# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Konteks Penelitian

Perencanaan sangat dibutuhkan oleh sebuah organisasi atau perusahaan karena perencanaan merupakan kegiatan awal pada setiap pekerjaan dalam bentuk pemikiran hal-hal yang terkait dengan pekerjaan tersebut agar bisa menghasilkan sesuatu yang maksimal.

Perencanaan yang telah dibuat selanjutnya dapat diimplikasikan dalam sebuah strategi bisnis. Strategi pada suatu perusahaan harus dijalankan dan dikendalikan sesuai dengan yang telah direncanakan, karena hal tersebut akan membawa dampak yang besar dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Dampak jangka pendeknya akan memudahkan dalam melakukan operasional perusahaan, sedangkan untuk jangka panjangnya akan memudahkan untuk mengontrol perusahaan dan membantu mencapai tujuannya dengan menyesuaikan perkembangan zaman.

Rencana-rencana dan strategi-strategi tersebut harus dirumuskan dan ditulis serta diketahui oleh seluruh pelaksana operasional perusahaan, sehingga rencana tersebut bisa dijalankan dengan baik dan mencapai tujuan yang diinginkan. Tentunya agar bisa menjaga keberlangsungan perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Istilah lainnya perencanaan strategis merupakan sebuah proses perumusan dan pemilihan tujuan-tujuan organisasi, kebijakan, serta program-program yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.[1] Artinya, perencanaan strategis merupakan sebuah proses dasar

[1]T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2003), 92.

dari sebuah manajemen, membuat rencana tertulis yang memiliki dampak jangka panjang, dengan begitu suatu perusahaan akan bisa dikendalikan secara efektif dan efisien.

Perencanaan strategis seringkali menentukan kesuksesan atau kegagalan suatu bisnis. Hasil dari perencanaan strategis merupakan formulasi-formulasi strategi guna mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan. Begitu pentingnya perencanaan strategis, maka semua perusahaan sangat membutuhkan perencanaan strategis. Perencanaan strategis ini harus tetap konsisten dengan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan.[2]

Tujuan utama dari perencanaan strategis adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi internal dan eksternalnya, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.[3] Jadi perencanaan strategis sangat penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang berdaya saing tinggi dan bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen berdasarkan dukungan yang optimal dari berbagai sumber daya yang ada.

Al-Qur’an sebagai panutan umat muslim juga menyinggung mengenai perencanaan strategis dan bagaimana mengelola bisnis dengan baik. Konsep tersebut masuk dalam manajemen syariah yang menjelaskan bahwa setiap manusia (bukan hanya organisasi) hendaknya memperhatikan apa yang telah diperbuat pada sekarang untuk merencanakan hari esok yang lebih baik. Hal tersebut dimuat dalam AL-Qur’an surat Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi:

---

[2]Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2004), 105.

[3] Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2015), 2-3.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ -١٨-

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang kamu kerjakan. (Q.S Al-Hasyr ayat 18) [4]

Ayat ini menjelaskan bahwa perencanaan yang akan dilakukan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada masa lampau, saat ini, dan prediksi masa depan. Oleh karena itu, untuk melakukan perencanaan di masa depan sangatlah diperlukan kajian-kajian di masa kini.[5]

Penjelasan di atas merupakan implikasi terhadap manajemen syariah yang akan memberikan pemahaman bahwa proses perencanaan yang baik adalah yang berlandaskan pedoman agama Islam yakni Al-Qur'an. Surat Al-Hasyr ayat 18 dapat menciptakan suatu proses manajemen yang lebih baik dan ideal jika diterapkan dengan baik. Tata cara pelaksanaan yang sesuai dengan syariat dan melakukan segala sesuatu pekerjaan dengan penuh kesungguhan merupakan implikasi dari perbuatan muslim yang sesuai dengan manajemen syariah. Intinya, dalam manajemen syariah seseorang tidak hanya mencari keuntungan dunia semata, melainkan keberkahan dunia dan akhirat juga menjadi tujuan yang amat penting.

