

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI LAKSANA BARU SWALAYAN
MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:

Nur Hidayat
NIM. 11240056

Pembimbing:

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP. 19690227 200312 1 001

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**

**ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI LAKSANA BARU SWALAYAN
MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Disusun oleh:

Nur Hidayat
NIM. 11240056

Pembimbing:

Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP. 19690227 200312 1 001

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2015**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 1000.a /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

Analisis Manajemen Strategi Di Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Nur Hidayat
NIM/Jurusan : 11240056/MD
Telah dimunaqasyahkan pada : Senin, 8 Juni 2015
Nilai Munaqasyah : 87 (A/B)

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I,

Dr.H.Okrişal Eka Putra, Lc, M.Ag.

NIP 19731016 200012 1 001

Penguji II,

H. Andy Dermawan, M.Ag.

NIP 19700908 200003 1 001

Penguji III,

Maryono, S.Ag. M.Pd.

NIP 19701026 200501 1 005

Yogyakarta, 15 Juni 2015

Dekan,



Dr.Nurjannah , M.Si

NIP 196003101987032001



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Nur Hidayat
NIM : 11240056
Judul Skripsi : ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI LAKSANA
BARU SWALAYAN MAJENANG CILACAP JAWA
TENGAH.

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Manajemen Lembaga Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Manajemen Dakwah.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Juni 2015

Pembimbing

Ketua Jurusan
Manajemen Dakwah

Dr. M. Rosyid Ridla, M.Si
NIP. 19670104 199303 1 003


Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag
NIP. 19690227 200312 1 001



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Nama : Nur Hidayat
NIM : 11240056
Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI LAKSANA BARU SWALAYAN MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 1 Juni 2015



HALAMAN PERSEMBAHAN

Teruntuk Almamaterku tercinta

Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta



MOTTO

“Do’a, usaha, dan kerja keras tidak akan pernah berkhianat”¹



¹ Nur Hidayat, Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi, (Yogyakarta: 30 Mei 2015).

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي علم بالقلم، علم الإنسان ما لم يعلم. الصلاة والسلام على سيدنا محمد خير الأنام، وعلى آله وأصحابه الكرام.

Tiada kata yang mendalam selain puja dan puji syukurku atas kehadiran Allah SWT yang pertama kali penyusun sampaikan, karena tidak ada desahan nafas yang kita hembuskan kecuali terdapat takdir Allah yang telah ditetapkan sampai penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan lancar. Salawat dan salam mari kita junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, karena beliau adalah utusan dari Allah SWT, untuk menyempurnakan akhlak kita dengan melalui mukjizatnya berupa al-Qur'an. Lewat al-Qur'an dan *as-Sunnah*-lah kita masih tetap dapat berada pada jalan lurus-Nya dan mendapat banyak tambahan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.

Tidak sedikit bantuan yang telah penyusun dapatkan dari berbagai pihak dalam penyusunan skripsi ini, baik dalam bantuan moril dan materiil demi terselesaikannya studi penyusun di tingkat perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu, Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Untuk itu, penyusun mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Akhmad Minhaji, M.A., Ph.D., Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Ibu Dr. Nurjannah, M.Si, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. M. Rosyid Ridla, M.Si, Kepala Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. H. Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag, selaku Dewan Pembimbing Akademik dan Pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan arahan, motivasi, dan do'anya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen, Staff, dan Karyawan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Keluargaku Ibunda sosok perempuan tangguh, tempatku berteduh, membasuh peluh dalam masa yang tak terbaca waktu. Ayahanda sosok lelaki hebat, pemberi makna disetiap hembusan do'a, kasihnya membiak seluas cakrawala. Kaka yang menjelma segala mimpi dan asa.
7. KH. Imam Subky Najmudin selaku Direktur Utama, Firdaus Subky SE, selaku *Store Manager* Laksana Baru Swalayan yang telah mengizinkan melakukan penelitian. Bapak Nasirin dan Bapak Sony selaku staff kantor, Bapak Solih dan Ibu Sofi selaku pemasok, serta Ibu Yuni selaku pelanggan yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan informasi.
8. Teman-teman Jurusan Manajemen Dakwah angkatan 2011 (MD Gokil) yang telah memberikan semangat dan saling mendo'akan.
9. Teman-teman FOKUS ALPACI (Forum Komunikasi Alumni Pondok Pesantren Al-Qur'an Cijantung) yang selalu berbagi ilmu dan pengetahuan serta memberikan motivasi, dan do'a kepada penyusun.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan-kebaikan yang telah diberikan kepada penyusun dan menggantikan keikhlasan mereka dengan derajat yang setimpal di hadapan-Nya.

Selanjutnya, penyusun meminta maaf dan harap memaklumi apabila dalam penyusunan karya ini, para pembaca masih menemukan kesalahan dan kekurangan-kekurangan. Semua itu tidak lain dan tidak bukan karena keterbatasan dan kekurangan penyusun dalam ilmu pengetahuan. Jika terdapat saran konstruktif dan masukan positif demi perbaikan karya tulis ini, penyusun ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 1 Juni 2015

Yang menyerahkan



Nur Hidayat
NIM 11240056

ABSTRAKSI

Nur Hidayat. “Analisis Manajemen Strategi di Swalayan (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)”. Program Strata 1 Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 20011.

Strategi mempunyai peranan yang sangat penting untuk mencapai keberhasilannya. Strategi perlu ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar, serta menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasarannya. Dalam pembahasannya, penyusun menggunakan alat bantu analisis Daya Tarik Industri, Kekuatan Bisnis, EFAS dan IFAS, Matrik GE dan IE, serta Matrik SWOT. Sehingga bisa diketahui posisi perusahaan dan merumuskan strategi yang tepat untuk Laksana Baru Swalayan dalam menghadapi persaingan.

Adapun metode penelitian yang penyusun lakukan, yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif, hal ini melihat banyaknya sumber yang harus diteliti di lapangan, dan memungkinkan oleh penyusun agar lebih menambah wawasan, serta pengalaman pada dunia bisnis ritel modern, khususnya di Laksana Baru Swalayan Majenang. Selain itu, penelitian ini mengacu pada konsep dan aplikasi sebuah perusahaan, di mana pada akhirnya akan menjadi rekomendasi Laksana Baru Swalayan dalam merealisasikannya menjadi sebuah ritel modern yang lebih maju dan berkembang. Dalam penelitian ini, penyusun berusaha mengintegrasikan setiap komponen satu dengan yang lain, dimulai dari meninjau hasil kinerja saat ini, menganalisis faktor internal dan eksternal, menyeleksi faktor-faktor strategi, menentukan bobot dan rating faktor *summary* dilakukan bersama-sama dengan pihak perusahaan yang dijadikan sebagai responden, menentukan posisi perusahaan saat ini dengan menggunakan Matrik GE dan IE, mengimplementasikan hasil tersebut dengan menggunakan Matrik SWOT. Sehingga pada akhirnya menghasilkan alternatif strategi yang lebih berkembang dan tidak mudah dikalahkan oleh pesaing.

Berdasarkan hasil penelitian secara garis besar, bahwa pada saat ini perusahaan Laksana Baru Swalayan memiliki 6 daya tarik industri, 6 kekuatan bisnis, 7 kelemahan, 4 peluang, 5 ancaman. Hasil faktor daya tarik industri 62,5, faktor kekuatan bisnis 62,5, internal strategi faktor *summary* diperoleh jumlah skor 2,915 dan eksternal strategi faktor *summary* diperoleh jumlah skor 2,895. Sedangkan posisi perusahaan pada Matrik GE saat ini berada pada sel V yaitu investasi pada pertumbuhan dan posisi perusahaan pada Matrik IE pada sel V yaitu *growth* konsentrasi melalui integrasi horizontal, terdiri dari strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Adapun hasil pemilihan alternatif strategi untuk Laksana Baru Swalayan diperoleh 5 strategi penetrasi pasar dan 4 strategi pengembangan produk.

Setelah menyeleksi dan merekomendasikan alternatif strategi, proses pengambilan keputusan strategi menunjukkan tidak adanya revisi atau merubah implementasi strategi, seperti program, anggaran, prosedur, dan kebijakan saat ini.

