

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah suatu rencana yang disusun dan dikelola dengan tujuan agar pengaruh rencana tersebut bisa memberikan dampak positif bagi organisasi tersebut secara jangka panjang. Salah satu fokus kajian dalam manajemen strategi ingin memberikan dampak penerapan konsep strategis kepada perusahaan secara jangka panjang. Atau sustainable termasuk dari segi profit yang stabil.

Manajemen strategis menurut David adalah pengerjaan dan informasi tentang pembentukan, pelaksanaan, dan penilaian pilihan lintas berguna yang memberdayakan organisasi untuk mencapai hasil. Seperti yang dijelaskan dalam definisi, administrasi vital berpusat di sekitar koordinasi administrasi, pemasaran, keuangan atau pembukuan, item atau kegiatan, pengujian, peningkatan, dan kerangka kerja data komputer untuk mencapai tujuan. Sementara itu, menurut *Wheelen and Hunger* manajemen strategis adalah seperangkat keputusan tindakan manajerial dan pengambilan keputusan jangka panjang dalam perusahaan. Ini termasuk analisis lingkungan (lingkungan eksternal dan internal),

perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta kontrol.¹

Manajemen Strategis dapat dilihat sebagai suatu proses yang mencakup sejumlah tahapan yang saling terkait dan berurutan. Proses manajemen strategis bersifat dinamis dan merupakan serangkaian komitmen, keputusan, dan tindakan yang diperlukan oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai daya saing strategis dan menghasilkan laba di atas rata-rata. Dari tahapan proses manajemen strategis, dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan pelaksanaan rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan suatu perusahaan.

Manajemen strategis melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang yang berorientasi pada masa depan dan kompleks serta membutuhkan sumber daya yang cukup besar, sehingga partisipasi manajemen puncak sangat penting. Dengan pendekatan manajemen strategis, manajer di semua tingkatan perusahaan berinteraksi dalam perencanaan dan implementasinya. Akibatnya, konsekuensi perilaku manajemen strategis serupa dengan pengambilan keputusan partisipatif. Oleh karena itu,

¹ Alviaan Ramadhan, “*Strategi Bersaing Layanan Transportasi Online Ustreet Lampung*”. (Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022), Hal 10-11

penilaian yang akurat atas dampak perumusan strategi terhadap kinerja organisasi tidak hanya memerlukan kriteria evaluasi keuangan, tetapi juga pengukuran dampak berbasis perilaku non- keuangan.²

Secara umum baik dari internal maupun eksternal, kajian manajemen strategi bergerak atas dasar pemahaman dibawah ini, yaitu :

1. Mengkaji dan menganalisis dampak penerapan manajemen strategis kepada internal perusahaan khususnya pada perbaikan yang bersifat sustainable (berkelanjutan)
2. Menempatkan kontruksi manajemen strategis sebagai dasar pondasi perusahaan dalam memutuskan setiap keputusan, khususnya keputusan yang berhubungan dengan profit dan ekspansi perusahaan.

Dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi ide yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya, karena dalam arti sesungguhnya manajemen puncak memang terlibat dalam satu bentuk peperangan dalam merumuskan strategi

²Alvian Ramadhan, “*Strategi Bersaing Layanan Transportasi Online Ustreet Lampung*”. (Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022), Hal 10-11

manajemen puncak harus memperhatikan berbagai faktor yang sifatnya kritikal.³

B. Analisis SWOT (*Strength-Weakness-Opportunity-Threat*)

Alvian mengungkapkan bahwa analisis SWOT menganalisis beberapa faktor untuk membangun strategi bisnis. Hal ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, tetapi pada saat yang sama meminimalkan kelemahan dan ancaman. David Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan di bidang fungsi bisnis mereka. Tidak ada perusahaan yang kuat atau lemah di semua bidang bisnis.⁴ Kekuatan atau kelangsungan hidup internal dikombinasikan dengan peluang atau ancaman dari pernyataan misi eksternal dan memberikan dasar yang jelas untuk penyusunan tujuan dan strategi Tujuan dan strategi dirancang untuk memanfaatkan kekuatan internal dan meminimalkan kelemahan. Berikut adalah analisis SWOT), yaitu:

1. Kekuatan (*Strengths*)

³ . Ulul Absor, "Religious Archives:Manajemen Strategi," *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner* 2, No. 1 (2017) : 1-4.

