

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan perekonomian di Indonesia tidak terlepas dari dukungan pengembangan bisnis. Salah satu wujud atau bentuk pengembangan bisnis yang sementara berkembang dan marak ditemukan di beberapa Kota besar yang ada di Indonesia adalah bisnis rumah produksi. Bisnis ini telah menjadi sebuah bisnis yang memberi prospektif profit yang menggembirakan. Menjadi wajar bila pengembangan bisnis ini banyak dilirik oleh para pengusaha yang memiliki talenta di bidang desainer, kecantikan, *fashion*, *wedding organizer*, dan yang lainnya.¹

Pengembangan usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat, apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnis pun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba.² Perkembangan usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai berproses hingga terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.³

Strategi pengembangan usaha merupakan sekumpulan kebijakan, tujuan, aktivitas dan perencanaan perusahaan untuk mencapai kesuksesan, mempertahankan kelangsungan dan mengidentifikasi kesempatan bisnis di tengah pasar. Oleh karena itu, sifat strategi pengembangan adalah berorientasi

¹ Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nas Media Pustaka, 2020).

² Widaningsih, *Aspek Hukum Kewirausahaan*.

³ Vabella, "H Asan Bagi Perkembangan Usaha Mikro Pada Baitul Maal Al-Amin .,"

ke masa depan. Hal ini juga termasuk dalam peningkatan pendapatan, pertumbuhan dalam hal ekspansi bisnis, peningkatan profitabilitas dengan membangun kemitraan strategis, dan membuat keputusan bisnis strategis.⁴ Menurut Hunger dan Whellen perumusan strategi pengembangan adalah suatu pengembangan rencana usaha jangka panjang untuk manajemen efektif pada kesempatan dan ancaman lingkungan yang dapat dilihat dari kekuatan dan kelemahan perusahaan. Strategi yang dirumuskan bersifat lebih spesifik.⁵

Dalam Islam bukan merupakan suatu larangan bila umatnya mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya, namun harus sesuai dengan syariat dan tidak bertentangan ajaran dalam syariat Islam. Islam juga menganjurkan umatnya untuk berproduksi dan berperan dalam berbagai bentuk aktivitas ekonomi, pertanian, perkebunan, perikanan, pendistribusian, dan perdagangan, bekerja dalam pandangan islam merupakan suatu kewajiban agama, sehingga perlu diperhatikan cara dan proses kerja yang akan membawa konsekuensi terhadap hasil, karena Ekonomi Islam menolak mengambil keuntungan atau pendapatan yang diperoleh bukan berdasarkan pada pendapatan yang halal dari usaha.

Bagdam *Collection* merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang penjualan busana muslim di Kota Tasikmalaya. Selama bertahun-tahun, Bagdam *Collection* mengandalkan sistem penjualan secara *offline* dengan mendistribusikan produknya ke

⁴ Siregar, Gusnina, and Gulo, "Strategi Pengembangan Usaha Keripik Pisang Di Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhanbatu Selatan."

⁵ Abdul Hafiz Ihza Mahendra and Asmawi, "Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif Swot Dan Bmc."

beberapa pasar tradisional di wilayah Tasikmalaya dan Jakarta, seperti Pasar Cideng, Pasar Dadaha, X-Sha, Sen-Sen, dan Masjid Agung. Untuk memenuhi kebutuhan pasokan busana muslim, Bagdam *Collection* mendapatkan suplai dari pemasok utama, yaitu Azad Textile.

Namun, dalam beberapa waktu terakhir, Bagdam *Collection* mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Meskipun telah membangun jaringan distribusi dan suplai di wilayah Tasikmalaya, penjualan Bagdam *Collection* terus menurun secara drastis. Penurunan penjualan ini tentunya berdampak pada pendapatan dan keberlanjutan usaha Bagdam *Collection*.

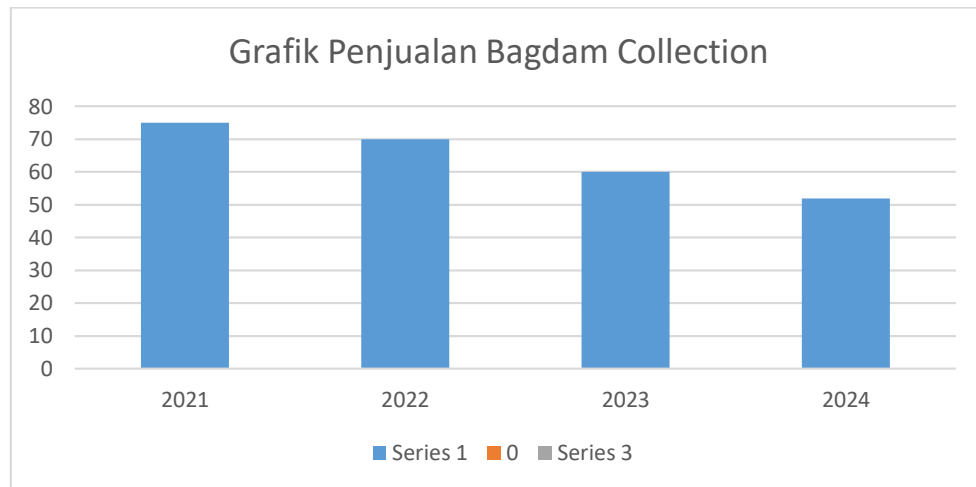
Adapun jumlah data penjualan produk Bagdam *Collection* dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1 Penjualan Bagdam *Collection*

NO	TAHUN	PENJUALAN (PER KODI)
1.	2021	75
2.	2022	70
3.	2023	60
4.	2024	52

Sumber: Hasil Wawancara.⁶

⁶ Owner Elis, *Hasil Wawancara*, 2024 11 Juni Pukul 19:30 Tasikmalaya.