***Kata Kunci: Strategi, Matrik, Laksana Baru Swalayan.**

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Telaah Pustaka	9
G. Kerangka Teori	11
H. Metodologi Penelitian	24
I. Sistematika Pembahasan	37

BAB II: GAMBARAN UMUM LAKSANA BARU SWALAYAN	
MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH	38
A. Profil Laksana Baru Swalayan	38
B. Sejarah Laksana Baru Swalayan	39
C. Visi dan Misi	40
D. Struktur Organisasi	42
1. Bagan Organisasi	42
2. Data Perusahaan	43
3. Tata Kerja	43
E. <i>Layout</i> Bangunan	47
BAB III: ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI LAKSANA BARU	
SWALAYAN MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH	52
A. Analisis Lingkungan Internal	52
1. Sumber Daya Manusia	52
2. Sumber Daya Keuangan	63
3. Sumber daya Pemasaran	64
a. Strategi Pemasaran	64
b. Bauran Pemasaran	65
B. Analisis Lingkungan Eksternal	76
1. Lingkungan Jauh (Makro)	76
2. Lingkungan Operasional (Mikro)	84
3. Lingkungan Industri	91
C. Formulasi Strategi	98
1. Pengumpulan Data (<i>Input Stage</i>)	98
2. Pencocokan (<i>Matching Stage</i>)	104
3. Keputusan (<i>Decision Stage</i>)	118
D. Pemilihan Alternatif Strategi	122
E. Implementasi Nilai-nilai Islam Dalam Manajemen Strategi di Laksana Baru Swalayan	124

BAB IV: PENUTUP	131
A. Kesimpulan	131
B. Saran-saran	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Peubah Faktor Daya Tarik Industri	31
Tabel I.2	Peubah Faktor Kekuatan Bisnis	31
Tabel I.3	Peubah Analisis Faktor Internal	32
Tabel I.4	Peubah Analisis Faktor Eksternal	32
Tabel I.5	Matrik General Elektrik	33
Tabel I.6	Matrik Internal Eksternal (IE)	34
Tabel I.7	Skema Matriks SWOT	36
Tabel III.1	Jumlah Karyawan Laksana Baru Swalayan Bulan Februari 2015 Menurut Jenis Kelamin dan Jabatan	53
Tabel III.2	Perbedaan Komponen Upah Tetap dan Tidak Tetap	59
Tabel III.3	Jenis Asuransi Yang Diterima Tenaga Kerja Laksana Baru Swalayan	61
Tabel III.4	Warna/Jenis Seragam Karyawan	75
Tabel III.5	Faktor Daya Tarik Industri	105
Tabel III.6	Faktor Daya Tarik Industri	105
Tabel III.7	Internal Strategi Faktor Summary	107
Tabel III.8	Eksternal Strategi Faktor Summary	110
Tabel III.9	Matrik General Elektrik	114
Tabel III.10	Matrik Internal Eksternal (IE)	116
Tabel III.11	Formulasi Strategi Laksana Baru Swalayan menggunakan Matrik SWOT	119
Tabel III.12	Proses Manajemen Strategi Lingkungan Internal	124
Tabel III.13	Proses Manajemen Strategi Lingkungan Eksternal	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Elemen Dasar Proses Manajemen Strategi	13
Gambar I.2	Kekuatan Yang Mempengaruhi Industri	19
Gambar I.3	Perencanaan Strategi Unit Bisnis	21
Gambar I.4	Sintesis Penentuan Nilai	30
Gambar II.1	Skema Organisasi	42



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Dalam penelitian ini penyusun memilih judul “Analisis Manajemen Strategi di Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah.”

Supaya tidak menimbulkan interpretasi lain dalam memahami teks judul skripsi ini, penting kiranya penyusun memberikan batasan dan penegasan dari judul tersebut, sehingga maksud yang terkandung dalam judul di atas dapat dipahami dengan jelas. Istilah-istilah yang ada di dalam judul skripsi ini, antara lain adalah:

1. Analisis

Analisis secara etimologi sama dengan analisa, yaitu penyelidikan suatu peristiwa (perbuatan).¹ Sedangkan secara terminologi analisis diartikan sebagai rangkaian perbuatan yang menelaah sesuatu hal secara mendalam.²

2. Manajemen Strategi

Manajemen Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.³

¹ W.J.S. Purwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), hlm. 36.

² YS. Marjo, *Kamus Terminologi Populer*, (Jakarta: Beringin Jaya, 1997), hlm. 32.

³ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 4.

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajerial puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.⁴

Adapun yang dimaksud manajemen strategi dalam penelitian ini adalah serangkaian keputusan perusahaan untuk menemukan dan menentukan kinerja perusahaan yang menekankan pada rencana dan formulasi untuk mencapai tujuan perusahaan dalam waktu jangka panjang.

3. Swalayan

Istilah swalayan sekarang populer digunakan sebagai supermarket atau toko-toko modern, di mana pembeli bisa secara bebas mengambil atau memilih barang yang mereka perlukan sesuai selera, sementara petugas dan pramuniaga berperan sebagai fasilitator dalam swalayan tersebut.⁵

4. Laksana Baru Swalayan

Laksana Baru Swalayan adalah salah satu toko swalayan yang berada di daerah Majenang Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah, tepatnya Jl. Diponegoro 312 Majenang telp (0280) 621333 dan fax (0280) 620550. Di sini tersedia berbagai macam kebutuhan sehari-hari serta kebutuhan penting lainnya, buka setiap hari dari pukul 08.00 – 21.00 wib. Laksana Baru Swalayan didirikan oleh KH. Imam Subky pada tanggal 11

⁴ Sondang, P Siagian, *Manajemen Stratejik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), hlm. 15.

⁵ W.J.S. Poerwadarmita, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2006), hlm. 63.

Juni 1991.⁶ Pada awalnya Laksana Baru atau sekarang dikenal dengan sebutan LB merupakan sebuah swalayan yang sangat sederhana. Akan tetapi, dengan kerja keras pendirinya saat ini Laksana Baru menjadi sebuah pusat perbelanjaan yang terkenal di kota Majenang. Laksana Baru Swalayan menjadi semakin terkenal karena banyaknya informasi yang masuk ke Daerah-Daerah lain.

Berdasarkan penegasan dari istilah-istilah tersebut, maka yang dimaksud judul skripsi tentang Analisis Manajemen Strategi di Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah adalah menganalisis strategi yang diterapkan di Laksana Baru Swalayan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya persaingan yang ketat. Pada karya ilmiah (skripsi) Ini, hanya menggunakan alat bantu Analisis Daya Tarik Industri, Kekuatan Bisnis, EFAS dan IFAS, memformulasikan Matrik GE dan IE, serta Matrik SWOT, dengan pertimbangan sesuai kondisi saat ini yaitu besarnya loyalitas pelanggan, karena adanya pengaruh dari pemilik perusahaan yang merupakan salah satu tokoh agama dan pimpinan Pondok Pesantren El-Bayan di Kota Majenang. Selain itu, persaingan yang ketat perlu diketahui posisi perusahaan dan merumuskan strategi yang tepat untuk Laksana Baru Swalayan, serta secara sederhana hasilnya dapat dipahami oleh seluruh santri Pondok Pesantren El-Bayan.

⁶ <http://laksanabaru.blogspot.com/2012/09/profil-laksana-baru-swalayan.html#>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2014, pukul 20.30 wib.

B. Latar Belakang Masalah

Manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategi melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang yang berorientasi masa depan yang rumit. Membutuhkan cukup banyak sumber daya, serta partisipasi manajemen puncak sangatlah penting.⁷

Sebagaimana yang telah diindikasikan, bahwa manajemen strategi meliputi perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian keputusan serta tindakan yang sesuai dengan strategi perusahaan.⁸ Strategi merupakan rencana permainan yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk bersaing dalam menandingi pesaingnya. Hal ini mencakup penentuan posisi suatu bisnis untuk memaksimalkan nilai kemampuan yang membuatnya berbeda dari pesaingnya, karena aspek yang sangat penting dalam strategi adalah pesaing yang cerdas dan bisa memanfaatkan peluang.

Strategi mempunyai peranan yang sangat penting untuk mencapai keberhasilannya. Strategi perlu ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Strategi harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan, serta menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasarannya.

Pada hakikatnya bisnis eceran modern dan tradisional memiliki persamaan arti, akan tetapi memiliki perbedaan, yaitu jika pada bisnis eceran

⁷ John A Pearce II, Ricard B Robinson Jr, *Manajemen Strategi*, edisi 12, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 19.

