

Business Strategy in Management Perspective: A Literature Review

Faaizal Ari Wibowo^{1*}, Nurita Andriani²

Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding Author: Faaizal Ari Wibowo ariwibowo.faaizal@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Strategy
Management, Business
Strategy, Management

Received : 5 September

Revised : 15 September

Accepted: 23 October

©2023 Wibowo, Andriani: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Business development in the world has entered the era of free markets and broad competition, not only in small areas but also in large areas. Efforts made by a company to win the market are by providing competitive advantages, analyzing competitors, and implementing effective and efficient marketing strategies

Strategi Bisnis dalam Perspektif Manajemen: Sebuah Review Literatur

Faaizal Ari Wibowo^{1*}, Nurita Andriani²

Universitas Trunojoyo Madura

Corresponding Author: Faaizal Ari Wibowo ariwibowo.faaizal@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Strategi Bisnis, Manajemen

Received : 5 September

Revised : 15 September

Accepted: 23 October

©2023 Wibowo, Andriani: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Perkembangan bisnis di dunia sudah masuk pada era pasar bebas dan persaingan yang luas, tidak hanya dalam lingkup kecil melainkan runag lingkup yang besar. Upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk dapat memenangkan pasar adalah dengan cara memberikan keunggulan-keunggulan bersaing, menganalisis pesaing, dan melakukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien

PENDAHULUAN

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan bahwa perkembangan ekonomi negara dapat diukur dengan pertumbuhan ekonomi yang menunjukkan pertumbuhan produksi barang dan jasa di bidang ekonomi tertentu dalam kurun waktu tertentu. produksi diukur berdasarkan konsep nilai tambah yang diciptakan oleh berbagai sektor ekonomi di daerah, dan secara umum disebut sebagai Produk Domestik Bruto . Walaupun kecil dari segi pekerja, aset dan omzet, namun karena jumlah penduduk yang besar, maka peran UKM dalam mendukung perekonomian menjadi sangat penting. Berdasarkan data yang diperoleh dari layanan promosi produk IKM 2018, usaha kecil menengah dan kecil adalah tulang punggung perekonomian Jawa Timur (Anak Ageng Bagas Putra Dewangga dan Nurita Andriani, 2022).

Usaha kecil mikro adalah unit usaha kecil yang dapat berfungsi sebagai pengaman baik dalam menyediakan alternatif kegiatan usaha produktif, alternatif penyaluran kredit dalam hal penyerapan tenaga kerja keuangan pada usaha. UKM memiliki peran yang penting dalam perekonomian, walaupun UKM hanya memiliki tenaga kerja, aset dan omzet yang tergolong kecil, tapi jumlahnya yang besar dan banyak membuat UKM menjadi penunjang bagi perekonomian.

Walaupun UMKM memiliki peran pada perekonomian di Indonesia namun UMKM tidak berjalan mulus karena masih ada hambatan yang dihadapi UMKM, saat ini UMKM susah berkembang serta masih belum sanggup bersaing, sehingga di perlukan strategi bisnis yang efektif dan efisien demi berkembangnya UMKM.

Berkembangnya bisnis di dunia sudah masuk pada era persaingan bebas dan luas, tidak hanya persaingan dalam lingkup yang kecil melainkan persaingan dalam lingkup besar, tentunya hal ini dapat menciptakan persaingan yang ketat. Persaingan terjadi karena faktor jumlah pesaing yang semakin meningkat dan banyaknya volume produk serta perkembangan teknologi yang semakin pesat. Maka perusahaan akan lebih akan lebih memerhatikan hal-hal apa saja yang akan mempengaruhi dan apa saja yang dapat membantu mereka dalam menentukan strategi bisnis yang harus di tetapkan oleh perusahaan.

