

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk menyusun kembali strategi taktik bisnisnya sehari-hari, persaingan yang sangat ketat terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat mengimplementasikan proses penciptaan produk dan jasanya secara lebih baik dan cepat dibandingkan dengan pesaing bisnisnya. Perusahaan yang tidak bisa bersaing dan bertahan akan tersingkir dengan sendirinya, oleh karena itu setiap perusahaan dibidang apapun harus memiliki satu tujuan khusus yaitu bertahan dan berkembang dalam jangka waktu yang lama.

Bisnis merupakan pertukaran barang, jasa atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, serta untuk meningkatkan dan mempertahankan standar hidup.¹ Kompetisi antara perusahaan dalam merebutkan pelanggan akan menuju pada inovasi dan perbaikan produk dan yang ada pada akhirnya pada harga yang lebih rendah.

Mereka berkompetisi di harga, ketersediaan, lokasi toko, dan kualitas pelayanan tambahan yang disediakan. Kreteria kesuksesan dalam persaingan terletak pada jumlah penjualan yang semakin besar dan menguasai pasar.²

¹ Ika Yinia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta:Kencana Prenada Media Grup,2013), 3.

² Jonathan Sarwono, *Marketing Intelligence* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2011), 125-127.

Membangun dan mengembangkan bisnis adalah sebuah prestasi yang membanggakan dan itu lebih dari pada uang. Memang keuntungan adalah salah satu target dari hasil pekerjaan yang ingin diraih namun kepuasan batin akan sangat terasa pada saat produk atau karya yang dilakukan dinilai dan disukai oleh konsumen.³ Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk kembali menyusun strategi dari pesaing terletak bagaimana perusahaan atau jasanya lebih baik, lebih murah, dan cepat dibanding pesaingnya. Untuk itu dalam rangkaian kerja tersebut sebuah perusahaan harus dapat memperbaiki kinerjanya agar dapat terus bersaing dan mengalami kemajuan.

Untuk menghadapi persaingan antar usaha, maka dibutuhkan berbagai langkah untuk mengantisipasi setiap dampak atau kemungkinan yang timbul untuk meningkatkan jumlah pembeli, misalnya dengan menyediakan produk yang bermutu, harga lebih murah, atau penyediaan produk yang lebih lengkap dan pelayanan yang lebih baik. Kesamaan jenis produk yang ditawarkan membuat masing-masing melakukan upaya tambahan dalam mempertahankan pelanggan agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Toko Family merupakan Toko yang terletak di Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari, berdiri sejak tahun 1960-an. Toko ini telah dijalankan memasuki generasi ke-3. Toko yang semula pelayanannya masih dilayani, dengan seiring

³ Irham Fahmi, *Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi* (Bandung:Alvabeta Cv, 2013), 94.

perkembangan zaman sekarang Toko Family pembeli dapat mengambil barang sendiri untuk dibeli. Dalam 3 generasi Toko Family mengalami puncak kejayaan di tahun 1980-an. Namun ditahun 2013 mengalami penurunan omset secara drastis $\pm 90\%$ dari omset 10 juta menjadi 2-3 juta/hari, ini disebabkan manajemennya serta munculnya pesaing-pesaing baru yang sejenis dengan menawarkan berbagai pelayanan lebih baik, pengaturan *layout* yang menarik dan produk yang bervariasi.

Setelah mengalami penurunan omset ditahun 2013 Toko Family melakukan inovasi untuk mengembangkan Toko. Hal ini dilakukan untuk mengembalikan kondisi toko agar kembali stabil. Saat ini Toko Family telah berjalan dengan stabil, baik dari manajemen maupun penjualannya, hal tersebut dapat diketahui melalui peningkatan omset penjualan dari Toko Family dengan jumlah peningkatan $\pm 2000\%$. Dalam upaya bersaing Toko Family memiliki harga lebih kompetitif serta pelayanan tidak kalah dari usaha sejenis lainnya, dengan menambah jumlah karyawan, varian produk yang dijual serta penataan ulang Toko Family.

