

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Situasi perekonomian Indonesia saat ini tidak bisa terpisahkan dengan keadaan globalisasi yang melanda dunia salah satu dampak yang terlihat yakni semakin berkembangnya dunia usaha disegala jenis sektor tentu ini akan berimbas pada tingkat persaingan dunia usaha semakin ketat. Hal ini memaksa pengusaha untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan, agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan.

Untuk menghadapi suatu persaingan, pelaku bisnis membutuhkan suatu strategi yang terpadu yang dapat mengantisipasi dampak dari suatu kejadian dan mampu bertindak proaktif dan inovatif untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menetapkan strategi bisnis yang tepat.

Dengan adanya strategi bisnis yang efektif maka seluruh kegiatan bisnis dapat berjalan sesuai dengan rencana. Dalam keberhasilan perusahaan tergantung pada kiat-kiat dan strategi bisnis yang dilakukan karena dengan menerapkan strategi-strategi yang tepat, perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara menyakinkan dan

berkesinambungan. Apabila omzet penjualan mengalami peningkatan yang lambat, maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan oleh kurang efektifnya strategi bisnis yang dilakukan atau mungkin dipengaruhi oleh selera dan perilaku konsumen yang sudah berubah.

Strategi bisnis efektif, salah satunya dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkatkan dari tahun ke tahun sesuai dengan kuantitas / kualitas produk yang mampu diproduksi oleh perusahaan. Dalam hal ini pihak manajemen harus membuat sebuah suatu strategi yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan yang ada dan berusaha mengurangi dampak ancaman yang ada menjadi suatu kesempatan. Kreativitas strategi penting dilakukan bila dihubungkan dengan tingkat inovasi pada umumnya agar tercipta perencanaan strategi yang mampu mengembangkan kreativitas imajinasi konsep strategi kedalam langkah-langkah prosedur penerapan program strategi bisnis.

Dalam membangun usaha, pelaku bisnis dituntut dalam melakukan analisis yang menguntungkan kegiatan bisnis. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) dapat membantu para pelaku bisnis untuk menganalisis bagaimana strategi bisnisnya harus dijalankan. Pelaku bisnis harus dapat menentukan kekuatan (Strength) agar dapat dijadikan kunci dalam menjalankan bisnisnya, Kelemahan (Weakness) adalah hal yang harus diwaspadai pelaku bisnis agar tidak mudah terbaca oleh pesaing. Setiap kegiatan bisnis pasti memiliki kelemahan dan hal ini yang harus diminimalisir agar tidak menjadi halangan dikemudian hari bagi para pelaku bisnis, dalam kegiatan bisnis juga memiliki peluang (Opportunities) jika peluang tersebut didapat maka pelaku

bisnis akan mendapat keuntungan dari peluang tersebut untuk membuat bisnis yang dilakukan semakin berkembang dan sukses dan ancaman (Threat) merupakan halangan utama para pelaku bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnis, seorang pelaku bisnis harus mengetahui hal-hal yang menjadi ancaman dalam bisnisnya agar perusahaan segera menentukan sikap untuk mengatasi ancaman tersebut. Ancaman tersebut dapat berupa banyaknya pesaing dan juga mulai beralihnya konsumen.

Untuk itu analisis SWOT dapat membantu para pelaku bisnis dalam menjalankan bisnisnya agar berjalan sesuai rencana bisnis dan mencapai tujuan. Pelaku bisnis harus berani mengakui apa saja kekuatan (Strength), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threat) yang ada dalam kegiatan bisnis yang dilakukan agar dapat melakukan strategi yang tepat sasaran dalam menjalankan bisnis.

Untuk menganalisis strategi bisnis yang dilakukan dan untuk mencapai pada kesimpulan SWOT, maka penulis melihat dari sisi strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia, strategi produk, dan strategi keuangan yang merupakan dari strategi fungsional, maka dengan unsur-unsur tersebut penulis menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan tersebut.

