



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam Menyusun penulisan pada penelitian ini, penulis akan mencoba untuk membandingkan dan mencari kesamaan penelitian terdahulu saat ini dengan penelitian sebelumnya, guna untuk mendapatkan keterkaitan pada karya ilmiah yang akan diteliti. Berikut penelitian terdahulu yang terdapat di tabel dibawah ini :

Tabel 2 .1 Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul Penelitian	Metode & Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
1	Firman Jamali (2023)	Analisis Penerapan <i>Red Ocean Strategy</i> Sebagai Metode Bertahan Pada Pelaku Usaha Kecil Menengah di Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi.	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif melalui manajemen strategi bertahan	Persamaan: Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Pada Objek yang diteliti
2	Rival Nursema (2018)	Pengaruh Perkembangan <i>Minimarket</i> terhadap	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik	Persamaan: Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.



		Kelangsungan Usaha Warung Tradisional dan Strategi agar dapat Bersaing dan Bertahan Hidup di 3 Kecamatan Kota Tangerang Selatan.	SWOT.	Perbedaan: 1) Pada Objek yang diteliti
3	Damis M (2018)	Strategi Kebertahanan Usaha Warung Kopi Tikala Manado (Suatu Tinjauan Antropologi).	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif	Persamaan: Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Pada Objek yang diteliti.
4	Norman, E., Permana, Y., & Prasetyowati, R. A. (2019)	Perbandingan Keberlanjutan Bisnis Retail <i>Minimarket</i> Modern dan Retail Tradisional Warung Di Jawa	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan strategi	Persamaan; Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan: Pada Objek yang



		Barat		diteliti.
5	Laila Sofiyana (2023)	Implementasi Strategi Keunggulan Bersaing (<i>Competitive Advantage Strategy</i>) dalam Mempertahankan Kepercayaan Pelanggan Pada Merk (<i>Brand Trust</i>) sebagai Produk Asli Negara (<i>Country Of Origin</i>) Produk Pupuk Di PT.Petrokimia Gresikk	Metode yang digunakan adalah metode kualitatif melalui strategi keunggulan	Persamaan: Sama-sama menggunaka metode penelitian kualitatif Perbedaan: Pada Objek yang diteliti



2.1 Landasan Teori

Landasan teori merupakan pernyataan atau asumsi secara eksplisit terhadap sebuah teori yang akan dilakukan evaluasi dan penelitian. Landasan teori merupakan kegiatan mengumpulkan hasil pemikiran secara teoritis yang memiliki hubungan erat dengan teori yang diangkat dalam kepentingan mengumpulkan, mengolah data, dan membantu dalam proses analisis demi mengetahui sesuatu yang akan diteliti. (Berliana, 2021).

2.1.1 Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan suatu organisasi mencapai tujuan jangka panjangnya (David, 2016). Menurut Wheelen & Hunger (2012), manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang, meliputi pengamatan lingkungan, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi dan pengendalian strategi. Dari berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi adalah proses terintegrasi yang mencakup analisis lingkungan internal dan eksternal, penyusunan rencana strategis, pelaksanaan strategi, dan evaluasi hasil untuk memastikan organisasi mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Manajemen Strategi terus berkembang dengan mengintegrasikan berbagai pendekatan teoritis dan metodologis untuk meningkatkan efektivitas organisasi. Meskipun telah mencapai banyak



hal, bidang ini masih menghadapi tantangan dalam memperkaya teori dan meningkatkan variasi empiris. Dengan terus mengembangkan metodologi dan pendekatan baru, manajemen strategi dapat terus berkontribusi pada peningkatan kinerja organisasi di berbagai sektor.

2.1.1.1 Tujuan dan Fungsi Manajemen Strategi

Tujuan manajemen strategi adalah memastikan organisasi memiliki arah yang jelas dalam mencapai visi dan misi, memanfaatkan peluang, mengantisipasi ancaman, serta mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki. Fungsi manajemen strategi meliputi:

1. Memberikan arah bagi seluruh bagian organisasi.
2. Mengidentifikasi peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.
3. Mengoptimalkan kekuatan internal dan meminimalkan kelemahan.
4. Mengkoordinasikan pengambilan keputusan di semua level manajemen.