Sehubungan dengan perencanaan strategis, semua perusahaan tentu memiliki sebuah perencanaan strategis untuk menunjang kelangsungan perusahaannya. Seperti halnya dengan CV. Sapindelick. Perusahaan ini juga memiliki sebuah perencanaan strategis dalam menghadapi persaingan pasar.

---

[4] Departemen Agama, *Al-Qur`an dan Terjemahnya,* (Jakarta: Cahaya Qur`an, 2011), 547.

[5] Didin Hafidhuddin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 79.

CV. Sapindelick membuat sebuah perencanaan stretegis berdasarkan potensi yang dimilikinya. Selanjutnya perencanaan strategis tersebut diterapkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

CV. Sapindelick merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam kerajinan pembuatan tas ataupun dompet dengan bahan utama kulit sapi. Perusahaan ini terbilang masih baru, yakni berdiri sejak tahun 2016. Meskipun terbilang perusahaan baru, namun kualitas produk perusahaan ini sudah tidak diragukan lagi. Kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau membuat CV. Sapindelick telah berhasil memasarkan produknya hingga ke luar negeri. Prestasi ini tentunya tidak lepas dari manajemen yang baik oleh pengelolanya. Banyaknya usaha sejenis membuat persaingan di pasaran juga semakin ketat. Untuk bisa menembus pasar secara luas, apalagi hingga merambah konsumen luar negeri tentunya bukanlah hal yang mudah. Oleh karena itu, CV. Sapindelick melakukan perencanaan staregis yang lebih matang agar produknya bisa berdaya saing tinggi dan mampu menarik banyak minat beli dari para konsumen. Salah satu perencanaan strategis yang sangat unik dari CV. Spaindelick ini adalah tidak mau menggunakan distributor ataupun cabang di daerah lain dengan maksud untuk menjaga keaslian produknya, namun apabila ada yang ingin menjual kembali produk CV. Sapindelick, maka harus dengan sistem vendor atau menggunakan merk yang berbeda. Keunikan penjualannya lah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai perencanaan strategis lainnya yang diterapkan CV. Sapindelick untuk selalu berkembang hingga mampu merambah pasar internasional sedangkan perusahaan-perusahaan disekitarnya belum mampu memikirkan

peluang tersebut sehingga mayoritas dari usaha kerajinan sejenis disekitarnya masih berada pada pasar nasional.

Dibawah ini akan diuraikan data penjualan dari CV. Sapindelick dalam empat tahun terakhir (dalam rata-rata pertahunnnya) untuk memantau perkembangan produknya setelah menerapkan perencanaan strategis tersebut:[6]

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan Empat Tahun Terakhir (Berdasarkan Rata-Rata Perbulan dalam setahun)**

| Tahun | Produk terjual | Omset |
|---|---|---|
| 2016 | 20 pcs | Rp 10.000.000 |
| 2017 | 15 pcs | Rp 12.000.000 |
| 2018 | 20 pcs | Rp 15.000.000 |
| 2019 | 30 pcs | Rp 30.000.000 |

Sumber: CV. Sapindelick

Berdasarkan data penjualan di atas, dapat diamati bahwa penjualan produk dari CV. Sapindelick cenderung meningkat. Penjualan yang semakin meningkat menunjukkan bahwa daya saing dari CV. Sapindelick juga semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan perencanaan strategi yang unik justru akan menjadi daya tarik bagi para konsumen. Pada tahun 2016 menunjukkan penjualan yang paling sedikit karena belum menerapkan perencanaan strategisnya dengan baik. Tahun-tahun berikutnya (2017-2019) menunjukkan kenaikan terus menerus menunjukkan bahwa perencanaan strategis yang dilaksanakan CV. Sapindelick mampu meningkatkan daya saingnya yang

[6]Heri Susanto, Pemilik CV Sapindelick, Kediri, 18 Desember 2019.

terbukti dengan meningkatnya minat masyarakat akan produk CV. Sapindelick. Maka dari itu, pentingnya perencanaan strategis yang baik untuk menjadi daya tarik dan meningkatkan daya saing sangatlah diperlukan, agar perusahaan yang dikelola mampu mencapai tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan konteks penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana peran perencanaan strategis yang digunakan oleh CV. Sapindelick untuk meningkatkan daya saing produknya agar bisa diterima di pasaran dan mampu mengalahkan produk-produk pesaingnya, yang kemudian akan dianalisis dengan tinjauan manajemen syariah. Untuk mengetahui permasalahan mengenai perencanaan strategi tersebut, peneliti mengajukan penelitian berjudul "Peran Perencanaan Strategis Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada CV. Sapindelick Kediri Dalam Tinjauan Manajemen Syariah".