Upaya yang di lakukan oleh perusahaan dalam rangka memenangkan pasar dengan beberapa cara diantaranya memberikan keunggulan dalam bersaing, menganalisis kompetitor, dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif yang disebut dengan strategi bersaing. Pengertian umum dari pengembangan bisnis adalah serangkaian proses yang dilakukan dalam mengembangkan dan menerapkan peluang pertumbuhan. Strategi dan pengambilan keputusan bersaing membutuhkan manajer yang kompeten dan dapat memahami kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) pesaing mereka serta keunggulan yang dimiliki perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Judul Artikel	Author dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean	Imam Malik 2020	Deskriptif dan Kualitatif	UD. Kreasi Lutvi melakukan strategi pemasaran dengan melihat perkembangan pasar dan minat beli konsumen. Analisis SWOT yang peneliti lakukan mempetakan diagram SWOT di posisi kuadran s1 dengan menggunakan strategi agresif dengan memanfaatkan peluang yang ada. Sedangkan dari sisi pengembangan bisnis analisis SWOT menyimpulkan dengan skor faktor internal 2,79 dan faktor eksternal 2,88.
2	Strategi Adaptasi Pedagang	Kurniati 2015	Deskriptif Analisis	Strategi produksi, strategi penjualan

	<p>Angkringan dalam Mempertahankan Eksistensi Hidup Studi di Kawasan Jl. KH. Ali Maksum Krapyak Yogyakarta (Perbandingan Antara Angkringn Tradisional Versus Angkringan Modern)</p>			<p>dan strategi pelayanan yang dilakukan angkringan Kang Harjo guna untuk menjaga keberlangsungan usaha dan memajukan usahanya.</p>
3	<p>Strategi Bisnis Angkringan Kopi Joss sebagai Pendukung Pariwisata Kota Yogyakarta Selama Pandemi COVID-19</p>	<p>Dyah Wahyunin Tyas, Haritsah Kusumaningrum, Pipin Kusumawati dan Harits Dwi Wiratma 2023</p>	<p>Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Strategi bisnis yang di terapkan oleh Angkringan Kopi Joss selama pandemi COVID19 berdasarkan analisis SWOT adalah strategi pada prioritas urutan tertinggi yaitu Strength - Opportunities (3,5589). Strategi ini dilakukan dengan memaksimalkan</p>

				kekuatan dan memanfaatkan peluang.
4	Strategi Marketing Pedagang Angkringan di Era New Normal	Edo Satria dan Khairudin 2022	Kualitatif	Strategi yang tepat untuk diterapkan adalah analisis pada rumusan kombinasi strategu matriks SWOT, strategi pada prioritas urutan tertinggi strengths - opportunities (3,63372)
5	Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid 19	Wan Laura Hardilawati 2020	Kualitatif	Strategi bertahan yang dilakukan UMKM untuk mempertahankan bisnisnya : <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan penjualan melalui <i>e-commerce</i> 2. Menerapkan pemasaran dengan memnfaatkan digital marketing 3. Menerapkan perbaikan kualitas

				<p>produk dan layanan</p> <p>4. Menerapkan pemasaran hubungan pelanggan</p>
6	<p>Analisis SWOT pada UMKM Bola Ubi Lumer Crispy untuk meningkatkan Strategi dan Daya Saing</p>	<p>Nikken Syakira Haq, Tyna Yunita, Arya Bayu Sayeti, dan Rewang Budi Prasetyo 2023</p>	<p>Kualitatif deskriptif</p>	<p>Strategi SO mendapatkan skor tertinggi yaitu 3,53. Disusul dengan strategi ST mendapat skor 2,7, strategi WO mendapatkan skor 3,655 dan strategi WT mendapatkan skor 2.825.</p>
7	<p>Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Bangkalan</p>	<p>Cahyuni Novia, Saiful dan Deny Utomo 2021</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Strategi terbaik yang dapat dilakukan adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan kualitas produk 2. Memperluas lokasi pemasaran 3. Meningkatkan keterampilan karyawan