2.1.1.2 Tahapan Manajemen Strategi

Menurut Pearce & Robinson (2013), tahapan manajemen strategi meliputi:

- a. Formulasi Strategi
 - a) Analisis lingkungan internal dan eksternal (misalnya dengan SWOT).



b) Penetapan visi, misi, tujuan, dan strategi utama.

b. Implementasi Strategi

a) Mengalokasikan sumber daya.

b) Menetapkan struktur organisasi.

c) Melaksanakan kebijakan dan program kerja.

c. Evaluasi dan Pengendalian Strategi

a) Memantau hasil pelaksanaan strategi.

b) Mengukur efektivitas dan efisiensi.

c) Melakukan perbaikan atau penyesuaian strategi.

2.1.1.3 Relevansi Manajemen Strategi dengan Penelitian

Penelitian ini menggunakan manajemen strategi sebagai kerangka berpikir utama untuk menganalisis bagaimana Warung Madura mampu bertahan di tengah persaingan dengan minimarket modern. Strategi bertahan yang diterapkan warung merupakan bentuk implementasi manajemen strategi pada skala usaha mikro, yang mencakup analisis situasi, perumusan langkah-langkah bertahan, pelaksanaan strategi, dan evaluasi hasil.

2.1.2 Strategi Bertahan

Menurut Ahimsa (dalam Damis, 2018), strategi adalah hasil interpretasi manusia menggunakan kerangka pemikiran tertentu atas situasi yang dihadapi sehingga membentuk pola-pola usaha yang direncanakan untuk mencari solusi dari suatu masalah. Bertahan



adalah kemampuan sistem, komunitas atau masyarakat terkena terhadap bahaya untuk menahan, menyerap, mengakomodasi, dan memulihkan dari efek bahaya secara tepat waktu dan cara efisien, termasuk melalui cara pelestarian dan pemulihan yang penting dasar struktur dan fungsi (Muller dalam Damis 2018).

“Strategi bertahan merupakan pola-pola usaha yang digunakan agar mampu bertahan menghadapi suatu masalah yang dihadapi hingga dapat menyelesaikan permasalahan itu.” (Sari & Susilo, 2021). Sedangkan menurut (Masturi et al., 2021) Strategi bertahan merupakan usaha yang dilakukan dengan rencana oleh individu atau kelompok untuk memperoleh tujuan yang diinginkan serta untuk memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi. Dalam hal ini berupa perbuatan atau tindakan.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa strategi bertahan adalah suatu pola usaha yang direncanakan dan dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menghadapi serta menyelesaikan permasalahan yang dihadapi secara efektif. Strategi ini melibatkan berbagai tindakan, baik dalam bentuk adaptasi, inovasi, maupun pengelolaan sumber daya yang tersedia, dengan tujuan mempertahankan eksistensi dan mencapai tujuan yang diinginkan.



2.1.3 Persaingan

Menurut Michael Porter, persaingan (kompetisi) dalam suatu industri memiliki beberapa dimensi yang perlu dipertimbangkan, bukan hanya antar perusahaan yang sudah ada. Porter mengusulkan kerangka kerja "Lima Kekuatan Persaingan" yang mencakup persaingan antar pesaing, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar-menawar pemasok dan pembeli, ancaman produk substitusi, dan ancaman dari kekuatan baru.

Ada 5 langkah utama yang harus anda perhatikan dalam melakukan porter five forces. Diantaranya adalah :

a. Persaingan industri

Persaingan dalam industri seringkali berasal dari perusahaan lain yang menawarkan produk atau layanan serupa. Dampak dari kekuatan ini bisa sangat signifikan terhadap profitabilitas industri. Ketika persaingan sengit, banyak perusahaan harus berjuang untuk merebut pangsa pasar yang sama, sehingga mendorong mereka untuk menerapkan strategi seperti penurunan harga untuk meningkatkan daya tarik bagi pembeli

b. Ancaman pendatang baru

Ancaman pendatang baru mengacu pada seberapa mudah atau sulitnya perusahaan baru memasuki pasar. Jika hambatan masuk rendah, maka ancaman pendatang baru meningkat, karena lebih banyak perusahaan dapat memasuki industri tersebut.