## B. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul dan latar belakang yang telah diuraikan, maka fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran perencanaan strategis CV. Sapindelick dalam upaya meningkatkan daya saing?
2. Bagaimana peran perencanaan strategis CV. Sapindelick dalam upaya meningkatkan daya saing ditinjau dari Manajemen Syariah ?

## C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui peran perencanaan strategis dalam upaya meningkatkan daya saing pada CV. Sapindelick.
2. Mengetahui peran perencanaan strategis dalam upaya meningkatkan daya saing pada CV. Sapindelick ditinjau dari manajemen syariah.

## D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat di kemudian hari, yang meliputi manfaat teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi literatur dibidang manajemen syariah, khusunya mengenai perencanaan strategis dalam manajemen syariah oleh suatu usaha.

2. Manfaat Praktis

   a. Bagi Peneliti

      Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pemahaman lebih lanjut mengenai teori yang telah diperoleh dalam perkuliahan yang selanjutnya dapat dijadikan sebagai acuan untuk diimplementasikan dalam dunia bisnis.

   b. Bagi IAIN Kediri

      Adanya penelitian ini diharapkan bisa menambah perbendaharaan berupa referensi bahan penelitian di perpustakaan IAIN Kediri, khususnya untuk Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI), dan adanya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa untuk

penelitian-penelitian selanjutnya mengenai perencanaan strategis dalam meningkatkan daya saing usaha.

c. Bagi Masyarakat

Dari penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan acuan mengenai perencanaan strategis yang baik, yang tentunya juga menganut sistem manajemen syariah. Sehingga masyarakat dan pengusaha bisa tertarik dengan hasil penelitian ini untuk dijadikan referensi. Selain itu, hasil penelitian ini juga akan menjadi bahan masukan dan evaluasi kinerja dalam menjalankan usahanya juga motivasi untuk lebih mengembangkan usaha yang digeluti.

## E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka pada dasarnya dilakukan untuk mendapatkan gambaran topik yang akan diteliti dengan penelitian yang sejenis dan sudah pernah dilakukan oleh peneliti lain sehingga ditemukan perbedaan pada penelitian ini. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis mendapati beberapa penelitian yang sejenis, diantaranya adalah:

Pertama, *Perencanaan Strategis Sistem Informasi Di PT. Sieraf Teknik Perkasa Di Surabaya* oleh Bakhtiar Efendi (2012), mahasiswa UPN Veteran Surabaya.[7]

Penelitian ini fokus pada perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi diperlukan untuk mempersiapkan kemajuan perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil bahwa perencanaan strategis yang selama ini digunakan pada PT. Sieraf Teknik Perkasa ini sudah

[7] Bakhtiar Efendi, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Di PT Sieraf Teknik Perkasa Di Surabaya" (Skripsi, UPN Veteran Surabaya, Surabaya, 2012).

menerapkan perencanaan strategis mengenai sistem informasi dan teknologi yang sudah modern sehingga sistem informasi dan teknologi organisasinya sudah bisa dipersaingkan dengan pesaing-pesaingnya untuk kemajuan organisasinya. Karena teknologi sistem informasi berkembang dengan sangat cepat maka hal tersebut sangat mempengaruhi kegiatan manusia di bidang bisnis. semakin berkembang sistem informasi dan teknologi suatu perusahaan akan sangat menentukan kemajuan perusahaan tersebut. Dan itu sudah dibuktikan dengan keberhasilan penerapan perencanaan strategis dari PT. Sieraf Teknik Perkasa Surabaya.

