

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perusahaan yang mempunyai pondasi yang relatif kuat untuk selalu berkembang. Seiring dengan pelayanan yang memuaskan dari tingginya kepercayaan terhadap perusahaan tersebut, Perusahaan menjadi salah satu perusahaan yang dapat bersaing dan terus berkembang dengan senantiasa mengedepankan mutu dan kualitas pelayanan. Pengerjaan dengan standar kualitas yang baik dan pengiriman tepat waktu menjadi prinsip kerja yang menjadi acuan bagi seluruh bagian dari perusahaan. Karena permintaan pasar yang cukup dinamis, maka perusahaan dapat mengikuti *consumen demand* dengan produk yang tidak hanya fokus pada *style* tertentu, melainkan perusahaan tersebut dapat mengerjakan berbagai macam produk garment. Dengan etos kerja yang tinggi serta memperhatikan standar kualitas yang tinggi pula CV. Fairuz Group siap untuk menjadi bagian dari patner kerjasama yang saling menguntungkan.¹

Setiap perusahaan pasti menginginkan perusahaan tersebut maju dan berkembang seperti perusahaan pada umumnya, untuk bisa membuat perusahaan tersebut berkembang tentunya membutuhkan proses yang sangat lama apalagi kalau perusahaan tersebut memulai usahanya mulai dari nol pastilah tidak mudah dan membutuhkan waktu yang lama untuk bisa berkembang pesat. Pada kenyataannya banyak usaha yang pendiriannya tanpa perencanaan lokasi yang tepat sehingga banyak diantara usaha tersebut yang berpotensi tidak efisien bahkan bisa mengalami kegagalan kalau perusahaan tersebut tidak ditangani secara intensif. Perusahaan tersebut juga harus memahami faktor apa saja yang bisa membuat perusahaan berkembang pesat dan yang bisa membuat perusahaan tersebut berkembang yaitu antara lain faktor eksternal dan faktor internal, faktor eksternal itu sendiri ada dua macam yang pertama

¹ Hasil observasi di CV. Fairuz Group Demak, pada tanggal 21 agustus 2018.

eksternal makro dan eksternal mikro, dalam memajukan sebuah perusahaan membutuhkan beberapa faktor agar bisa menjadi pondasi yang kuat agar nantinya tidak mudah goyah jika suatu saat perusahaan tersebut mengalami masalah di dalam usahanya. Kebanyakan di antara kami sudah menyadari bahwa lingkungan di sekitar kita selalu bergerak, berubah, dan memengaruhi kehidupan kita. Dalam dunia yang semakin kompetitif, melakukan perubahan dalam perusahaan adalah sebuah kebutuhan mutlak. Namun, pengalaman empiris menunjukkan bahwa upaya perubahan tidak selalu berhasil. Untuk itu, perubahan yang dilakukan perlu dikelola dengan baik dan benar.²

Pengembangan menjadi perhatian utama bagi perusahaan yang menempatkan sumber daya manusia sebagai salah satu sumber keunggulan kompetitif, karena hal ini terkait dengan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan pelayanan pada pelanggan, serta implementasi strategi baru dalam memenangkan persaingan. Pengembangan sumber daya manusia terkait dengan tujuan jangka panjang perusahaan. Dengan program pengembangan diharapkan mengurangi ketergantungan perusahaan terhadap sumber daya dari luar. Program pengembangan yang efektif akan menurunkan biaya untuk proses rekrutmen dan seleksi. Di samping itu, program pengembangan ini akan memiliki dampak yang positif terhadap motivasi dan komitmen karyawan karena adanya kesempatan untuk meningkatkan jenjang karir serta penghargaan terhadap karyawan yang ada.³ Selain sumber daya manusia yang baik adalah suatu individu muslim yang memiliki dua sifat mendasar, yaitu kuat dan amanah. Sebagaimana dalam surat Al-Qashash ayat 26:

قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ ^ط إِنَّ خَيْرَ مَنِ اسْتَجَرْتُ الْقَوِيَّ الْأَمِينُ ﴿٢٦﴾

² Wibowo, *Manajemen Perubahan*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2016.