Dalam pengembangan Toko tersebut perlu adanya strategi-strategi dan rencana agar tidak tersingkir dan dapat memperoleh laba lebih besar dari sebelumnya. Bukan hanya memperoleh laba akan tetapi juga bisa berkembang. Ada hal yang menarik peneliti dari bisnis ini yaitu bagaimana pemilik usaha dapat mengembangkan usahanya, sehingga dapat

memperkirakan penambahan peluang usaha sehingga usahanya dapat berkembang. Hal ini peneliti memperhatikan dengan banyaknya usaha yang sejenis dan tempat usahanya saling berdekatan sehingga persaingan yang mereka hadapi sangat ketat, sehingga saling berlomba-lomba untuk mengembangkan usaha mereka pada dunia bisnis yang sesuai dengan syari'at Islam.

Berdasarkan keadaan dari latar belakang diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Toko Family Desa Cukir Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang Ditinjau dari Bisnis Islam.”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah di uraikan, maka penulis merumuskan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi Toko Family dalam mengembangkan bisnis?
2. Bagaimana tinjauan bisnis Islam terhadap srategi Toko Family dalam mengembangkan bisnis?

C. Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Bagaimana strategi Toko Family dalam mengembangkan bisnis.
2. Bagaimana tinjauan bisnis Islam terhadap srategi Toko Family dalam mengembangkan bisnis.

D. Kegunaan penelitian

Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Hasil ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, menambah wawasan dan pengetahuan tentang strategi pengembangan usaha yang sesuai dari Bisnis Islam serta sebagai referensi bagi peneliti berikutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi penulis, sebagai sarana untuk memperluas wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana upaya dalam mengembangkan usaha sesuai Bisnis Islam dan dapat mengetahui dan menerapkan atas ilmu yang didapat selama perkuliahan yang berkaitan dengan penelitian atau realita yang sebenarnya secara langsung pada objek penelitian, serta menambahkan informasi dan pengalaman dalam dunia kerja.
- b. Bagi instansi, dapat memberikan kontribusi informasi mengenai strategi pengembangan bisnis sesuai dengan bisnis Islam.
- c. Bagi akademis, diharapkan dapat menambah perbendaharaan dan referensi perpustakaan IAIN Kediri khususnya Program Studi Ekonomi Syariah serta membantu peneliti selanjutnya yang membahas tentang permasalahan yang sama.

E. Telaah pustaka

Berikut ini telaah pustaka yang digunakan penulis:

Judul yang terkait dengan topik/ masalah yang akan diteliti sudah pernah ditulis oleh penulias skripsi di IAIN Kediri. Adapun penelitian yang terkait dengan masalah yang akan diteliti adalah Weny Kristiyowati Utami dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Ditinjau Dari Bisnis Islam: Studi Kasus Di Pabrik Kulit Kodran Kecamatan Semen Kabupaten Kediri” ditulis tahun 2012. Penelitian ini adalah lebih ke paguyupan dalam analisis swot dengan terfokus pada peningkatan kinerja karyawan. Sedangkan peneliti yang akan penulis lakukan adalah tentang bagaimana strategi dalam mengembangkan, memajukan dan mempertahankan usahanya.

Yang kedua adalah oleh Uria dengan judul “Strategi Internal dan Eksternal dalam Mengembangkan Usaha Bengkel Las Listrik Rizki Jaya Dusun Tlungsu Desa Jeli Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung”. Penelitian ini lebih ke analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan (SWOT). Sedangkan peneliti yang akan penulis lakukan adalah tentang bagaimana strategi dalam mengembangkan, memajukan dan mempertahankan usahanya.

Yang ketiga adalah Andarwiyah Titi Lestari dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Produk Pasar Ditinjau Dari Bisnis Islam (Studi Kasus Modern Bakery Jombang) ditulis pada tahun 2017. Penelitian ini

lebih ke pengembangan produk dilakukan dengan meluncurkan produk baru serta pengembangan produk dilakukan dengan membuka outlet baru. Sedangkan peneliti yang akan penulis lakukan adalah tentang bagaimana strategi dalam mengembangkan, memajukan dan mempertahankan usahanya.