Persamaan penulis dengan penelitian ini adalah pertama, sama-sama meneliti tentang strategi pereencanaan dalam suatu organisasi atau perusahaan. Kedua, adalah sama-sama penelitian menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaan penulis dengan penelitian terdahulu adalah pertama variabel x, pada penelitian terdahulu menggunakan perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi untuk menghadapi permasalahan internal perusahaan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan perencanaan strategis yang digunakan untuk menghadapi permasalahan eksternal perusahaan. Kedua variabel y, jika penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel y, maka pada penelitian ini menggunakan daya saing sebagai variabel y. Ketiga lokasi penelitian, pada penelitian terdahulu berlokasi di PT. Sieraf Teknik Perkasa Surabaya, sedangkan penelitian ini berlokasi di CV. Sapindelick Kediri.

Kedua, *Perumusan Perencanaan Strategis Dalam Perusahaan Keluarga Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorerd (Studi Kasus Pada*

*Toko Besi dan Bahan Bangunan CV. Selomas)* oleh Celia Kumalasari (2016), mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.[8]

Penelitian ini fokus pada perumusan perencanaan strategis yang menggunakan metode *balanced scored.* Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil bahwa tahap perumusan perencanaan strategis yang dilakukan oleh CV. Selomas secara umum sudah sesuai dengan prinsip-prinsip pada *balanced scorecard,* dimana keempat perspektif dalam *balanced scorecard* yang meliputi perspektif keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan memiliki hubungan yang saling terkait. Analisis SWOT dalam perumusan perencanaan strategis pada perusahaan tersebut dapat membantu perusahaan untuk mengidentifikasikan posisi perusahaan dalam lingkungan persaingan bisnisnya sehingga dapat menghasilkan strategi yang disesuaikan dengan perspektif *Balanced Scorecard.*

Persamaan penulis dengan penelitian ini adalah pertama, sama-sama meneliti tentang perencanaan strategis dalam suatu perusahaan. Kedua, adalah sama-sama penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pertama variabel y, pada penelitian ini menggunakan daya saing sebagai varibel y, sedangkan pada penelitian terdahulu tidak memiliki variabel y. Kedua perspektifnya, pada penelitian terdahulu menggunakan perspektif metode *Balanced Scorecard,* sedangkan penelitian penulis menggunakan tinjauan manajemen syariah. Ketiga lokasi, pada penelitian terdahulu berlokasi di CV. Selomas Yogyakarta,

[8] Celia Kumalasari, "Perumusan Perencanaan Strategis Dalam Perusahaan Keluarga Dengan Menggunakan Metode Balanced Scorerd (Studi Kasus Pada Toko Besi dan Bahan Bangunan CV Selomas)" (Skripsi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta, 2016).

sedangkan penelitian yang dilakukan penulis berlokasi di CV. Sapindelick Kediri.

Ketiga, *Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi pada RSIA Putri Surabaya Berdasarkan Metode Ward and Peppard* oleh Carolline Patricia Novalita Putri (2018), mahasiswi Stikom Surabaya.[9]

Penelitian ini fokus pada cara perencanaan strategis penggunakan sistem dan teknologi informasi berdasarkan metode *ward and peppard.* Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil bahwa perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi yang selama ini digunakan di RSIA Putri Surabaya sudah sesuai dengan metode *ward and peppard* yang bertujuan untuk menyelaraskan strategi bisnis dengan strategi sistem teknologi informasi. Hal tersebut dimaksudkan agar bisa digunakan secara maksimal dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Alasan adanya penelitian ini adalah karena sebelum perencanaan stratgis ini diperbarui terdapat beberapa permasalahan dalam penerapan sistem teknologi dan informasi yang belum mampu dimanfaatkan secara maksimal sesuai dengan strategi bisnis perusahaan sehingga menimbulkan anggaran yang terbuang.