³ Sofjan Assauri, *Strategic management, Sustainable Competitive Advantage*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013.

Artinya : *“salah seorang dari kedua wanita itu berkata: “ya bapakku ambillah ia sebagai orang yang bekerja (pada kita), karena sesungguhnya orang yang paling baik yang kamu ambil untuk bekerja (pada kita) ialah orang yang kuat lagi dapat dipercaya”*⁴

Pengembangan merupakan usaha mengurangi atau menghilangkan terjadinya kesenjangan antara kemampuan karyawan dengan yang dikehendaki organisasi. Usaha tersebut dilakukan melalui peningkatan kemampuan kerja yang dimiliki karyawan dengan cara menambah pengetahuan dan keterampilan serta merubah sikap. Karyawan merupakan kekayaan organisasi yang paling berharga, karena dengan segala potensi yang dimilikinya karyawan dapat terus dilatih dan dikembangkan, sehingga dapat lebih berdaya guna, prestasinya menjadi semakin optimal untuk mencapai tujuan organisasi. Adanya kesenjangan antara kemampuan karyawan dengan yang dikehendaki organisasi, menyebabkan perlunya organisasi menjembatani kesenjangan tersebut, salah satu caranya pelatihan dan pengembangan. Dengan demikian diharapkan seluruh potensi yang dimiliki karyawan yaitu pengetahuan, keterampilan dan sikap dapat ditingkatkan, dengan ditingkatkannya pengetahuan karyawan maka perusahaan akan mengalami kemajuan.⁵

Dalam memajukan usaha juga membutuhkan modal yang tidak sedikit karena modal adalah masalah yang sangat penting dan perusahaan bisa mengalami kemajuan apabila keuangan perusahaan lancar dan tidak ada hambatan. Telah umum diketahui bahwa strategi perusahaan berarti para perumus strategi secara sadar menyatakan dalam bidang apa perusahaan bergerak sekarang dan di bidang apa perusahaan akan bergerak di masa yang akan datang. Telah diketahui pula bahwa perumusan strategi hanya akan berlangsung dengan efektif apabila para perumus strategi dalam perusahaan memahami kondisi lingkungan eksternal yang “jauh”, lingkungan eksternal yang “dekat” dan perkembangan yang terjadi dalam industri atau sektor industri tertentu dimana perusahaan tersebut bergerak.

⁴ Al-Qur'an, Surat Al-Baqarah ayat 26, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Karya Toha Putra, Semarang, 1995, hlm.

⁵ Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Refika Aditama, Bandung, 2016.

Akan tetapi pemahaman yang tepat tentang kondisi lingkungan eksternal tersebut harus dikaitkan dengan suatu analisis yang mendalam tentang situasi internal yang dihadapi oleh perusahaan yang bersangkutan. Semakin sulitnya mendapatkan pekerjaan, karena terbatasnya lapangan pekerjaan dan terbatasnya kemampuan, mendorong orang untuk membuka usaha sendiri.⁶

Kalau dilihat akhir-akhir ini banyak bermunculan usaha-usaha baru, khususnya usaha mikro dan kecil. Anggapan mereka hanya usaha inilah yang dapat mereka lakukan untuk menopang kebutuhan keluarga yang dari hari ke hari semakin bertambah. Kebanyakan mereka melakukan usaha secara asal-asalan, tanpa banyak pertimbangan dan perencanaan. Sehingga tak heran bila banyak diantaranya yang bagai pepatah, hidup segan mati pun tak mau, hanya asal bisa bertahan saja. Banyak kendala yang dihadapi dalam upaya membuat usaha mikro dan kecil berhasil. Besarnya modal bagi setiap usaha adalah merupaka masalah yang sangat penting, modal yang terlalu besar dari apa yang dibutuhkan akan menambah beban pembiayaannya, terlebih lagi bila modal tersebut bukan modal sendiri. Akan tetapi modal yang terlalu sedikit dari kebutuhannya juga akan menyulitkan jalannya usaha yang akan dilakukan. Pada usaha mikro dan usaha kecil sering kali belum ada pemisahan antara keuangan dengan keuangan usaha, sehingga masalah besarnya modal ini bisa menghambat keberhasilannya.⁷