Sebaliknya, industri dengan hambatan masuk tinggi lebih menarik karena dapat mengurangi risiko persaingan yang meningkat dan dampaknya terhadap profitabilitas

c. Ancaman produk pengganti

Produk pengganti adalah barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang sama dengan produk yang sudah ada di pasar. Ketika produk pengganti muncul, sering kali terjadi perubahan signifikan dalam profitabilitas karena konsumen beralih ke produk baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka

d. Kekuatan tawar menawar pembeli

Daya tawar pembeli adalah kemampuan mereka untuk menekan harga atau meminta kualitas produk yang lebih baik. Pembeli memiliki kekuatan tawar yang besar ketika ada banyak pilihan produk serupa di pasar atau ketika permintaan produk rendah. Hal ini dapat memaksa perusahaan untuk menurunkan harga atau meningkatkan kualitas, yang keduanya dapat mengurangi profitabilitas perusahaan

e. Kekuatan tawar menawar pemasok

Kekuatan pemasok dalam menentukan harga sangat bergantung pada seberapa besar kontrol mereka atas pasokan yang dibutuhkan oleh perusahaan lain. Jika pemasok hanya sedikit dan banyak perusahaan yang bergantung pada mereka, maka pemasok memiliki kekuatan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan



menentukan syarat-syarat yang menguntungkan bagi diri sendiri. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan yang membutuhkan pasokan tersebut harus beradaptasi dengan harga dan syarat yang ditetapkan oleh pemasok, sehingga mempengaruhi profitabilitas mereka.

2.1.4 Minimarket

“Minimarket adalah salah satu toko modern yang sedang berkembang saat ini, keberadaan minimarket semakin diterima masyarakat untuk mencari kebutuhan sehari-hari dengan lokasi yang lebih dekat karena minimarket sudah tersebar di beberapa desa atau kelurahan” (Saputra et al., 2022).

“Minimarket adalah swalayan atau toko kecil yang menyediakan produk barang atau jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari oleh masyarakat. Definisi ini serupa dengan definisi dari toko kelontong, hanya saja *minimarket* adalah bentuk modern dari toko kelontong. Pada kebanyakan minimarket yang ada di Jambi saat ini belum mempunyai metode baku yang diterapkan.” (Prastiwi et al., 2022).

Menurut (Norman et al., 2019) toko modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk Perkulakan. Batasan Toko Modern ini dipertegas di pasal 3, dalam hal luas lantai penjualan sebagai berikut:



- a. *Minimarket*, kurang dari $400 m^2$ (empat ratus meter per segi).
- b. *Supermarket*, $400 m^2$ (empat ratus meter per segi) sampai dengan $5.000 m^2$ (lima ribu meter per segi).
- c. *Hypermarket*, diatas $5.000 m^2$ (lima ribu meter per segi).
- d. *Department Store*, diatas $400 m^2$ (empat ratus meter per segi).
- e. *Perkulakan*, diatas $5.000 m^2$ (lima ribu meter per segi).

2.1.5 Warung Madura

Istilah "Warung Madura" mengacu pada bisnis ritel tradisional yang dikelola oleh orang-orang Madura, baik yang tinggal di wilayah Madura sendiri maupun yang merantau ke berbagai daerah di Indonesia. Kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman, rokok, dan barang rumah tangga lainnya biasanya dijual di warung ini. Warung adalah usaha kecil mandiri yang dilakukan secara *informal* (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Warung Madura adalah contoh bisnis mikro yang fleksibel dan dekat dengan masyarakat. Yang membedakan Warung Madura dari warung biasa adalah karakteristik sosial, budaya, dan pola usahanya yang khas dan konsisten di berbagai daerah. Warung Madura adalah warung kelontong tradisional yang dikelola oleh masyarakat Madura, umumnya beroperasi 24 jam, dengan keunggulan fleksibilitas pelayanan, harga terjangkau, dan hubungan sosial yang erat dengan pelanggan.



2.1.5.1 Ciri Khas Warung Madura

1. Buka 24 Jam
2. Harga Kompetitif karena bebas Pajak
3. Menjual Produk eceran dan Bensin
4. Fleksibilitas pembayaran (bisa hutang bagi pelanggan setia)
5. Pelayanan personal dan ramah
6. Dikelola oleh keluarga perantau Madura

