

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Hasil Penelitian Terdahulu

1. Anas Safitri, 2022. Dalam penelitian yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Saung Enggal Kota Gajah (Di Desa Rejo Basuki Kota Gajah Lampung Tengah)*”. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. Pengembangan adalah perihal berkembang dan seterusnya. berkembang berarti mekar, terbuka atau membentang, menjadi besar, luas dan banyak, serta menjadi bertambah sempurna dalam hal kepribadian pikiran, pengetahuan dan lain sebagainya. Strategi pengembangan merupakan bekal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam merealisasikan pengembangan usahanya. Strategi pengembangan juga mempengaruhi kehidupan organisasi jangka panjang kurang lebih selama lima tahun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi serta hambatan yang di hadapi oleh pemilik rumah makan dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pemilik rumah makan dan karyawan rumah makan tersebut di Desa Rejo Basuki Kota Gajah, sedangkan dokumentasi diperoleh dari data-data yang diperoleh di lapangan. Hasil penelitian

diketahui bahwa Rumah Makan Saung Enggal dalam strateginya mengutamakan kualitas rasa dari produk yang dihasilkannya, menambahkan varian produk yang awalnya hanya menjual bakso dan mi ayam untuk saat ini mampu menjual banyak varian menu makanan dari berbagai olahan ayam, bebek, ikan dll serta berbagai jenis minuman dan jus. Dengan memperhatikan kualitas bahan baku yang digunakan dan bersih dari bakteri serta terjamin kehalalannya.

2. Ibram Adika Trio Fasya. 2023. Dalam penelitian yang berjudul “*Strategi Pengembangan Usaha Dalam Menghadapi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pedagang Ayam Di Kecamatan Tanjung Seneng Kota Bandar Lampung)*”. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengembangan Usaha Dalam Mengatasi Persaingan Penjualan Ayam Potong dan untuk mengetahui pandangan ekonomi Islam mengenai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Mengatasi Persaingan Penjualan Ayam Potong. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Metode penelitian kualitatif. Penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan tentang semua hal yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Usaha Dalam Mengatasi Persaingan Penjualan Ayam Potong Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam Dimasa Pandemi “(Studi Pada Pedagang Ayam Di Kecamatan Tanjung Seneng Kota Bandar Lampung). Teknik Analisis data penelitian merupakan bagian integral dari proses pengujian data setelah data tersebut dipilih dan dikumpulkan. Metode yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data yang penulis lakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut : Strategi yang dapat dilakukan oleh peternakan ayam ini yaitu dengan memiliki peluang yang cukup baik serta kelemahan yang harus diminimalisirkan maka strategi yang tepat harus dilakukan yaitu dengan memanfaatkan strategi WO (Weakness of Opportunity) supaya usaha bisa lebih berkembang. Strategi ini memiliki total bobot skor 4,30 yang mana usaha ini mampu untuk menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Tinjauan ekonomi Islam terhadap sistem pemasaran ayam adalah pelaku usaha ayam potong sudah memiliki kepribadian yang baik dan spiritual (takwa). Pelaku usaha juga dalam melakukan pemasaran tidak semata-mata untuk kepentingan sendiri melainkan juga untuk kepentingan bersama yaitu kepentingan konsumen dan juga kepentingan keluarga pengusaha. Terdapat pelaku usaha yang adil dalam berbisnis dimana dalam berbisnis, sikap adil akan mendekatkan pelakunya pada nilai ketaqwaan.

3. Yuliana, 2020 Judul penelitian: "*Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Mie Pedas di Kota Banjarmasin*". Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha kuliner mie pedas di tengah persaingan yang ketat, serta untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha menggunakan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha adalah cita rasa khas dan harga yang bersaing, sedangkan kelemahannya adalah minimnya

strategi promosi online. Strategi agresif melalui inovasi produk dan pemasaran digital sangat disarankan untuk meningkatkan daya saing.