⁴ Alvian Ramadhan, "*Strategi Bersaing Layanan Transportasi Online Ustreet Lampung*". (Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022), Hal 21

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan atau asosiasi keunggulan lainnya yang terkait dengan pesaing persaingan dan permintaan pasar perusahaan dapat dilayani oleh perusahaan. diharapkan untuk melayani. Kekuatan yang merupakan persaingan khusus yang menawarkan manfaat kompetitif bagi perusahaan di pasar.

2. Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keadaan yang terbatas atau rusak dengan sumber daya, teknologi dan kompetensi yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Hal tersebut mungkin dalam bentuk fasilitas, sumber daya keuangan, fungsi administrasi dan kemampuan pemasaran, dapat menjadi sumber yang lemah dari perusahaan.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang bermanfaat bagi lingkungan perusahaan. Tren di masyarakat adalah salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknis dan koneksi yang berkembang antara perusahaan dan pemasok adalah deskripsi tentang peluang bagi perusahaan.

3. Ancaman (*Threats*)

Ancaman itu adalah keadaan yang tidak menguntungkan di lingkungan perusahaan. Ancamannya adalah gangguan utama untuk posisi saat ini atau keinginan perusahaan. Keberadaan pemerintahan dengan membuat peraturan yang baru mungkin merupakan ancaman

Adapun Tujuan Analisis SWOT

1. Tujuan Analisis SWOT

Konsep dasar pendekatan SWOT tampak sederhana sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Tzu Bahwa “apabila kita telah mengenal kekuatan dan kelemahan diri sendiri dan mengetahui kekuatan dan kelemahan lawan, sudah dapat dipastikan bahwa kita akan dapat memenangkan pertempuran”. Dalam perkembangannya saat ini, analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran, melainkan banyak diterapkan dalam penyusunan perencanaan strategi *bisnis (Strategic Business Planning)* yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan,

berikut semua perubahannya dalam menghadapi pesaing.⁵

2. Analisis Lingkungan Internal

Lestari menyatakan analisis lingkungan internal adalah sebagai proses mengidentifikasi dan mengevaluasi karakteristik perusahaan seperti sumber daya dasar, kemampuan dan keterampilan. Melalui analisis lingkungan internal akan diketahui kekuatan dan kelemahan perusahaan, dari mana perusahaan dapat mengetahui kinerja masa lalu dan kondisi proyek pada masa yang akan datang. Manajemen harus mampu mengelola faktor internalnya dan beradaptasi dengan faktor eksternal. Menurut David, pendekatan fungsional bisnis untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor-faktor internal termasuk kemampuan dan keterbatasan bisnis secara umum diklasifikasikan sebagai berikut:

a. Manajemen

Manajemen adalah tingkat sistem manajemen organisasi yang mencakup produksi, pemasaran, manajemen sumber daya manusia dan sistem manajemen. Fungsi manajemen

⁵ Muhammad Andika "Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Pt Al Muchtar Tour Dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Isla", (Banda Aceh: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2020). Hal. 22

terdiri dari lima kegiatan dasar, yaitu perencanaan, pengorganisasian, motivasi, penempatan staf, dan pengendalian.

b. Pemasaran

Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, mengantisipasi, menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa. Terdapat tujuh fungsi dasar pemasaran: *product*, *pricing*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Memahami fungsi-fungsi tersebut mengidentifikasi dan menilai kekuatan dan kelemahan aktivitas pemasaran.

c. Keuangan

Situasi keuangan merupakan ukuran strategi dari penentuan letak kompetitif. Adapun situasi finansial perusahaan juga dapat menjadi pematik untuk investor. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan keuangan perusahaan adalah bagian penting untuk merumuskan strategi yang efektif.

b. Produksi dan operasi

Produksi dan operasi bisnis adalah semua kegiatan yang mengubah input menjadi output dalam bentuk barang dan jasa. Manajemen produksi dan operasi terkait erat dengan *input*, proses, dan *output*.