Usaha yang akan diteliti penulis adalah usaha kos. Kos merupakan sebuah usaha jasa yang menawarkan sebuah kamar atau tempat ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu untuk setiap periode tertentu (umumnya pembayaran per bulan). Banyak orang yang memiliki membangun usaha kos

dikarenakan keuntungan menjanjikan dari usaha ini dan usaha ini bisa dijadikan sebagai lahan penghasil pendapatan rutin. Begitu pula di daerah Waru-Sidoarjo, di sekitar RS Mitra Keluarga Waru banyak usaha kos berdiri sehingga persaingan dari usaha kos sangat ketat.

Maka dari pemaparan diatas penulis memiliki masalah yang akan menjadi latar belakang dalam penelitian ini adalah Kos “Mawar Putih” yang merupakan penyedia penyewaan kamar/kos yang berlokasi di sekitar RS Mitra Kelurga tepat di Jl. Suparman V Gg. Buntu no 14 Waru – Sidoarjo yang memiliki kemampuan bersaing dengan usaha sejenis.

Kos “Mawar Putih” merupakan usaha kos yang mampu bersaing, hal ini dapat dilihat dari lamanya penghuni kos berada di kos “Mawar Putih”, berikut tabal data lama tinggal penghuni kos “Mawar Putih” :

Tabel 1.1 Data Lama Tinggal Pengghuni Kos “Mawar Putih”

Jumlah Orang	Waktu Tinggal
5 Orang	2014 – Sekarang
7 Orang	2015 – Sekarang
5 Orang	2016 – Sekarang
3 Orang	Agustus 2017

Sumber: Diolah pada tahun 2017

Dari tabel di atas 13 orang dari 20 orang telah tinggal selama lebih dari 3 tahun hal ini membuktikan bahwa kos “Mawar Putih” memiliki tempat yang cukup

nyaman untuk dihuni. Dari penghuni lama tersebut tentunya ada penghuni yang masuk, pada rentang tahun 2015 – 2016 ada sekitar 2-4 anak keluar dan masuk kos “Mawar Putih”. Perbandingan penghuni yang tinggal lebih besar dari pada penghuni yang keluar/pindah, hal ini juga yang membuktikan bahwa kos “Mawar Putih” memiliki kekuatan untuk bersaing.

Untuk kemampuan dalam meningkatkan kepuasan secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelanggengan hidup suatu perusahaan. Begitu pula pada kos “Mawar Putih” harus meningkatkan kepuasan secara terus menerus agar usaha yang dijelaskan mampu bersaing dan bertahan lama. Melihat banyaknya usaha yang sejenis, maka kos “Mawar Putih” berusaha melakukan perbaikan dan penyusunan strategi yang signifikan guna meningkatkan kepuasan dan kelayakan konsumen.

Kos “Mawar Putih” memiliki kelebihan dari kos-kos pada umumnya. Konsumen kos ini terdiri dari pasutri, pria, dan wanita. Dapat dilihat mulai tempat tinggal, kebersihan, fasilitas sampai manajemennya yang relatif lebih baik dari pada kos-kos di sekitarnya/pesaing. Dari segi kebersihan kos ini memiliki petugas umum yang membersihkan kawasan kos disekitar kamar konsumen atau area lingkungan kos “Mawar Putih” yang dilakukan sehari 2 (dua) kali pagi dan sore. Pun seandainya konsumen meminta bantuan untuk membersihkan kamar petugas bersedia membantu untuk pembersihan. Kebersihan diutamakan agar membuat konsumen kos “Mawar Putih” nyaman untuk menempati kos dan agar konsumen betah tinggal serta terus memperpanjang untuk menyewa kamar di kos “Mawar Putih”.