⁸ *Ibid.*, hlm. 4.

modern menggunakan fasilitas AC (pendingin ruangan), eskalator, lift, kasir yang menggunakan *cash register*, kamar pas dan fasilitas-fasilitas lainnya. Sedangkan pada bisnis eceran tradisional fasilitasnya lebih sederhana, terbalik jauh dengan bisnis eceran modern.⁹ Ritel tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas, barang yang dijual terbatas jenisnya. Sistem yang sederhana memungkinkan adanya proses tawar menawar harga. Bentuknya bisa berupa warung, toko dan pasar.¹⁰

Salah satu bidang yang mengalami peningkatan persaingan adalah ritel, saat ini ritel dapat dengan mudah kita temukan pada jalan-jalan besar, bahkan ada yang jaraknya berdekatan. Seperti halnya ritel milik perseorangan yang menonjol di Kota Majenang yaitu Laksana Baru Swalayan. Lahirnya Laksana Baru Swalayan berkat gagasan salah satu Pimpinan Pondok Pesantren El-Bayan yaitu K.H Imam Subky. Ia melihat peluang sangat baik karena belum ada swalayan yang berdiri di daerah Kota Majenang pada masanya. Gagasan mendirikan swalayan ini mendapat respons baik dari kalangan Kyai dan keluarga besar Pondok Pesantren El-Bayan yang berada di sekitar Desa Bendasari, di mana hasil dari bisnis itu digunakan untuk kepentingan kemajuan Pondok Pesantren El-Bayan.¹¹

Secara geografis, Kota Majenang merupakan kota yang sangat strategis, karena kota ini merupakan perbatasan antara Jawa Barat dengan Jawa Tengah dan berdekatan dengan Kabupaten Brebes. Hal inilah yang menjadikan Kota Majenang menjadi sasaran atau target bagi para produsen dari berbagai produk.

⁹ Cristina Whidya Utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 10.

¹⁰ *Ibid.*, hlm. 8.

¹¹ Observasi di Laksana Baru Swalayan, pada tanggal 13 Agustus 2014, pukul 16.00 wib.

Semua jenis produk atau ciri khas dari semua daerah bisa diterima oleh masyarakat Kota Majenang. Di perbatasan Kabupaten Brebes terdapat Kecamatan Salem yang berdekatan dengan Kota Majenang. Terdapat pasar yang dominan belanja ke daerah Kota Majenang karena cukup dekat dan masih sedikitnya produsen yang menawarkan produk ke daerah Kecamatan Salem, karena akses jalan yang terjal. Selain itu, budaya yang ada di Kota Majenang dan Kecamatan Salem masih begitu kental. Seperti halnya dalam hajatan pernikahan, masih menggunakan sistem bayar. Sehingga masyarakat dominan belanja borongan di pasar induk Majenang.¹²

Pertumbuhan sektor industri perdagangan dan eceran di Kota Majenang menyebabkan persaingan bisnis eceran semakin meningkat. Penerapan strategi yang tepat menjadikan perusahaan mampu untuk bersaing dengan pengecer-pengecer tradisional dan pesaing ritel besar lainnya. Strategi tersebut merupakan salah satu senjata yang ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha bagi Laksana Baru Swalayan.

Laksana Baru Swalayan dalam mengembangkan usahanya memiliki visi dan misi islami, serta dengan gagasan mendirikan swalyan, terbukti K.H Imam Subky mampu mengembangkan Pondok Pesantren El-Bayan. Persaingan yang sangat ketat dan semakin meningkat di dalam dunia bisnis ritel, terjadi gejolak antar ritel satu dengan yang lain, yaitu berlomba-lomba dalam menentukan strategi untuk memperebutkan dan menguasai pasar yang ada.

¹²<http://salam-budaya.blogspot.com/2012/10/kota-majenang-kabcilacap.html#.VFdGbjTLcm8>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2014, pukul 20.30 wib.

Strategi perlu ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan pasar. Strategi harus dapat memberikan gambaran yang jelas dan terarah tentang apa yang dilakukan perusahaan dan menggunakan setiap kesempatan atau peluang pada pasar sasarannya. Untuk hal itu, ritel harus melakukan suatu konsolidasi ke dalam maupun keluar agar dapat mengetahui kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang mungkin diketahui dengan baik sehingga perusahaan dapat memutuskan tugas manajemen yang berkompetisi di pasar.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, maka masalah yang akan dibahas adalah

1. Apa saja faktor-faktor internal dan eksternal Laksana Baru Swalayan yang perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi menghadapi persaingan di Kota Majenang?
2. Apa strategi yang sesuai untuk Laksana Baru Swalayan dalam menghadapi persaingan di Kota Majenang?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal yang perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi bersaing Laksana Baru Swalayan di Kota Majenang.
2. Untuk menemukan strategi terbaik yang dapat dilakukan Laksana Baru Swalayan dalam menghadapi persaingan di Kota Majenang.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai manajemen strategi sesuai dengan tingkatan dalam lembaga atau organisasi dakwah.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai upaya yang harus dilakukan oleh Laksana Baru Swalayan, dalam mempertahankan eksistensinya sebagai distributor dalam persaingan bisnis yang semakin ketat.

F. Telaah Pustaka

Sejauh penelusuran dan pengetahuan penyusun dengan penelitian yang telah ada, maka penyusun menemukan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian ini. Sehingga dapat mempertahankan keasliannya, diantaranya yaitu:

Skripsi yang berjudul “Baitul Maal Wat-Tamwil Al-Ikhlas Kota Yogyakarta (Pendekatan dalam Manajemen Strategi)” oleh saudara Ary Subarkah Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga tahun 2006. Skripsi tersebut menggagas tentang pengembangan Baitul Maal Wat-Tamwil Al-Ikhlas dalam menghadapi perubahan lingkungan dan tuntutan zaman melalui analisis lingkungan internal dan analisis eksternal dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini bahwa perubahan lingkungan Baitul Maal Wat-Tamwil Al-Ikhlas terjadi dengan akselerasi dari lingkungan kompetensi rendah menuju kompetensi tinggi.¹³

Skripsi yang berjudul “Analisis Manajemen Pembiayaan Murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta” oleh saudara Dahlia Bonang Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga 2007. Skripsi tersebut menggagas tentang pembiayaan murabahah dengan pendekatan analisis SWOT, yang mana mendapatkan faktor eksternal (peluang dan ancaman) serta faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Hasil analisis ini meneliti bahwa peluang

¹³ Ary Subarkah, Baitul Maal Wat-Tamwil Al-Ikhlas Kota Yogyakarta (Pendekatan Dalam Manajemen Strategi, *skripsi*, (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2006).

mempunyai skor lebih tinggi. Maka dapat dipilih strategi S-O yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.¹⁴

Skripsi yang berjudul “Penggunaan Analisis Swot untuk Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus : RPA Ayam Produc)” oleh saudara Suwandi Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga 2012. Skripsi tersebut menggagas tentang sampai mana strategi pemasaran yang dilakukan oleh RPA Ayam Produc dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa RPA Ayam Produc berpeluang menepati empat kuadrat SWOT, namun lebih condong ke strategi S-O yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.¹⁵

Apabila dibuat suatu perbandingan antara judul skripsi yang penyusun gunakan dengan judul-judul yang sudah ada memang terdapat kemiripan. Sama-sama mengkaji tentang manajemen strategi, analisis EFAS dan IFAS, dan Matrik SWOT. Namun dalam penelitian di atas hanya sampai pembobotan SWOT, tidak adanya pemetaan posisi perusahaan dengan Matrik GE dan IE. Inilah yang menjadikan perbedaan skripsi di atas dengan skripsi yang penyusun teliti. Skripsi ini berisi tentang analisis manajemen strategi Laksana Baru Swalayan dalam menghadapi persaingan. Sehingga bisa diketahui posisi perusahaan dan merumuskan strategi yang tepat untuk Laksana Baru Swalayan dalam menghadapi persaingan.

¹⁴ Dahlia Bonang, Analisis Manajemen Pembiayaan Murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, *skripsi*, (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2007).

¹⁵ Suwardi, Penggunaan Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus: RPA Ayam Produc), *skripsi*, (tidak diterbitkan), (Yogyakarta: Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga, 2012).

G. Kerangka Teori

1. Manajemen Strategi

a. Pengertian Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan implementasi rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan.¹⁶

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang.¹⁷

Menurut Prof. Dr. Sondang P, manajemen strategi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajerial puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.¹⁸

Manajemen strategi menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan secara efisien.¹⁹ Manajemen strategi melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang yang berorientasi masa depan yang rumit dan membutuhkan cukup banyak sumber daya, serta partisipasi manajemen puncak sangatlah penting.

¹⁶ John A. Pearce II, Ricard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategi*, edisi 12, hlm. 19.

¹⁷ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 4.

¹⁸ Sondang P, Siagian, *Manajemen Stratejik*, hlm. 15.

¹⁹ *Ibid.*,

2. Tahapan-tahapan Manajemen Strategi

Dalam mengembangkan perusahaan, ada empat tahapan manajemen strategi yaitu perencanaan keuangan dasar, perencanaan berbasis peramalan, perencanaan berorientasi keluar (perencanaan strategi), dan manajemen strategi.