c. Penelitian dan pengembangan

Penelitian dan pengembangan sering kali berorientasi pada produk baru sebelum pesaing, hal ini dilakukan untuk meningkatkan pemasaran dan memperoleh keunggulan biaya melalui efisiensi.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk membuat daftar terbatas peluang dan ancaman yang harus diatasi untuk membawa manfaat bagi bisnis. Perusahaan harus mampu merespon secara agresif dan defensif terhadap faktor-faktor ini, baik dengan menyusun strategi untuk memanfaatkan peluang di luar perusahaan atau dengan meminimalkan dampak dari potensi ancaman. Menurut David, kekuatan eksternal dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori:

a. Kekuatan Ekonomi

Kondisi ekonomi berdampak langsung pada daya tarik potensial dari berbagai strategi yang dapat diterapkan perusahaan. Misalnya, ketika pasar sedang tumbuh, berarti daya beli konsumen meningkat, yang mempengaruhi pertumbuhan laba usaha. Juga, jika tingkat bunga suatu negara naik, jumlah uang yang dibutuhkan perusahaan untuk memperluas modalnya akan meningkat, serta mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan.

b. Kekuatan Sosial, Budaya, Demografis, dan Lingkungan

Keseluruhan item, layanan, segmen pasar dan pelanggan dipengaruhi perubahan situasi sosial, budaya, demografi serta lingkungan sekitarnya. Perubahan tersebut menimbulkan masalah bagi usaha kecil, besar, nirlaba di semua sektor industri menghadapi tantangan bisnis.

c. Kekuatan Politik, Pemerintah, dan Hukum

Kondisi politik, pemerintahan, dan hukum dapat mempengaruhi peluang dan ancaman bagi usaha besar dan kecil. Perusahaan yang bisnisnya bergantung

pemerintah, merupakan faktor yang mempengaruhi keberlangsungan perusahaan.

d. Kekuatan Teknologi

Peluang dan ancaman lainnya saat merumuskan strategi bersaing, yaitu kekuatan teknologi yang dimiliki perusahaan. Daya saing barang, jasa, pasar, pemasok, distributor, pesaing, pelanggan, kegiatan produksi, penjualan perusahaan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi juga dapat menciptakan segmen baru, menyebabkan lonjakan produk unggulan, mengubah biaya industri yang relatif kompetitif, dan usangnya produk dan jasa yang ada.

e. Kekuatan Kompetitif

Menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan memerlukan pengumpulan dan evaluasi informasi tentang pesaing. Banyak perusahaan memiliki sektor yang bersaing di berbagai industri. Banyak perusahaan multi-sektor biasanya tidak memberikan informasi tentang penjualan segmen dan keuntungan karena alasan kompetitif. Ini adalah hambatan untuk mengidentifikasi pesaing.

C. Pengertian Transportasi *Online*

Secara umum, transportasi dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk memindahkan atau memindahkan seseorang atau barang dari suatu tempat asal untuk tujuan tertentu ke lokasi lain dengan menggunakan alat tertentu. Dengan pengertian tersebut terdapat beberapa dimensi transportasi seperti lokasi (asal dan tujuan), alat (teknologi), ekonomi, sosial, dan kebutuhan spesifik lainnya untuk lokasi tujuan. Secara umum tujuan transportasi adalah untuk memberikan kemudahan bagi segala aktivitas masyarakat.⁶

Menurut Nasution, transportasi digambarkan sebagai perpindahan orang atau barang dari tempat awal ke tempat akhir. Transportasi adalah perpindahan dari tempat asal transportasi dimulai ke tempat yang dituju dimana kegiatan ini berakhir.

Menurut Copra, transportasi adalah perpindahan barang dari satu lokasi ke lokasi lain, yang menunjukkan dimulainya rangkaian rantai pasok, bagi konsumen

Oleh karena itu, transportasi *online* dapat diartikan sebagai layanan transportasi yang sudah ada yang ditransformasikan menjadi layanan transportasi berbasis *online* untuk melayani masyarakat, memanfaatkan

⁶ Alviaan Ramadhan, “Strategi Bersaing Layanan Transportasi Online *Ustreet Lampung*”. (Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022), Hal 13

layanan di berbagai bidang seperti penjemputan, pengantaran makanan dan yang lainnya.⁷

1. Manfaat Transportasi *Online*

Kelebihan transportasi *online*, yaitu:

- a. **Praktis.** Mempermudah *customer* untuk memperoleh layanan yang tersedia. *Customer* dapat memesan melalui aplikasi menggunakan koneksi internet yang sesuai dengan handphone/komputer tanpa harus menunggu di pinggir jalan untuk memanfaatkan transportasi.
- b. **Transparan.** Melalui transportasi *online* konsumen dapat melihat layanan yang dipesan berada, berapa lama waktu yang dibutuhkan untuk tiba, kita dapat mengetahui siapa nama pengemudinya, nomor mobilnya, dan berapa kita harus membayar biayanya. Semua informasi ini tersedia untuk konsumen saat memesan di aplikasi.
- c. **Banyak Pilihan.** Pengiriman *online* memberikan banyak layanan untuk *customer* dengan persyaratan berbeda dan tarif lebih murah.
- d. **Kemudahan Dalam Pembayaran.** Memberikan akses ke seluruh lapisan masyarakat karena kita

