus bagi penulis.
 - b. Bagi pemilik usaha : penelitian ini diharapkan mampu mengatasi kendala-kendala atau permasalahan yang di hadapi sehingga mampu mengembangkan usaha.

- c. Bagi pemerintah : penelitian ini di harapkan dapat berperan serta dalam mendukung pengembangan usaha di Lembang Kolesawangan Kecamatan Malimbong Balepe'.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian dari penelitian ini, maka penulis menyusun secara sistematis sebagai berikut :

- Bab I, Pendahuluan, berisi tentang latar belakang masalah, metode penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab II, Landasan Teori, bab ini membahas tentang landasan teori dan berbagai penjelasan tentang Strategi Pengembangan Usaha
- Bab III, Metode penelitian, berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.
- Bab IV, Deskripsi hasil subjek, Hasil penelitian dan Analisis hasil penelitian.
- Bab V, Kesimpulan dan saran.