Empat tahapan di atas dalam evolusi manajemen strategi mencakup pertimbangan implementasi strategi, evaluasi, dan pengendalian, sebagai tambahan dari tiga tahapan yang menekankan pada perencanaan strategi.²⁰

Menurut Jhon A. Pearce II dan Ricard B. Robinson, Jr, manajemen strategi terdiri atas sembilan tugas penting yaitu:²¹

- a. Merumuskan misi perusahaan.
- b. Melakukan analisis yang mencerminkan kondisi internal dan kemampuan perusahaan.
- c. Menilai kondisi eksternal perusahaan.
- d. Menganalisis pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan dengan menyesuaikan SDM yang dimiliki dengan lingkungan eksternal.
- e. Mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan yang diinginkan, memilih rangkaian tujuan jangka panjang dan strategi utama.
- f. Merancang tujuan-tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai.

²⁰ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 6.

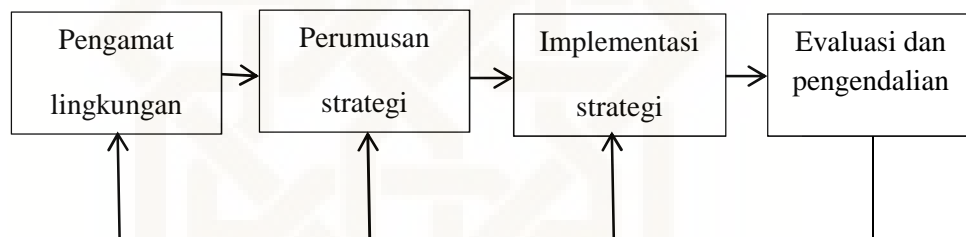
²¹ John A. Pearce II, Ricard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategi*, edisi 12, hlm. 3.

- g. Mengimplementasi pilihan strategi sesuai dengan anggaran alokasi sumber daya.
- h. Mengevaluasi keberhasilan proses strategi sebagai bahan masukan pengambilan keputusan pada masa yang akan datang.

3. Proses Manajemen Strategi

Proses manajemen strategi meliputi empat dasar, yaitu seperti pada gambar berikut:²²

Gambar I.1
Elemen Dasar Proses Manajemen Strategi



a. Pengamat Lingkungan

1) Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal terdapat tiga sumber daya, yaitu sumber daya manusia, sumber daya keuangan (modal), dan sumber daya pemasaran.²³

Sumber daya manusia, di mana di dalamnya mengidentifikasi sistem penerimaan karyawan, aktivitas karyawan, dan sistem pengupahan.²⁴

²² J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm.11.

²³ John A. Pearce II, Ricard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategi*, edisi 12, hlm. 171.

²⁴ *Ibid.*,

Sumber daya keuangan (modal), merupakan sumber dan penggunaan dana dalam mengendalikan penggunaannya. Aliran dana harus dimonitor, dikelola, dan dimanfaatkan baik secara *financial leverage* (rasio total hutang terhadap total aktiva) dan *capital budgeting* (penganggaran modal).²⁵

Sumber daya pemasaran dapat didekati dengan konsep bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran atau *marketing mix* terdiri dari 4P. Akan tetapi dalam mega marketing konsep tersebut telah berkembang menjadi 7P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Elemen 3P tambahan ini masuk dalam bauran jasa yaitu distribusi (*distribution*), orang (*people*), dan bukti fisik (*physical evidence*).²⁶

a) Produk

Bagian ini membicarakan *what*, yaitu apa yang sebenarnya dijual. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar (baik berwujud atau tidak berwujud) untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk yang dimaksudkan terdiri dari paduan produk, penampilan produk, dan pendukung produk. Unsur-unsur yang masuk dalam bauran produk antara lain adalah keragaman produk, kualitas,

²⁵ *Ibid.*,

²⁶ Fandy Tjipto, *Pemasaran Jasa*, (Jatim: Bayumedia Publishing, 2011), hlm. 40.

desain, ciri, nama merk, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan.

b) Harga

Harga yang sesuai berdasarkan nilai jual barang atau jasa yang dapat diterima oleh pembeli. Suatu perusahaan dapat disebut mampu menentukan harga dengan tepat apabila, harga yang ditetapkan mampu merangsang calon pembeli membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Pembeli menjadi pelanggan tetap dan selalu mengulangi pembeliannya dan mampu mencapai tingkat laba optimal.

c) Lokasi

Keputusan lokasi menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial. Oleh karena itu, maka perlu diperhatikan beberapa hal, yaitu lokasi tersebut banyak dilalui oleh pembeli, arus lalu lintas lancar di mana pembeli dengan leluasa dapat berhenti, dekat dengan usaha yang menjual barang pokok, dan dekat dengan fasilitas angkutan umum.

d) Promosi

Promosi adalah upaya-upaya yang dilakukan sebuah perusahaan kepada masyarakat sehingga mereka mengetahui bahwa perusahaan menjual barang atau jasa tertentu diikuti dengan penutupan penjualan. Upaya promosi itu dapat

dilakukan dengan hubungan masyarakat, publisitas, promosi penjualan, dan iklan.²⁷

e) Distribusi

Distribusi adalah proses penyampaian barang atau jasa dari produsen kepada pembeli. Agar dapat menentukan dengan tepat sistem distribusi maka perlu diperhatikan beberapa hal seperti, barang apa yang dijual, siapakah yang akan membeli barang, di mana pembeli berada (di desa, kota kecil, kota kabupaten, kota provinsi atau ibukota), tempat menjual (apakah di supermarket, swalayan, toko, kaki lima, asongan, hotel, butik, dan sebagainya), dan banyaknya outlet penjualan.²⁸

f) *People*

Karyawan merupakan unsur bauran pemasaran yang memiliki peran penting, karena terlibat dalam kegiatan penyampaian produk ke tangan konsumen (pelayanan kepada pembeli).²⁹ Kesuksesan pemasaran sangat tergantung pada seleksi pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Karyawan dilatih untuk mengembangkan sikap-sikap baru terhadap para pelanggan dengan menekankan bahwa perusahaan tersebut ingin memuaskan pelanggan.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 41.

²⁸ *Ibid.*,

²⁹ *Ibid.*, hlm. 42.

g) Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan lingkungan fisik perusahaan, di mana layanan diciptakan, penyediaan, dan pelanggan berinteraksi. Bukti fisik mewakili keputusan kunci mengenai desain dan *layout* bangunan, misalnya tempat duduk, toilet, tempat ibadah dan sebagainya yang dibutuhkan pengunjung. Bukti fisik berhubungan dengan fasilitas apa yang diharapkan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kenyamanan berbelanja selain produk yang diinginkan.³⁰

2) Analisis Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal perusahaan terdiri dari tiga faktor yang saling berkaitan satu sama lain dalam menentukan peluang, ancaman, dan kendala yang dihadapi perusahaan.³¹ Tiga faktor eksternal itu antara lain:

Lingkungan jauh (makro) bersumber dari luar dan biasanya tidak berhubungan dengan situasi operasional suatu perusahaan tertentu, yaitu ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan faktor ekologi. Aktivitas politik yang memiliki dampak yang signifikan terhadap dua fungsi pemerintah yang mempengaruhi lingkungan jauh perusahaan yaitu pemasok dan pelanggan.³²

Lingkungan operasional (mikro) juga disebut dengan lingkungan persaingan. Terdiri dari faktor-faktor dalam situasi

³⁰ *Ibid.*,

³¹ John A. Pearce II, Ricard B. Robinson Jr, *Manajemen Strategis*, edisi 12, hlm. 92.

³² *Ibid.*,

persaingan yang mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam mendapatkan suatu sumber daya yang dibutuhkan atau dalam memasarkan produk dan jasanya secara menguntungkan. Beberapa diantara faktor-faktor ini terpenting adalah posisi bersaing perusahaan, komposisi pelanggannya, reputasi pemasok, dan kreditor menarik karyawan yang terampil.³³

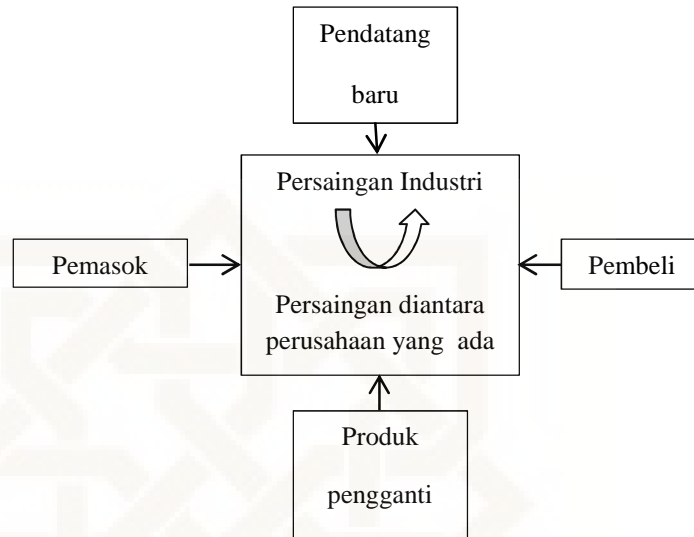
Lingkungan industri mempunyai pengaruh kuat dalam menentukan aturan main pesaing. Faktor-faktor yang langsung mempengaruhi terhadap prospek perusahaan pada lingkungan industrinya, karena kekuatan-kekuatan luar pada umumnya mempengaruhi semua perusahaan yang ada dalam suatu industri. Kuncinya terletak pada kemampuan yang berbeda-beda diantara perusahaan.³⁴

Michael Porter menjelaskan lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam suatu industri. Kerangka acuannya membantu para manajer strategi untuk mengaitkan pengaruh faktor-faktor lingkungan jauh beserta akibatnya atas lingkungan operasional perusahaan.³⁵ Seperti pada gambar berikut:

³³ *Ibid.*, hlm. 117.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 102.