⁷Alvian Ramadhan, “Strategi Bersaing Layanan Transportasi Online *Ustreet Lampung*”. (Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022), Hal 14

dapat dengan mudah membayar dengan uang tunai, kartu kredit atau debit.

- e. **Tarif Murah dan Pasti.** Transportasi *online* didasarkan pada perhitungan tarif tertentu berdasarkan jarak, kalkulasinya jelas, dan tidak mengalami kerugian.
- f. **Sering Menawarkan Promo.** Untuk mendapatkan customer penawaran tarif promo sering dilakukan oleh pihak ojek *online*.
- g. **Lebih Terpercaya.** Ojek *online* lebih handal karena sudah terverifikasi privasi dan sudah mematuhi SOP lainnya. Dengan begitu konsumen merasa aman dan nyaman.⁸

D. Transportasi *Online* Perspektif Ekonomi Islam

Secara umum transportasi didefinisi sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan atau penumpang dari satu tempat ke tempat lainnya untuk keperluan tertentu dengan menggunakan alat tertentu pula. Nasution mengartikan transportasi sebagai pemindahan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Dalam hal tersebut maka terdapat tiga hal kegiatan yaitu adanya muatan yang diangkut, adanya

⁸ Alviaan Ramadhan, “*Strategi Bersaing Layanan Transportasi Online Ustreet Lampung*”. (Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 2022), Hal 14

kendaraan sebagai alat angkut dan adanya jalan untuk dilalui.⁹

Dengan adanya pemindahan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan, maka dalam hal ini transportasi bisa dikatakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi (*the promoting sektor*) dan pemberi jasa bagi perkembangan ekonomi. Prasarana transportasi sendiri memiliki dua peranan utama yaitu pertama, sebagai alat bantu untuk mengarahkan pembangunan di daerah perkotaan. Kedua, sebagai prasarana bagi pergerakan manusia dan/atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan tersebut.

Dalam ekonomi pembangunan suatu daerah, transportasi bisa dijadikan sebagai suatu penghasilan. Hal ini karena dalam pelaksanaan suatu pembangunan dibutuhkan beberapa komponen diantaranya adanya tenaga kerja, sumber daya alam, modal, sumber daya teknologi, sumber daya kelembagaan dan sistem transportasi.

Cara memesan orderan *Maxim* adalah sebagai berikut:

1. Pertama-tama konsumen dapat melakukan pemesanan melalui aplikasi dengan terlebih dahulu memasukan

⁹ Nasution H. M. N., Manajemen Transpotasi, Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia, 1996

alamat penjemputan dan alamat yang akan dituju. Konsumen juga dapat memilih metode pembayaran dengan *cash* atau via transfer

Aplikasi akan segera memproses pemesanan tersebut dengan menggunakan algoritma yang rumit untuk melakukan pencarian *driver* terdekat yang akan mengantarkan calon konsumen.

2. *Driver* yang berhasil mendapatkan orderan *bike* berhak mengantarkan penumpang sesuai dengan alamat penjemputan dan mengantarkan penumpang sampai ketujuan dengan aman.
3. Setelah sampai ditujuan, maka penumpang diharuskan membayar ke *driver* jika menggunakan metode pembayaran *cash*. Jika menggunakan metode pembayaran *Go-Pay* atau uang elektronik lainnya maka penumpang tidak harus membayar lagi

Dalam suatu pembangunan ekonomi sangatlah dibutuhkan peranan dari sebuah transportasi. Karena tanpa adanya sarana transportasi dalam pembangunan ekonomi suatu negara, maka tidak dapat tercapai suatu hasil yang optimal dalam perspektif ekonomi Islam semua bisnis harus berlandaskan halal dan baik sebagaimana yang Allah SWT jelaskan dalam Al-Quran dalam surah Al-Baqarah 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

yâ ayyuhan-nâsu kulû mimmâ fil-ardli halâlan thayyibaw wa lâ tattabi‘û khuthuwâtisy-syaithân, innahû lakum ‘aduwwum mubîn

Artinya : "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata."