4. Rahmat Hidayat, 2020 Judul penelitian: “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Hulu Sungai Tengah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan daya saing UMKM di bidang makanan ringan, serta untuk merumuskan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan strategi pemasaran digital, khususnya melalui media sosial, secara signifikan membantu pelaku UMKM dalam memperluas pasar dan mempertahankan konsumen. Diferensiasi produk juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing.

B. Tinjauan Teoritis

1. Strategi Bisnis

Strategi bisnis dapat diartikan sebagai arah tindakan atau serangkaian keputusan yang membantu pengusaha dalam mencapai tujuan tertentu dan merupakan kombinasi dari semua keputusan yang diambil dari tindakan yang dilakukan oleh pengusaha untuk mencapai tujuan bisnis dan untuk mengamankan posisi kompetitif di pasar. Strategi ini dapat digambarkan sebagai perencanaan usaha jangka panjang. Biasanya akan mencakup periode sekitar 3-5 tahun (kadang-kadang bahkan lebih lama). Strategi bisnis adalah tulang punggung untuk usaha Anda, karena hal ini layaknya peta jalan yang mengarah ke tujuan yang diinginkan. Kesalahan

apa pun dalam peta jalan ini dapat menyebabkan bisnis tersesat di tengah kompetisi pesaing bisnis Anda. Strategi ini berkaitan dengan masalah sumber daya utama. Misalnya mengumpulkan dana untuk membangun pabrik atau pabrik baru. Strategi juga berkaitan dengan memutuskan produk apa yang akan dialokasikan sumber daya utama. misalnya ketika Coca-Cola memutuskan meluncurkan produk baru seperti Nutriboost ke Indonesia.

Dapat disimpulkan bahwa Strategi bisnis adalah langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Hal ini nantinya akan memengaruhi semua hal terkait pengambilan keputusan yang akan berdampak pada bisnis. Bagaimana sebuah bisnis akan dijalankan bergantung pada strategi ini.

2. Analisis SWOT

Kemajuan dalam bidang industri dan teknologi telah masuk ke dalam semua lingkup kehidupan masyarakat, baik masyarakat perkotaan maupun masyarakat pedesaan. Kemajuan tersebut mengakibatkan terjadinya perubahan tingkah laku masyarakat. Dengan terciptanya alat komunikasi dan transportasi dunia yang dulunya amat luas, sekarang menjadi suatu desa yang amat kecil, daratan dan lautan tidak lagi menjadi penghalang untuk menjagkau suatu daerah. Perubahan tersebut ikut mempengaruhi dunia pendidikan. Oleh karena itu untuk merespon perubahan tersebut pihak sekolah harus bersifat lebih terbuka dengan menerapkan konsep-konsep baru yang lebih sesuai dengan perkembangan yang terjadi. Salah satu konsep baru yang diperkenalkan dalam manajemen

sekolah adalah analisis SWOT. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, analisis adalah kata benda yang berarti proses pencarian jalan keluar yang berangkat penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya; penyelidikan kimia dengan menguraikan sesuatu untuk mengetahui zat-zat yang menjadi bagiannya; penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk mendapatkan pengertian yang tepat dan pemahaman makna keseluruhan. Menurut Freddy Rangkuti (2013:19) analisis SWOT diartikan sebagai analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Sedangkan Gitosudarmo (2001: 115) memaparkan bahwa SWOT merupakan pendekatan dari *Strengths, Weakness, Opportunity, and Threats*, yang dapat diterjemahkan menjadi: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Terjemahan tersebut sering disingkat menjadi “KEKEPAN”. Dalam metode atau pendekatan ini kita harus memikirkan tentang kekuatan apa saja yang kita miliki, kelemahan apa saja yang melekat pada diri atau perusahaan kita kemudian kita juga harus melihat kesempatan atau opportunity yang terbuka bagi kita dan akhirnya kita harus mampu untuk mengetahui ancaman, gangguan, hambatan serta tantangan yang menghadang di depan kita.