³⁵ Michael E. Porter, *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, (Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007), hlm. 34.

Gambar I.2**Kekuatan Yang Mempengaruhi Industri.**

Masuknya pondatang baru menimbulkan dampak bagi usaha bisnis yang sudah ada, misalnya kapasitas menjadi bertambah, terjadinya perebutan bagian pasar serta perebutan sumber daya produksi yang terbatas. Produk pengganti yaitu produk yang dapat memberikan fungsi produk perusahaan dan dapat mempengaruhi perolehan laba perusahaan. Kekuatan tawar menawar pembeli terjadi apabila pembeli mampu mempengaruhi perusahaan untuk memotong harga. Pemasok mempengaruhi industri melalui kemampuan mereka menaikkan harga atau pengurangan kualitas produk. Persaingan antar industri membuat setiap perusahaan untuk berlomba dalam berkompetisi berebut posisi pasar.³⁶

³⁶ *Ibid.*, hlm. 37.

b. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan pengembangan rencana jangka panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan. Perumusan strategi meliputi menentukan misi perusahaan, menentukan tujuan-tujuan yang dapat dicapai, pengembangan strategi, dan penetapan pedoman kebijakan.³⁷

1) Misi Perusahaan

Misi perusahaan adalah tujuan atau alasan mengapa perusahaan hidup. Pernyataan misi yang disusun dengan baik mendefinisikan tujuan mendasar dan unik yang membedakan suatu perusahaan dengan perusahaan lain, dengan mengidentifikasi jangkauan operasi perusahaan dalam produk yang ditawarkan dan pasar yang dilayani. Misi memberitahukan siapa dan apa yang sebuah perusahaan lakukan.

2) Tujuan Perusahaan

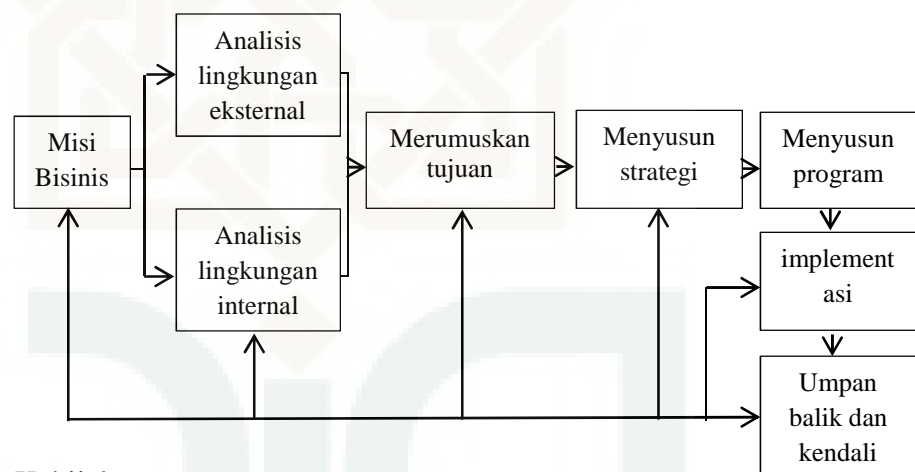
Tujuan perusahaan adalah hasil akhir aktivitas perencanaan. Tujuan merumuskan apa yang akan diselesaikan, kapan akan diselesaikan, dan sebaliknya diukur jika memungkinkan. Pencapaian tujuan perusahaan merupakan hasil dari penyelesaian misi.

³⁷ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 12.

3) Strategi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing. Pengembangan strategi perusahaan menentukan orientasi perusahaan terhadap pertumbuhan industri atau pasar yang akan dimasuki. Seperti gambar berikut:³⁸

Gambar I.3
Perencanaan Strategi Unit Bisnis



4) Kebijakan

Kebijakan menyediakan pedoman luas untuk pengambilan keputusan perusahaan secara keseluruhan. Kebijakan juga merupakan pedoman luas yang menghubungkan perumusan strategi dan implementasi dalam usaha untuk meningkatkan misi dan tujuan perusahaan.

³⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 51.

c. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah proses manajemen mewujudkan strategi dan kebijakannya. Proses tersebut meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur, dan sistem manajemen dari perusahaan secara keseluruhan. Ada tiga poin penting dalam implementasi yaitu:³⁹

1) Program

Program adalah pernyataan aktivitas-aktivitas atau langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan perencanaan sekali pakai. Program meliputi restrukturisasi perusahaan, perubahan budaya internal perusahaan, atau awal dari suatu usaha penelitian baru.

2) Anggaran

Anggaran adalah program yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang. Anggaran tidak hanya memberikan perencanaan rinci dari strategi baru dalam tindakan, tetapi juga menentukan dengan laporan keuangan yang menunjukkan pengaruh yang diharapkan dari kondisi keuangan perusahaan.

3) Prosedur

Prosedur adalah sistem langkah-langkah atau teknik-teknik yang berurutan yang menggambarkan secara rinci bagaimana suatu tugas atau pekerjaan diselesaikan.

³⁹ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, hlm. 17.

d. Evaluasi dan Pengendalian

Evaluasi merupakan tahap akhir dari manajemen strategi. Para manajer sangat perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik. Evaluasi strategi meneliti dasar-dasar dari suatu organisasi, membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan dan mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana.

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui apakah rencana telah dapat direalisasikan atau tidak. Beberapa indikator dapat memberikan sinyal apakah sebuah perusahaan berhasil atau gagal. Maka perlu diperhatikan seksama, dalam hal ini sebagai berikut:⁴⁰

- 1) Volume Penjualan, sesuaikah dengan target?
- 2) Pangsa Pasar, apakah telah diperoleh bagian yang lebih besar?
- 3) Citra, apakah produk sudah dikenal?
- 4) Tingkat Laba, apakah tingkat laba telah sesuai dengan target?

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 385

H. Metode Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian *survey* lapangan (*field research*). Penyusun menggunakan jenis ini dengan bertujuan untuk memperoleh informasi yang akurat terhadap fenomena tertentu.

1. Pendekatan Penelitian

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Data yang dikumpulkan berupa gambar dan kata-kata. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, dokumen, dan lainnya.⁴¹

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan pertimbangan penelitian ini bertujuan mendapatkan gambaran yang memperjelas tentang input dan proses dalam manajemen strategi yang ada di Laksana Baru Swalayan.⁴²

2. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian adalah sumber data yang diperoleh atau informan yang dapat memberikan keterangan kepada penelitian. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah Laksana Baru Swalayan.

Sedangkan obyek penelitian merupakan titik perhatian fokus penelitian.⁴³ Adapun yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah manajemen strategi di swalayan (studi kasus Laksana Baru Swalayan

⁴¹ Lexy. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, edisi Revisi, (Bandung: PT. Remaja Karya, 2012), hlm. 11.

⁴² Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, cet. ke-8, (Jakarta: PT. Gramedia, 2002), hlm. 16.

⁴³ Tatang M Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: Rajawali, 2002), hlm. 92.

Majenang Cilacap Jawa Tengah) dan penerapan nilai-nilai dakwah yang ada di Laksana Baru Swalayan.

3. Metode Pengumpulan Data

Dalam upaya mendapatkan keterangan yang lebih obyektif, konkret, dan representatif, digunakan metode sebagai berikut :

a. Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati secara langsung dalam kegiatan yang ada di Laksana Baru Swalayan dengan menghimpun data hasil penelitian, pengamatan, dan pencatatan secara sistematis terhadap bagian-bagian strategi yang ada di Laksana Baru Swalayan.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara yang digunakan adalah wawancara secara mendalam, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan metode tanya-jawab berupa tatap muka antara pewawancara dengan informan, dengan menggunakan *tape-recorder*, *handphone*, dan pedoman (*guide*) wawancara.