Persamaan penulis dengan penelitian ini adalah pertama, sama-sama meneliti mengenai perencanaan strategis. Kedua, adalah sama-sama penelitian dengan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pertama variabel x, pada penelituan terdahulu menggunakan perencanaan strategis sistem dan teknologi informasi untuk menghadapi permasalahan internal perusahaan, sedangkan dalam

[9] Carolline Patricia Putri, "Perencanaan Strategis Sistem dan Teknologi Informasi pada RSIA Putri Surabaya Berdasarkan Metode Ward and Peppard" (Skripsi, Stikom Surabaya, Surabaya, 2018).

penelitian ini menggunakan perencanaan strategis yang digunakan untuk menghadapi permasalahan eksternal perusahaan. Kedua variabel y, jika penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel y, maka pada penelitian ini menggunakan daya saing sebagai variabel y. Ketiga lokasi penelitian, pada penelitian terdahulu berlokasi di RSIA Putri Surabaya, sedangkan penelitian ini berlokasi di CV. Sapindelick Kediri. Keempat, dalam penelitian terdahulu menggunakan perspektif metode *Ward and Peppard*, sedangkan penelitian milik penulis ini menggunakan perspektif manajemen syariah.

Keempat, *Strategi Pemasaran Dalam Menigkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pada Usaha Keripik Nugraha Food Tulungagung* oleh Nur Laina Sari (2019), mahasiswi IAIN Tulungagung.[10]

Penelitian ini fokus pada cara meningkatkan daya saing melalui strategi pemasaran. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil bahwa strategi pemasaran yang digunakan pada Nugraha Food Tulungagung adalah dengan melakukan segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar, serta bauran pemasaran. Sebuah perusahaan harus mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan agar tetap menjaga eksistensi perusahaan, termasuk strategi pemsaran yang dilakukan oleh Nugraha Food Tulungagung. Berdasarkan hal tersebut, strategis pemasaran yang telah dilakukan oleh Nugraha Food Tulungagung sudah cukup efektif dilihat dari peningkatan jumlah produksi dan jumlah penjualan dari tahun ke tahun.

---

[10] Nur Laina Sari, "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Pada Usha Keripik Nugraha Food Tulungagung" (Skripsi, IAIN Tulungagung, Tulungagung, 2019).

Persamaan penulis dengan penelitian ini adalah pertama, sama-sama meneliti tentang daya saing sebuah usaha bisnis. Kedua, adalah sama-sama penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan untuk perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah pertama variabel x, pada penelitian terdahulu menggunakan strategi pemasaran, sedangkan pada penelitian ini menggunakan perencanaan strategis. Kedua, pada penelitian terdahulu tidak menggunakan tinjauan apapun, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tinjauan manajemen syariah. ketiga lokasi, pada penelitian terdahulu berlokasi di Nugraha Food Tulungagung, sedangkan pada penelitian ini berlokasi di CV. Sapindelick Kediri.

Kelima, *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Pada Produk Tahu Takwa GTT Kediri* oleh Eureka Rizky Purwika (2018), mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri.[11]

Penelitian ini fokus pada analisis SWOT yang digunakan untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan hasil bahwa analisis SWOT yang digunakan pada produsen tahu takwa GTT Kediri untuk mengenali kekuatan dan kelemahan serta menghadapi peluang dan ancaman sudah dilakukan dengan baik. Dengan mengevaluasi faktor eksternal dan internal perusahaan maka akan sangat membantu perusahaan untuk mengenali diri serta dapat digunakan untuk menyusun strategi guna meningkatkan pendapatan. Hal tersebut dapat dilihat pada produsen tahu takwa GTT Kediri setelah menggunakan analisis SWOT maka daya saingnya semakin meningkat, begitu juga dengan bertumbuhnya produksi.

[11]Eureka Rizky Purwika, “Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daua Saing Pada Produk Tahu Takwa GTT Kediri” (Skripsi, Universitas Nusantara PGRI, Kediri, 2018).

Persamaannya penulis dengan penelitian ini adalah pertama, sama-sama meneliti tentang daya saing suatu usaha. Kedua, sama-sama meneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pertama variabel x, pada penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT, sedangkan penelitian ini menggunakan perencanaan strategis. Kedua, penelitian terdahulu tidak menggunakan tinjauan apapun, sedangkan pada penelitian ini menggunakan tinjauan manajemen syariah. Ketiga lokasi, pada penelitian terdahulu berlokasi di GTT Kediri, sedangkan penelitian ini berlokasi di CV. Sapindelick Kediri.