Dalam mengidentifikasi berbagai masalah yang timbul dari perusahaan ada beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan (*Strenghts*) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh suatu perusahaan, yang membuat perusahaan relative lebih unggul dibandingkan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan juga merupakan kompetensi khusus yang memberikan keunggulan bagi perusahaan di pasar. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*Weakness*) merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya suatu perusahaan relative terhadap pesaingnya, yang menjadi hambatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif .

c. Peluang (*Opportunity*)

Peluang (*Opportunity*) merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Identifikasi segmen pasar yang sebelumnya terlewatkan, perubahan dalam kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan.

d. Ancaman (*Threat*)

Ancaman (*Threat*) merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman juga diartikan sebagai penghalang utama bagi perusahaan dalam mencapai posisi saat ini atau yang diinginkan. Masuknya pesaing baru, meningkatnya

kekuatan tawar menawar dari pembeli atau pemasok utama, dan perubahan teknologi dapat menjadi penghalang bagi keberhasilan suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas bahwa analisis SWOT digunakan untuk memperoleh strategi dalam mengembangkan usaha dengan mengetahui faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki perusahaan dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang tengah dihadapi perusahaan maupun yang akan terjadi dimasa akan datang.

C. Kerangka Pemikiran

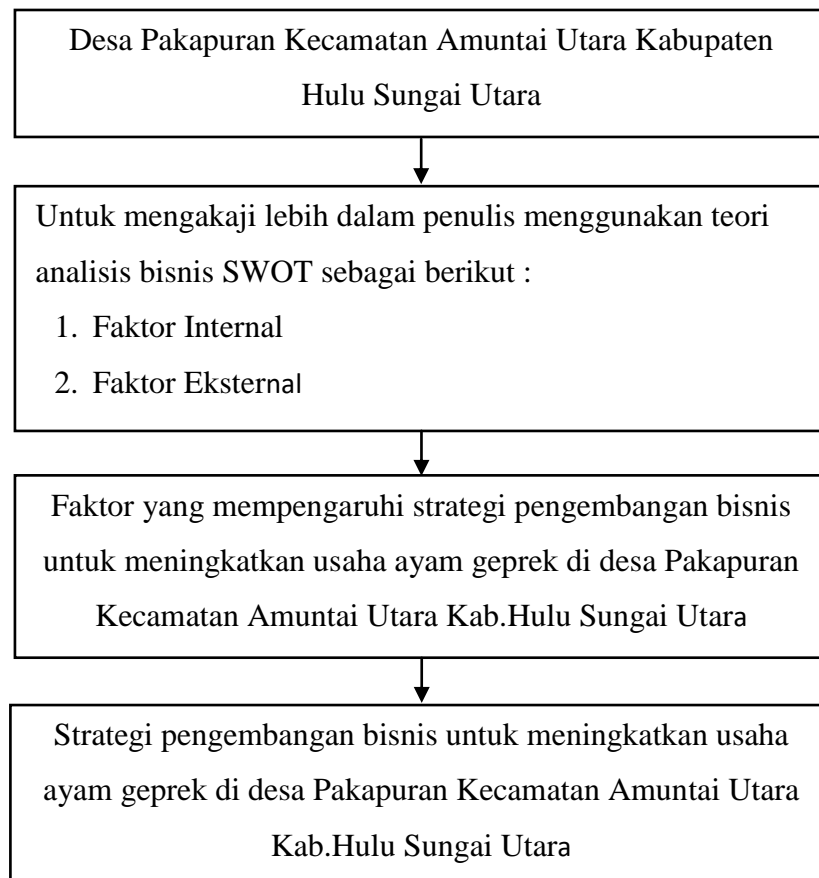
Dalam konteks usaha ayam geprek di Desa Pakapuran, peneliti memetakan kondisi usaha berdasarkan faktor-faktor SWOT, yang kemudian digunakan untuk merumuskan strategi agresif. Strategi agresif merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal secara optimal untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang maksimal.

Untuk mengkaji lebih dalam penulis menggunakan teori SWOT sebagai berikut :

1. Faktor internal (kekuatan dan kelemahan)
2. Faktor eksternal (peluang dan ancaman)

Untuk mempermudah memahami alur berpikir, penulis menggambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Gambar Kerangka Pemikiran



Sumber: Gambar diolah 2025