E. Peluang Transportasi *Online Maxim Bike*

Peluang transportasi *Maxim* merupakan Ruang lingkup masyarakat, tentunya sangat butuh sarana transportasi yang memberikan pergerakan dan perpindahan yang efisien ke berbagai tempat dengan cepat, walaupun jarak yang ditempuhnya jauh Dengan semakin majunya bidang ilmu komunikasi, informasi dan teknologi menjadikan masyarakat memiliki perkembangan, baik dari segi non sosial maupun sosial. Salah satu yang berkembang pesat yaitu perkembangan teknologi transportasi. Pada zaman ini, masyarakat ditawarkan teknologi yang berbasis *online* yang sangat berfungsi dengan efektif untuk mempertemukan antara pembeli dan penjual diruang lingkup masyarakat

sehingga mudah menentukan kebutuhan dan kehendak melalui transportasi *online*.

Transportasi *online* ialah transportasi yang berjenis aplikasi, yang dapat ditemukan pada aplikasi dalam smartphone konsumen dengan cara memesan suatu sarana transportasi. Ketika konsumen melakukan aktifitas pemesanan menggunakan aplikasi, maka detail pemesanan dapat terlihat dilayar smartphone seperti jarak tempuh, harga, identitas pengemudi, lama waktu pengemudi tiba kelokasi konsumen, serta data perusahaan pengelola. Dengan adanya transportasi *online*, masyarakat memiliki berbagai kemudahan sehingga tidak perlulagi menunggudi pinggir jalan untuk mendapatkan layanan taksi atau bahkan kepangkalan ojek, bis, becak atau transportasi lainnya. Selain dari itu, tarifnya sudah diestimasikan berdasarkan jarak tempuh. Maka, ketika terjebak macet dalam perjalanan, penumpang tidak perlu khawatir mengenai tarif yang terhanyut oleh waktu sehingga membengkak seperti pada saa tmenaiki transportasi berargometer, karena tarif yang sudah ditestimasikan diawal perjalanan dengan berdasarkan jarak empuh.¹⁰

¹⁰ Laras Puspita Dewi,Ending Taufi Qurahman,(*Dampak Keberadaan Transportasi Online Terhadap Pendapatan Transportasi Konvensional*).Vol 6,Jurnal Pendidikan Tambusai,2022,Hal 2.

Adapun peluang transportasi *Maxim* tersebut terbagi menjadi tiga sebagai berikut:

1. Tarif murah dan transparan. Dengan keberadaan aplikasi transportasi *online* semua menjadi transparan baik itu tarif dan juga rute perjalanannya yang dapat diketahui lebih dahulu. Jadi semua tarif yang harus di bayar penumpang sudah tertera awal, sehingga tidak ada proses tawar menawar lagi dengan pengemudi. Terlebih dengan adanya berbagai promo yang di tawarkan oleh pihak transportasi *online*.
2. Praktis. Dengan adanya transportasi *online* jelas semua menjadi praktis, karena masyarakat dapat memasarkan atau mengatakan barang dari rumah serta kantor hanya dengan satu *smartphone* maka *driver* transportasi *online* langsung menghampiri sesuai keinginan pemesan.
3. Aman dan lebih terpercaya. Dikategorikan aman dan terpercaya dikarenakan setiap *driver* wajib melakukan registrasi terlebih dahulu dengan identitas yang terdaftar. Sehingga jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, semua dapat dilacak dengan mudah. Dengan begitu, penumpang akan merasa lebih aman menggunakan pengemudi yang sudah terdaftar. Penumpang juga bisa mengetahui rute perjalanannya

jadi bisa merasa aman dan nyaman ketika menggunakan layanan dari transportasi *online Maxim*

F. Tantangan Transportasi *Online Maxim*

Adapun tantangan transportasi *Maxim* yaitu Sebagai pendatang baru di bisnis transportasi *online* tentu *Maxim* memiliki banyak pesaing yang bahkan telah memiliki nama yang besar dan telah terjun lebih dulu dalam dunia transportasi *online*, seperti *Grab* dan *Gojek*.¹¹



¹¹ Adi Sakti, *Orderan Fiktif Ojek Online Ditinjau Dari Bisnis Islam (Studi Kasus Driver Grab 15 A Kota Metro)*, Metro: Uin Metro Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2019, Hal 10