Pihak yang diwawancarai adalah Bapak KH. Imam Subky Najmudin (pimpinan perusahaan), Bapak Nasirin dan Bapak Sony (staf perusahaan), Bapak Solih dan Ibu Sofi (*supplier*), serta Ibu Yuni (pelanggan). Wawancara ini akan mengulas tentang manajemen strategi yang ada di Laksana Baru Swalayan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi tersebut bisa didapatkan melalui dokumen profil Laksana Baru Swalayan, buku, brosur, arsip-arsip yang ada di Laksana Baru Swalayan. Dokumen ini bertujuan memberikan gambaran lebih rinci dan lengkap.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan yang berupa data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak-pihak yang terkait, seperti pimpinan perusahaan, staf perusahaan, *supplier*, dan pelanggan.

Sedangkan data sekunder adalah data-data yang diperoleh dari hasil penelaahan terhadap dokumen-dokumen resmi, serta buku-buku yang menunjang penelitian ini.

5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Menurut Lexy J. Moleong, teknik triangulasi keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu.⁴⁴ Teknik triangulasi ini digunakan sebagai pemeriksaan dan pengecekan data hasil dari pengamatan yang memanfaatkan sumber dan metode.

Adapun triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh

⁴⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, hlm. 9.

melalui alat dan waktu yang berbeda dengan metode kualitatif, yaitu dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

- a. Membandingkan apa yang dikatakan secara pribadi.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- c. Membandingkan keadaan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- d. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Sedangkan triangulasi dengan metode di atas meliputi dua hal, yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.⁴⁵

6. Teknik Analisis Data Penelitian

a. Analisis Kualitatif

Menurut Patton dalam bukunya Lexy Moleong yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif. Pada karya ilmiah (skripsi) ini, penyusun menganalisa data dengan menggunakan analisis kualitatif. Dari data yang telah dikumpulkan dan telah dicek keabsahannya dan dinyatakan valid, kemudian diproses mengikuti langkah-langkah yang bersifat umum, yaitu data yang diperoleh dalam lapangan ditulis atau diketik dalam bentuk uraian atau laporan

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 330.

yang rinci pada hal-hal yang terpenting (reduksi data), data yang telah terkumpul dan telah direduksi dibuatkan berbagai macam matriknya, grafik, *networks* dan *charts*, agar data dapat dikuasai (display data), dan mengambil kesimpulan serta verifikasi.⁴⁶

b. Teknik Memformulasikan Strategi

Proses memformulasikan strategi merupakan suatu rangkaian aktivitas yang membutuhkan perhatian serius. Hal pertama yang sebaiknya dilakukan adalah menentukan misi dan tujuan jangka panjang. Langkah kedua adalah mengidentifikasi manajemen strategi yang dilaksanakan oleh Laksana Baru Swalayan. Langkah ketiga terdiri atas tahap-tahap pengumpulan data (*input stage*), pencocokan (*matching stage*), dan keputusan (*decision stage*). Sebagai bahan masukan dan pertimbangan terhadap sejauh mana kinerja dari manajemen strategi yang telah dilakukan Laksana Baru Swalayan serta kepuasan pelanggan.

1) Tahap Pengumpulan Data (*Input Stage*)

Tahap pertama ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data tetapi merupakan kegiatan pengklasifikasian dan praanalisis. Data-data yang diperoleh diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu data internal dan data eksternal. Dari data internal dan eksternal yang diperoleh ini

⁴⁶Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. ke-11, (Bandung: Ramaja Rosdakarya, 1999), hlm. 179.

dilakukan evaluasi faktor internal dan eksternal, kemudian ditentukan faktor kunci sukses (*key success factor*).

Menentukan Faktor Daya Tarik Industri, Faktor Kekuatan Bisnis, Faktor IFAS yaitu analisis yang diarahkan dan difokuskan pada identifikasi kekuatan dan kelemahan. Sedangkan Faktor EFAS yaitu dari lingkungan luar dengan mengidentifikasi peluang dan ancaman.

2) Tahap Pencocokan (*Matching Stage*)

Tahap pencocokan yaitu mengembangkan alternatif strategi dengan menggunakan alat bantu Matrik GE dan IE, dengan memadukan Daya Tarik Industri, Kekuatan Bisnis, IFAS dan, EFAS, serta hasil perhitungan dimasukkan ke dalam diagram Matrik GE dan IE. Kemudian merumuskan strategi yang tepat untuk perusahaan dengan menggunakan Matrik SWOT.

Tahapan-tahapan kerja pada Daya Tarik Industri, Kekuatan Bisnis, EFAS dan IFAS dalam penentuan posisi perusahaan antara lain:⁴⁷

- a) Menentukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan serta yang menjadi peluang dan ancaman perusahaan, sekurang-kurangnya 5-10 item.
- b) Beri bobot setiap faktor dari 1.0 (paling penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting) berdasarkan kemungkinan

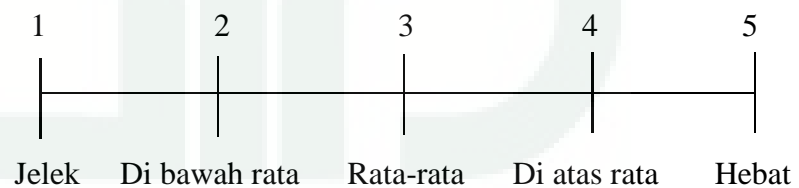
⁴⁷ J. David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, hlm.146.

pengaruh suatu faktor terhadap posisi strategi perusahaan.

Bobot total harus berjumlah 1.00.

- c) Masing-masing faktor diberi rating berdasarkan respon dan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. Penentuan rating dilakukan dengan memberikan rating numerik dan membandingkan antara satu peubah dengan peubah lainnya. Untuk menentukan peubah General Elektrik digunakan 1,0 (tinggi), 0,5 (sedang), 0,0 (rendah), sedangkan EFAS dan IFAS digunakan skala 1, 2, 3, 4, dan 5. Peubah yang bersifat positif (kekutan dan peluang) diberi nilai dari 3 sampai 5 (hebat). Sedang peubah yang bersifat positif (ancaman dan kelemahan) diberi nilai dari 1 sampai 3 (jelek). Skala yang digunakan adalah seperti pada gambar berikut:⁴⁸

Gambar I.4
Sintesis Penentuan Nilai



- d) Kalikan bobot masing-masing faktor dengan ratingnya untuk mendapatkan skor atau total terbobot dari masing-masing faktor.

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 144.

- e) Memberi keterangan untuk pemakaian yang masuk akal terhadap setiap faktor.
- f) Tambahkan skor yang telah dibobotkan untuk memperoleh total skor yang telah dibobotkan bagi perusahaan. Hal ini menunjukkan seberapa baik perusahaan menanggapi faktor-faktor strategi. Seperti pada tabel berikut:

Tabel I.1
Peubah Analisis Faktor Daya Tarik Industri

Faktor Daya Tarik Industri	Bobot	Nilai Rating			Total
		0,0	0,5	1,0	
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
Jumlah					

Tabel I.2
Peubah Analisis Faktor Kekuatan Bisnis

Faktor Daya Tarik Industri	Bobot	Nilai Rating			Total
		0,0	0,5	1,0	
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					
6.					
Jumlah					

Tabel I.3
Peubah Analisis Faktor Internal

Strategi Faktor Internal	Bobot	Nilai Rating					Total	Keterangan
		1	2	3	4	5		
Kekuatan								
1.								
10.								
Kelemahan								
1.								
10.								
Jumlah								

Tabel I.4
Peubah Analisis Faktor Eksternal

Strategi Faktor Eksternal	Bobot	Nilai Rating					Total	Keterangan
		1	2	3	4	5		
Peluang								
1.								
10.								
Ancaman								
1.								
10.								
Jumlah								

Langkah terakhir dari tahap pencocokan ini yaitu Matrik GE dan IE. Matrik General Elektrik ini membutuhkan parameter faktor daya tarik industri (*industry attractiveness factor*) dan faktor kekuatan bisnis (*business strength factor*). Seperti pada tabel berikut:

Tabel I.5
Matrik General Elektrik

		DAYA TARIK INDUSTRI		
		Tinggi (100 - 70)	Menengah (60 - 40)	Rendah (30 - 0)
KEKUATAN BISNIS	Kuat (70 - 100)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan 2. Dominasi 3. Maksimalkan investasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi pertumbuhan segmen 2. Investasi 3. <i>Positioning</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelola posisi keseluruhan 2. <i>Cash flow</i> 3. Inves pada tingkat pemeliharaan
	Rata-rata (40 - 60)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluasi potensi untuk memimpin pasar melalui segmentasi 2. Tentukan kelemahan 3. Bangun kekuatan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi 2. Pertumbuhan segmen 3. Seleksi investasi 4. spesialisasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi 2. Meminimalkan investasi 3. Posisi untuk divestasi
	Lemah (0 - 30)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spesialisasi 2. Cari ceruk 3. Pertimbangkan akuisisi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Spesialisasi 2. Cari ceruk 3. Pertimbangkan untuk keluar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Trust leader statesmanship</i> 2. Fokus pada pesaing <i>cash generators</i> 3. Saat keluar & <i>divest</i>

Matrik internal eksternal ini dikembangkan dari model General Electric (GE-Model). Parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan (IFAS) dan pengaruh eksternal yang dihadapi (EFAS). Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh dan mempertajam sehingga

mempermudah dalam memberikan pemilihan alternatif strategi.