Gambar 1.1 Penjualan Bagdam Collection

Sumber: Hasil Wawancara.⁷

Berdasarkan tabel dan grafik penjualan Bagdam *Collection* diatas, dapat dilihat adanya penurunan penjualan secara konsisten dari tahun 2021 hingga 2024. Pada tahun 2021, penjualan mencapai 75 kodi, namun terus menurun menjadi 70 kodi di tahun 2022, 60 kodi di tahun 2023, dan terakhir hanya 52 kodi di tahun 2024. Penurunan penjualan terbesar terjadi antara tahun 2022 dan 2023, dengan selisih penurunan sebesar 10 kodi. Ini merupakan penurunan terbesar dalam rentang waktu empat tahun yang disajikan.

Secara keseluruhan, dari tahun 2021 ke 2024, penjualan Bagdam *Collection* per kodi mengalami penurunan sebesar 30,67%. Pada tahun 2021, penjualan berada di angka 75 kodi, sedangkan pada tahun 2024, penjualan hanya mencapai 52 kodi. Penurunan ini berdampak besar tidak hanya pada tingkat penjualan tetapi juga pada modal yang dimiliki perusahaan. Modal yang awalnya dapat digunakan untuk pengembangan usaha dan memperkuat

⁷ Owner Elis, *Hasil Wawancara*, 2024 11 Juni Pukul 19:30 Tasikmalaya.

operasional bisnis mulai terkikis akibat berkurangnya pendapatan dari penjualan yang terus menurun.

Penelitian ini akan dilakukan di Bagdam *Collection*, dengan fokus pada analisis SWOT bertujuan untuk mengungkapkan penyebab utama penurunan penjualan dan memberikan rekomendasi solusi yang sesuai. Analisis ini diharapkan dapat mengidentifikasi faktor-faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan Bagdam *Collection*, serta faktor-faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman yang dihadapi dalam industri busana muslim yaitu mukena, baju koko dan gamis di wilayah Kota Tasikmalaya. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak bagi Bagdam *Collection* untuk mengatasi tantangan penurunan penjualan yang konsisten selama empat tahun terakhir. Penurunan penjualan berdampak langsung pada modal kerja yang dimiliki oleh Bagdam *Collection*. Modal yang seharusnya digunakan untuk memperluas usaha dan berinovasi dalam produk kini mulai terkuras untuk menutupi biaya operasional sehari-hari. Dengan semakin menipisnya modal, kemampuan perusahaan untuk berinvestasi dalam perbaikan dan pengembangan usaha juga semakin terbatas. Tanpa modal yang cukup, Bagdam *Collection* akan sulit mempertahankan kelangsungan bisnis, apalagi menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri busana muslim.

Strategi pengembangan usaha yang efektif dapat membantu Bagdam *Collection* dalam mengatasi penurunan penjualan dan menciptakan peluang pertumbuhan baru. Maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil judul

"Analisis Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Penjualan Pada Bagdam *Collection* Kota Tasikmalaya".

Dengan melakukan analisis SWOT, penelitian ini diharapkan dapat mengungkap akar penyebab penurunan penjualan dari berbagai perspektif, baik faktor internal maupun faktor eksternal yang mempengaruhi Bagdam *Collection*. Hasil analisis ini akan menjadi dasar yang kuat bagi Bagdam *Collection* untuk merumuskan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha serta memperbaiki kinerja penjualan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

B. Rumusan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pokok masalah yang dapat diambil yaitu bagaimana strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan pada Bagdam *Collection* Kota Tasikmalaya?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan permasalahan yang terjadi, maka dapat ditentukan tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan pada Bagdam *Collection* Kota Tasikmalaya.

D. Kegunaan Penelitian

Peneliti memiliki harapan untuk terealisasinya sebuah karya ilmiah yang bermanfaat kepada para pembaca. Manfaat yang diharapkan antara lain:

1. Kegunaan Praktis

Penulis berharap hasil skripsi ini dapat digunakan dalam dunia praktis sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan strategi pengembangan usaha khususnya untuk *Bagdam Collection* di Kota Tasikmalaya, dengan harapan dapat membawa perusahaan dan pihak yang bersangkutan ke arah yang lebih baik lagi.

2. Kegunaan Teoritis

Penulis berharap hasil skripsi ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangan usaha dalam meningkatkan penjualan.