Pada kenyataannya banyak usaha yang pendiriannya tanpa perencanaan lokasi yang tepat sehingga banyak diantara usaha tersebut yang berpotensi tidak efisien, sebagai akibatnya usaha yang dilakukan sulit mendapat keuntungan dan akhirnya ditutup sama sekali karena selalu merugi. Pada sebuah bisnis kita akan dapat melihat dari dua sudut pandang yang berbeda yaitu : sudut pandang bisnis dan aspek di luar bisnis yang

⁶ Usman Efendi, *Asas Manajemen*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2014.

⁷ Ibid, hlm. 73.

mempengaruhi bisnis. Aspek bisnis dari sudut pandang organisasi sudah pasti merupakan faktor internal sebuah perusahaan atau bisnis. Aspek internal sebuah bisnis dapat dilihat dari pemilik atau entrepreneur dan organisasi. Pengelolaan aspek manajemen harus dilakukan dengan teliti dan optimal sehingga dapat mempercepat pertumbuhan bisnis yang sedang dijalankan, aspek eksternal sebuah bisnis merupakan aspek yang berada di luar sebuah bisnis namun mampu memberikan pengaruh terhadap keberlangsungan bisnis.⁸

Perusahaan yang gagal dalam mengelola aspek internal dan eksternal dari bisnisnya akan terancam mengalami kebangkrutan sehingga tidak dapat bersaing dengan perusahaan atau bisnis lainnya yang ada di pasar. Pengelolaan perusahaan atau bisnis sangat penting sekali dilakukan oleh entrepreneur. Adanya perubahan dan persaingan yang dinamis dalam suatu industri dapat menemukan peluang yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan. Selain itu analisa lingkungan eksternal dapat membantu pengusaha menentukan kebutuhan dan keinginan pasar. Sebaliknya analisa lingkungan internal memperlihatkan apa yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan internal terhadap keunggulan bersaing. Suatu perusahaan harus memiliki suatu strategi bisnis sehingga bisa lebih unggul dari para pesaingnya serta dapat terus beroperasi dan bersaing di masa mendatang.⁹

Dalam menciptakan persaingan yang sehat, perusahaan berupaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang terbaik. Demikian juga dengan CV. Fairuz Group Demak, perusahaan tersebut pun melakukan hal yang sama dengan menerapkan strategi diferensiasi produk dan berusaha untuk membangun citra perusahaan yang baik dimata konsumen. Permasalahan disini adalah

⁸ Ibid, hlm. 74.

⁹ Senja Nilasari, *Manajemen Strategi*, Dunia Cerdas, Jakarta, 2014, hlm. 105.

bahwa banyak perusahaan yang menghasilkan barang sejenis yang menawarkan produknya dengan harga yang lebih rendah dan kualitas produk yang rendah untuk mematikan para pesaingnya.¹⁰

Dengan adanya perencanaan strategi bisnis yang cepat, tepat dan efektif, diharapkan perusahaan dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dan dapat terus beroperasi, bersaing dan mencapai tujuannya. Menganalisis suatu strategi dan situasi bertujuan untuk mempertimbangkan keadaan baik situasi internal maupun eksternal, yang langsung mempengaruhi peluang dan pilihan strategi. Analisis industri dan persaingan menekankan pada pengaruh lingkungan eksternal sedangkan analisis situasi perusahaan berdasarkan pada pengaruh lingkungan internal. Termasuk dalam lingkungan eksternal adalah faktor-faktor yang lebih luas di luar perusahaan seperti situasi politik, hukum, sosial, ekonomi, kependudukan dan lain-lain. Sedangkan yang tergolong lingkungan internal adalah faktor-faktor yang lebih sempit dan dekat dengan perusahaan seperti faktor internal perusahaan, pesaing, supplier, distributor, konsumen dan lain-lain. Industri merupakan suatu kelompok usaha, dimana produknya mempunyai kesamaan atribut dan bersaing untuk pembeli yang sama.¹¹