Seperti pada tabel berikut:⁴⁹

Tabel I.6
Matrik Internal Eksternal (IE)
Total Skor Faktor Strategi Internal

		Kuat (4.0 - 3.0)	Rata-rata (3.0 - 2.0)	Lemah (2.0 - 1.0)
Total Skor Faktor Strategi Eksternal	Kuat (4.0 - 3.0)	<i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi vertical	<i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal	<i>RETRENCHMENT</i> <i>Turnaround</i>
	Rata-rata (3.0 - 2.0)	<i>STABILITY</i> Hati-hati	<i>GROWTH</i> Konsentrasi melalui integrasi horizontal <i>STABILITY</i> Tidak ada Perubahan Profit Strategi	<i>RETRENCHMENT</i> <i>Captive Company</i> atau <i>Divestment</i>
	Lemah (2.0 - 1.0)	<i>GROWTH</i> Difersifikasi Konsentrik	<i>GROWTH</i> Difersifikasi Konglomerat	<i>RETRENCHMENT</i> Bangkrut atau Likuiditas

Diagram tersebut dapat mengidentifikasi 9 sel strategi perusahaan, tetapi pada prinsipnya kesembilan sel ini dapat dikelompokkan menjadi tiga strategi utama yaitu:⁵⁰

- a) *Growth strategy*, yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel 1, 2, 5) atau upaya diversifikasi (sel 7, 8).

⁴⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia, 2009), hlm. 42.

⁵⁰ *Ibid.*,

b) *Stability strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ada.

c) *Retrenchment* (sel 3, 6, 9) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

3) Tahap Keputusan (*Decision Stage*)

Tahap terakhir dari formulasi strategi adalah tahap keputusan (*decision stage*), yaitu pemilihan strategi yang terbaik. Alat analisis yang dapat digunakan dalam tahap ini adalah Matrik SWOT.

Alat yang digunakan dalam tahap pencocokan penelitian selanjutnya adalah Matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis.⁵¹

Strategi S-O dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan perusahaan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi S-T dibuat berdasarkan kekuatan perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi W-O diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi W-T dibuat berdasarkan pada

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 193.

kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Seperti pada tabel berikut:⁵²

Tabel I.7
Skema Matrik SWOT.

Internal Ekternal	Strenghts (S) Tentukan 5-10 Faktor Kekuatan Internal	Weakness (W) Tentukan 5-10 Faktor Kelemahan Internal
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI S-T Ciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan dan menghindari ancaman

⁵² Suarsono Muhammad, *Matriks dan Skenario dalam Strategi*, (Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2008), hlm. 17.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini disusun guna mempermudah penelitian dan dapat dipahami secara sistematis, maka kerangka penyusunnya tersusun sebagai berikut:

Bab pertama, pendahuluan merupakan pengantar dan pengaruh pada bab selanjutnya. Bab ini menguraikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian, kerangka teori, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab kedua, menguraikan tentang gambaran umum Laksana Baru Swalayan. Bab ini akan memuat profil, sejarah, visi dan misi, budaya kerja, struktur organisasi, tata kerja, dan *layout* bangunan Laksana Baru Swalayan.

Bab ketiga, bab ini merupakan isi dan pokok dari skripsi, membahas hasil penelitian dan analisis data, yaitu analisis tentang penerapan manajemen strategi, posisi perusahaan, dan penentuan strategi Laksana Baru Swalayan.

Kemudian bab empat, berisikan bab penutup yang memuat kesimpulan pembahasan sekaligus jawaban dari masalah yang telah dirumuskan, disertai saran-saran, dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya. Selain itu pada bab ini memuat daftar pustaka dan terlampir yang dianggap perlu.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis internal dan eksternal faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi bersaing Laksana Baru Swalayan di Kota Majenang adalah daya tarik industri, kekuatan bisnis, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Perumusan dan pemilihan alternatif strategi yang terbaik untuk menghadapi persaingan bisnis ritel di Kota Majenang adalah melalui strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk.
 1. Strategi penetrasi pasar yang dapat dilaksanakan antara lain:
 - a) Memperluas target pasar dengan mencari lokasi strategis untuk membuka gerai baru.
 - b) Meningkatkan promosi dengan memperbanyak iklan perusahaan dan produk.
 - c) Meningkatkan kualitas produk, khususnya produk *fashion* berdasarkan gaya hidup yang tinggi.
 - d) Membuka toko dengan ukuran tidak terlalu besar.
 - e) Melakukan riset pasar untuk mengetahui dan meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Strategi pengembangan produk yang dapat dilakukan antara lain:
 - a) Menambah strategi harga ganjil pada produk khususnya produk *fashion* dan produk lainnya.
 - b) Membangun counter *fresh* sebagai varian produk unggulan.
 - c) Perencanaan strategi penjualan yang baik dalam jangka pendek, menengah, dan panjang.
 - d) Meningkatkan sistem komputer jaringan antar divisi untuk mengontrol pasokan dan persediaan barang agar komunikasi terjalin dengan baik.

Dengan demikian, setelah meyeleksi dan merekomendasikan alternatif strategi terbaik untuk Laksana Baru Swalayan, proses pengambilan keputusan strategi menunjukkan tidak adanya revisi atau merubah implementasi strategi, seperti program, anggaran, prosedur, dan kebijakan saat ini. Hasil dari pengamatan lingkungan, visi dan misi perusahaan yang dijalankan Laksana Baru Swalayan sesuai dengan kondisi saat ini. Setelah dievaluasi dapat dilihat terdapat umpan balik yang cukup signifikan terhadap perusahaan, yaitu volume penjualan sesuai dengan target, citra perusahaan dan termasuk produk maupun jasa yang sudah dikenal oleh masyarakat, dan tingkat laba telah sesuai dengan target dari tahun ke tahun Laksana Baru Swalayan mengalami perkembangan yang pesat. Akan tetapi, pangsa pasar yang dilakukan oleh Laksana Baru Swalayan belum berjalan dengan baik, dikarenakan masih banyaknya daerah sekitar Kota Majenang yang belum tersentuh oleh Laksana Baru Swalayan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian dari kesimpulan yang telah dilakukan, maka rumusan strategi untuk Laksana Baru Swalayan adalah:

1. Agar perusahaan mencapai posisi *growth* maka perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan terus kekuatan yang dimiliki untuk melakukan pengembangan usaha, sehingga tujuan perusahaan yaitu mencapai keuntungan yang maksimal dapat tercapai. Salah satu untuk mencapai tujuan tersebut dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan khususnya yang menyangkut penentuan strategi penjualan jangka pendek, menengah, jangka panjang, dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya, karena daerah Kota Majenang memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan profit perusahaan.
2. Saran dari konsumen kepada Laksana Baru Swalayan yaitu untuk meningkatkan pelayanan yang sudah ada dan menambah tempat duduk di beberapa titik
3. Saran kepada peneliti selanjutnya yaitu mendeskripsikan nilai-nilai islam di Laksana Baru Swalayan secara mendalam. Sehingga ada integrasi dan interkoneksi antara dasar-dasar nilai islam dengan implementasi nilai-nilai islam yang ada di Laksana Baru Swalayan..

DAFTAR PUSTAKA

- Ary Subarkah, Baitul Maal Wat-Tamwil Al-Ikhlas Kota Yogyakarta (Pendekatan Dalam Manajemen Strategi, *skripsi*, (tidak diterbitkan), Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2006.
- Cristina Whidya Utami, *Manajemen Ritel*, Jakarta: Salemba Empat, 2010.
- Dahlia Bonang, Analisis Manajemen Pembiayaan Murabahah di BMT Bina Ihsanul Fikri Yogyakarta, *skripsi*, (tidak diterbitkan), Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2007.
- Dokumen, *Laporan Praktek Kerja Industri di Laksana Baru*, Majenang: SMK Komputama, 2014.
- Fandy Tjipto, *Pemasaran Jasa*, Jatim: Bayumedia Publishing, 2011.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia, 2009.
- <http://laksanabaru.blogspot.com/2012/09/profil-laksana-baru-swalayan.html#>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2014, pukul 20.30 wib.
- <http://salam-budaya.blogspot.com/2012/10/kota-majenang-kabcilacap.html#.VFdGbjTLcm>, diakses pada tanggal 2 Oktober 2014, pukul 20.30 wib.
- Hunger, J. David dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, cet. ke-8, Jakarta: PT. Gramedia, 2002.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Lexy Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, cet. ke-11, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999.
- _____, *Metode Penelitian Kualitatif*, edisi Revisi, Bandung: PT. Remaja Karya, 2012.
- Pearce II, John A, Ricard B Robinson Jr, *Manajemen Strategi*, edisi 12, Jakarta: Salemba Empat, 2013.