Dengan lahan yang relatif tidak terlalu besar, kos ini memiliki desain minimalis dan menarik dibanding kos lain. Kos ini pun memiliki 3 (tiga) lantai. Lantai atas (lantai dua) memiliki 15 (lima belas) kamar dengan luas kamar yang standar (9 m^2). Setiap kamar tersebut memiliki fasilitas meja, kursi, kasur, lemari, lemari baju gantung, kamar mandi di dalam kamar semua fasilitas untuk memudahkan dan memberi kenyamanan buat konsumen, dan untuk lantai dasar memiliki 8 (delapan) kamar yang luasnya lebih besar dari kamar lantai atas (21 m^2) memiliki fasilitas meja belajar, kursi, kasur, sofa, lemari baju, lemari baju gantung, TV, AC, dan lemari es. Fasilitas kamar bawah lebih banyak dari fasilitas kamar atas karena harganya juga berbeda. Meskipun luas kamar berbeda, tapi di setiap kamar memakai listrik token. Fasilitas umum yang bisa dipakai semua konsumen kos yaitu 3 (tiga) buah Wi-Fi dengan kecepatan tinggi, dapur umum di lantai dasar, tempat menjemur baju di lantai tiga (paling atas), tempat menerima tamu para konsumen (terdiri atas kursi, meja, kipas, kamar mandi tamu), memiliki tempat parkir yang luas bisa menampung 4 (empat) mobil dan kurang lebih 20 (dua puluh) sepeda dan sepeda motor. Penghuni setiap kos diberi kewajiban untuk menyimpan kunci pagar dan kunci kamar masing-masing. Agar memudahkan akses untuk penghuni keluar atau masuk kawasan kos.

Hal yang juga memudahkan adalah sistem pembukuan untuk pembayaran sewa kos terstruktur, setiap bulan ada track record, pendapatan dan pengeluarannya memudahkan pemilik untuk mengetahui pendapatan per bulannya, yaitu per kamar kos yang atas (luas 9 m^2) Rp.700.000,- dan per kamar yang bawah (luas 21 m^2) Rp.2.000.000,-.

Kos “Mawar Putih” juga memiliki sistem untuk menawarkan jasanya melalui situs web pencarian kos-kosan yang mempermudah orang untuk mencari kos tersebut. Tertera no telepon pemilik, alamat, peta lokasi, dan beberapa gambar kos “Mawar Putih” tersebut. Dengan adanya situs web tersebut memudahkan calon konsumen mengetahui kos ini. Kos yang hanya berjarak 50 m dengan RS Mitra Keluarga, minimarket, apotek, rumah makan, dan laundry. Dalam radius ± 1 km ada pusat perbelanjaan, gerbang Tol Waru, Stasiun Waru, dan Terminal Purabaya. Dalam radius ± 2 km ada perkantoran, pabrik, dan bandara Juanda. Sehingga membuat membuat kos ini juga semakin unggul dibanding pesaing.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti kesesuaian teori yang ada dengan fakta dilapangan yang dipengaruhi oleh beberapa fakta. Berdasarkan kajian secara empiris dan secara teoritis maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul “Strategi Bisnis Pada Kos “Mawar Putih” di Waru - Sidoarjo”.

1.2 Batasan Penelitian

Berdasarkan keadaan situasi dan kondisi serta fakta yang terjadi di kos “Mawar Putih” yang ditetapkan sebagai fokus penelitian maka peneliti membatasi penelitian yaitu hanya membahas strategi bisnis yang mencakup deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT di kos “Mawar Putih”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

“Bagaimana strategi bisnis yang tepat bagi kos “Mawar Putih” yang berlokasi di Jl. Suparman V Gg. Buntu no 14 Waru – Sidoarjo ?”

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang diperoleh adalah sebagai berikut :
“untuk mengetahui strategi bisnis yang tepat bagi kos “Mawar Putih” yang berlokasi di Jl. Suparman V Gg. Buntu no 14 Waru – Sidoarjo.”

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Secara Teoritis

Bagi penulis, berharap dari penelitian ini akan mampu menambah wawasan serta lebih mengerti dan memahami teori-teori yang didapat selama proses perkuliahan dimana berhubungan dengan strategi bisnis.

1.5.2 Secara Praktik

- a. Bagi Universitas, penelitian ini dapat menambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran terutama dalam strategi bisnis.
- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberi sumbangan keputusan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan yang sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.