2.1.5.2 Perbedaan Warung Madura dengan Warung Tradisional

Lain

Tabel 2.2 Perbandingan Warung Madura dan Warung Lain

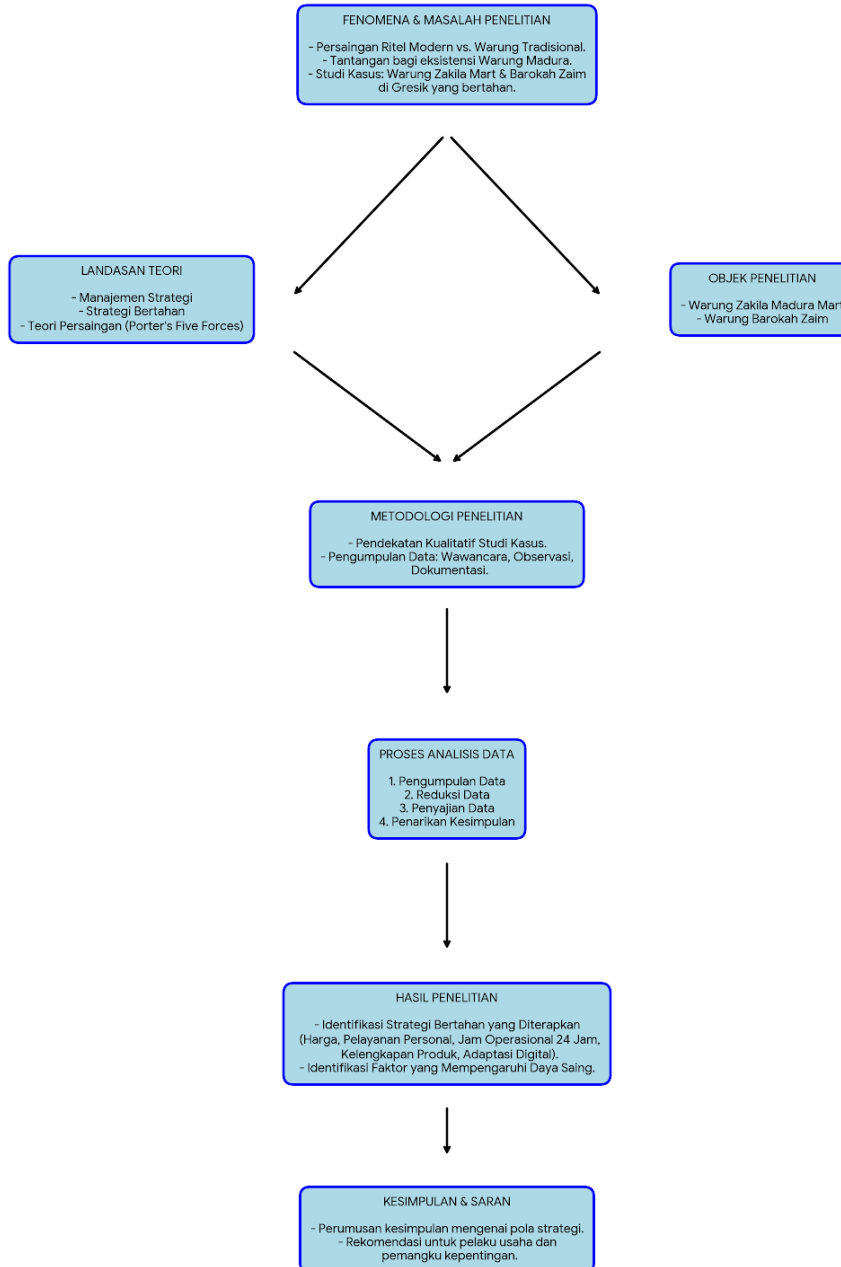
Aspek	Warung Madura	Warung Tradisional Lain
Jam Buka	24 Jam	Umumnya hanya Pagi dan malam
Harga	Lebih Murah	Standar Pasar
Produk	Lengkap, termasuk Bensin & Layanan isi Pulsa	Fokus Sembako atau barang tertentu
Sistem Pembayaran	Bisa Hutang untuk Pelanggan tertentu	Jarang nenberi hutang
Pengelolaan	Dikelola Keluarga perantau madura	Dikelola Lokal setempat
Jaringan Sosial	Solidaritas Perantau Madura yang kuat	Jaringan Sosial Lokal terbatas



Perbedaan ini menunjukkan bahwa Warung Madura memiliki keunggulan kompetitif yang bersifat unik, sehingga mampu bertahan di tengah persaingan yang ketat, termasuk dengan minimarket modern.

2.2 Kerangka Pemikiran

Bagan Kerangka Pemikiran Penelitian



Gambar 2 1 Gambar Alur Pemikiran