Dalam menciptakan perusahaan yang maju dan berkembang, perusahaan berupaya untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan memberikan pelayanan yang terbaik. Demikian juga dengan CV. Fairuz Group Wonorejo Demak, perusahaan tersebut pun melakukan hal yang sama dengan menerapkan faktor eksternal dan faktor internal perusahaan dan berusaha untuk mengembangkan perusahaan dan membanhun citra perusahaan yang baik dimata konsumen. Permasalahan disini adalah bahwa banyak perusahaan yang menghasilkan barang sejenis dan bisa mengembangkan perusahaannya.

¹⁰ Hasil observasi di CV. Fairuz Group Demak, pada tanggal 21 agustus 2018.

¹¹ Senja Nilasari, *Op. Cit.* hlm. 105.

Hal yang jadi minat peneliti untuk meneliti CV. Fairuz Group Wonorejo Demak sebagai studi dalam penelitian ini karena pada dasarnya CV. Fairuz Group Wonorejo Demak merupakan suatu perusahaan yang berdiri dan berada ditengah-tengah persaingan produk pakaian yang sudah ada. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk menerapkan faktor-faktor yang mempengaruhi kemajuan perusahaan yang meliputi faktor eksternal dan internal perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian tentang **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemajuan Perusahaan (Studi Kasus CV. Fairuz Group di Desa Wonorejo Demak).”**

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini difokuskan:

1. Menggunakan paradigma kualitatif dengan tujuan untuk mencari informasi dan mengumpulkan data dalam rangka mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kemajuan perusahaan di CV. Fairuz Group.
2. Objek penelitian adalah CV. Fairuz Group.

C. Rumusan Masalah

Dari penjelasan diatas dapat ditarik permasalahan sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kemajuan perusahaan di CV. Fairuz Group Wonorejo Demak?
2. Apa saja faktor-faktor internal yang mempengaruhi kemajuan perusahaan di CV. Fairuz Group Wonorejo Demak?

D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian dipastikan penelitian tersebut harus mempunyai manfaat dan tujuan yang baik serta bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait di dalam penelitian tersebut. Maka manfaat yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kemajuan perusahaan di CV. Fairuz Group demak.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor internal yang mempengaruhi kemajuan perusahaan di CV. Fairuz Group demak.

E. Manfaat Penelitian

Setiap penulisan selalu mempunyai aspek kegunaan baik dalam pembangunan ilmu pengetahuan maupun dalam pengembangan secara praktis maupun dari segi aplikasi.

Dalam penulisan mempunyai dua manfaat yaitu :

1. Manfaat Praktis
 - a. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi kepada pihak perusahaan agar dapat mengetahui awal mula perusahaan itu terbentuk dan maju sampai sekarang.
 - b. Memberikan sumbangan informasi kepada pihak perusahaan untuk lebih giat dalam mengembangkan usahanya.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan bagi penelitian agar dapat menerapkan teori dengan keadaan di lapangan.
 - b. Dapat digunakan sebagai motivasi untuk dapat meningkatkan prestasi kinerja yang terkait dengan kemajuan perusahaan.

F. Sistematika Penelitian

Skripsi yang penulis susun ini terdiri dari 5 (lima) bab, dimana masing-masing bab dibagi menjadi beberapa bab. Adapun garis besar sistematika skripsi sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar.

2. Bagian Isi

Pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu :

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : Kajian Pustaka

Dalam bab ini berisi tinjauan pustaka yang menunjang dilakukannya penelitian ini. Meliputi strategi diferensiasi, citra merek dan keunggulan kompetitif, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini akan menguraikan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan, yaitu tentang gambaran umum objek penelitian, deskripsi data penelitian, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yaitu buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.