				4. Meningkatkan jumlah produksi
8	Gaya Hidup, Orientasi Pilihan Strategi dan Pengambilan Keputusan Usaha pada UMKM di Kota Palembang	Anastasia Sri Sukistini, Antonius Singgih Setiawan dan Agustinus Widyartono 2021	Kuantitatif	Persaingan bisnis kuliner yang dinamis wajib didukung oleh orientasi strategi yang kompetitif dan dapat beradaptasi dengan tuntutan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, pengusaha kuliner harus melihat gaya hidup sebagai pertimbangan dalam membangun usaha kuliner

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan penelitian Literature Review yang metodenya adalah dengan pengumpulan data pustaka, menganalisis teori, evaluasi terstruktur, klasifikasi dan kategori evidence-based yang sudah ada sebelumnya. Sumber data sekunder berupa buku dan laporan primer yang terdapat dalam artikel publikasi ilmiah atau jurnal. Sifat penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu penguraian secara teratur data yang telah di peroleh, kemudian diberikan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik dan mudah oleh pembaca

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan penelitian Literature Review yang metodenya adalah dengan pengumpulan data pustaka, menganalisis teori, evaluasi terstruktur, klasifikasi dan kategori evidence-based yang sudah ada sebelumnya. Sumber data sekunder berupa buku dan laporan primer yang terdapat dalam artikel publikasi ilmiah atau jurnal. Sifat penelitian ini adalah analisis deskriptif yaitu penguraian secara teratur data yang sudah di peroleh, kemudian diberi penjelasan agar dapat dipahami dengan baik dan mudah oleh pembaca

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan rumusan artikel, hasil dan pembahasan yang dibahas pada artikel, dapat disimpulkan strategi bisnis adalah upaya dan cara perusahaan dalam bersaing dan menetapkan strategi bisnis ini sangat penting dilakukan di awal perencanaan perusahaan. Strategi manajemen berorientasi pada pengembangan strategi secara makro seperti pengembangan produk, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi penerapan harga, strategi mengenai keuangan dan strategi lainnya

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada teman teman Magister Manajemen Universitas Trunoyo Madura yang selalu ada dan memberi support dalam menyelesaikan jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewangga, AABP & Andriani, N. 2022. Strategi Pemasaran Nasi Boran Dalam Memperluas Pasar Pada Kondisi Pandemi Covid 19 (Studi Pada Penjual Nasi Boran Di Kota Lamongan). JKIM: Jurnal Kajian Ilmu Manajemen. Vol. 2 No. 1
- Haq, N. S., D.K.K. 2023. Analisis Swot Pada Umkm Bola Ubi Lumer Crispy Untuk Meningkatkan Strategi Dan Daya Saing. Jebiman: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi. Vol. 1 No. 5
- Hardilawati, W. L. 2020. Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. Jurnal Akuntansi & Ekonomika. Vol. 10 No. 1.
- Kurniati. 2015. Strategi Adaptasi Pedagang Angkringan Dalam Mempertahankan Eksistensi Hidup Studi Di Kawasan Jl. K.H. Ali

Maksum Krapyak Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. Vol. 5 No. 2

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta, Erlangga.

Malik, I. 2020. Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 3 No. 1

Novia. C., D.K.K. 2019. Analisis Swot Peningkatan Daya Saing Pada Ukm Keripik Nangka Di Kabupaten Malang. *Teknologi Pangan : Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*. Vol. 12 No. 1

Satria, E., Khairudin. 2022. Strategi Marketing Pedagang Angkringan Di Era New Normal. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*. Vol. 14 No. 2.

Sukistini. A. S., D.K.K. 2021. Gaya Hidup, Orientasi Pilihan Strategi Dan Pengambilan Keputusan Usaha Pada Umkm Di Kota Palembang. *Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*. Vol. 13 No.2.

Tyas, D. W., Kusumaningrum, H., Kusumawati, P., Wiratma, H. D. 2023. Strategi Bisnis Angkringan Kopi Joss Sebagai Pendukung Pariwisata Kota Yogyakarta Selama Pandemi Covid-19. *Kepariwisata : Jurnal Ilmiah*. Vol. 17 No. 1.