- Porter, Michael E, *Strategi Bersaing: Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing*, Tangerang: Karisma Publishing Group, 2007.
- Sondang P Siagian, *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- Suarsono Muhammad, *Matriks dan Skenario Dalam Strategi*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2008.
- Suwardi, Penggunaan Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus: RPA Ayam Produc), *skripsi*, (tidak diterbitkan), Yogyakarta: Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Suwarso, *Manajemen Strategik*, Tangerang: Universitas Terbuka, 2014.
- Tatang M Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Rajawali, 2002.
- Thomson Berutu, Analisis Manajemen Strategi Giant (PT. Hero Supermarket, Tbk.) Dalam Menghadapi Persaingan Ritel di Kota Bogor (Studi Kasus di Giant PT. Hero Supermarket, Tbk. Botani Square), *skripsi*, (tidak terbit), Bogor: Fakultas Pertanian Institut Pertanian, 2008.
- W.J.S Poerwadarmita, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2006.
- _____, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982.
- YS Marjo, *Kamus Terminologi Populer*, Jakarta: Beringin Jaya, 1997.



Lampiran 1



DAFTAR WAWANCARA (*INTERVIEW GUIDE*)

Penelitian di Laksana Baru Swalayan

A. Wawancara kepada pimpinan:

1. Apa yang menjadi latar belakang mendirikan bisnis ritel?
2. Apakah ada penerapan nilai-nilai Islam dalam menjalankan bisnis di Laksana Baru Swalayan?
3. Konsep yang diterapkan?

B. Wawancara kepada staff kantor

1. Analisis Lingkungan Internal
 - a. Sumber Daya Manusia
 - 1) Apakah laksana baru memiliki devisi sumber daya manusia sendiri?
 - 2) Bagaimana dengan sistem penerimaan di Laksana Baru Swalayan?
 - a) Pelatihan, motivasi, dan evaluasi yang dilakukan oleh Laksana Baru Swalayan?
 - b. Sumber daya Keuangan
 - 1) Apakah ada kendala terkait dengan modal?
 - 2) Dari mana saja sumber keuangan/pemasukan LB secara keseluruhan?
 - c. Sumber daya pemasaran
 - 1) Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan Laksana Baru Swalayan?
 - 2) Bauran pemasaran
 - a) Produk
 - (1) Apa saja produk yang disediakan oleh Laksana Baru Swalayan?
 - (2) Apakah Laksana Baru Swalayan memiliki produk unggulan?
 - b) Harga
 - (1) Bagaimana dengan strategi harga yang diterapkan oleh Laksana Baru Swalayan?
 - (2) Bagaimana Laksana Baru Swalayan meyakinkan pelanggan bahwa harga di sini berbeda dari yang lain?
 - c) Tempat
 - (1) Bagaimana dengan lokasi/tempat penyimpanan barang, apakah sesuai dengan standar?
 - (2) Fasilitas apa saja yang ada di tempat penyimpanan?
 - d) Promosi
 - (1) Apa saja promosi yang dilakukan oleh Laksana Baru Swalayan? Seperti mnciptakan hubungan masyarakat, publisitas, promosi penjualan, dan iklan.
 - e) Distribusi
 - (1) Apa saja fasilitas angkut yang dimiliki oleh Laksana Baru Swalayan?
 - (2) Bagaimana sistem distribusi yang dilakukan LB?

f) *People*

(1) Kebijakan apa saja yang ditetapkan oleh Laksana Baru Swalayan untuk karyawan?

2. Analisis Lingkungan Eksternal

a. Lingkungan jauh (makro)

1) Ekonomi

a) Apakah ada pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan LB, baik positif maupun negatif? Seperti kenaikan BBM, inflasi, pasar bebas.

b) Apakah ada dukungan/kebijakan dari pemerintah dengan adanya LB ditengah-tengah masyarakat?

2) Sosial

a) Bagaimana Laksana Baru Swalayan menanggapi perubahan sosial di Kota Majenang, seperti budaya, gaya hidup, nilai, dan sikap?

3) Politik

a) Bagaimana Laksana Baru Swalayan menanggapi Kebijakan pemerintah menetapkan pajak yang besar terhadap ritel modern?

b) Bagaimana Laksana Baru Swalayan menanggapi isu-isu yang sedang hangat?

4) Teknologi

a) Apa saja teknologi yang dimiliki atau digunakan oleh Laksana Baru Swalayan?

b. Lingkungan operasional (mikro)

1) Posisi bersaing perusahaan

a) Siapakah pesaing terbesar Laksana Baru Swalayan saat ini?

b) Apa yang membedakan Laksana Baru Swalayan dengan pesaing lainnya?

2) Komposisi pelanggannya

a) Seperti apa Laksana Baru Swalayan menganggap pelanggan?

b) Apakah ada pelayanan atau akses khusus untuk pelanggan difabel?

3) Reputasi pemasok

a) Bagaimana cara Laksana Baru Swalayan menjalin hubungan baik dengan pemasok?

b) Perlakuan yang diberikan oleh LB?

4) kreditor menarik karyawan yang terampil

a) Apakah ada kendala dalam mencari calon karyawan di Kota Majenang?

b) Apakah Laksana Baru Swalayan memberikan kesempatan kerja di Kota Majenang dalam menangani pengangguran?

c. Lingkungan industri

1) Ancaman Pendetang Baru

a) Bagaimana Laksana Baru Swalayan menanggapi pendatang baru, yang sedang maraknya, seperti minimarket, alfa, dan indomart?

b) Bagaimana Laksana Baru Swalayan mensiasati fenomena tersebut?

- 2) Daya Penawaran Pembeli
 - a) Bagaimana Laksana Baru Swalayan membangun loyalitas pelanggan terhadap keputusan berbelanja di sini?
- 3) Daya Penawaran Pemasok
 - a) Bagaimana cara penawaran yang dilakukan oleh Laksana Baru Swalayan terhadap pemasok?
- 4) Produk-produk substitusi
 - a) Bagaimana Laksana Baru Swalayan meniasati produk-produk yang ditawarkan di luar?
 - b) Apakah Laksana Baru Swalayan memiliki produk *fresh* seperti pesaing utama?
- 5) Persaingan Antar Industri
 - a) Bagaimana Laksana Baru Swalayan meniasati rivalitas dikalangan pesaing di Kota Majenang?

C. Wawancara kepada pelanggan dan *supplier*

1. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh Laksana Baru Swalayan?
2. Bagaimana fasilitas yang diberikan oleh Laksana Baru Swalayan?
3. Bagaimana kerjasama yang dijalankan selama ini?
4. Saran untuk Laksana Baru Swalayan?

D. Pedoman dokumen

1. Aktivitas kerja
2. Budaya kerja, visi dan misi Laksana Baru Swalayan
3. Jumlah keseluruhan karyawan
4. *Layout* bangunan
5. Sejarah berdirinya Laksana Baru Swalayan
6. Seragam karyawan
7. Sistem pengupahan dan asuransi
8. Struktur organisasi Laksana Baru Swalayan
9. Tata kerja Laksana Baru Swalayan disetiap divisi

E. Pedoman observasi

1. Pengamatan terhadap fasilitas eksternal
2. Pengamatan terhadap fasilitas internal
3. Pengamatan terhadap gudang
4. Pengamatan terhadap kinerja sumber daya karyawan
5. Pengamatan terhadap lokasi
6. Pengamatan terhadap pelanggan dan karyawan
7. Pengamatan terhadap penerimaan dari *supplier*
8. Pengamatan terhadap pesaing
9. Pengamatan terhadap produk

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : KH. Imam Subky Najmudin
Jabatan : Direktur
Alamat : Jl. Diponegoro No.40 Majenang Cilacap Jawa Tengah

Menerangkan bahwa:

Nama : Nur Hidayat
NIM : 11240056
Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Benar-benar telah melakukan penelitian di Laksana Baru Swalayan Majenang dengan judul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)". Demikian surat keterangan ini, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Majenang, 18 Maret 2015



KH. Imam Subky Najmudin
Direktur

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Firdaus Subky SE

Jabatan : Store Manager

Alamat : Jl. Diponegoro No.40 Majenang Cilacap Jawa Tengah

Menerangkan bahwa:

Nama : Nur Hidayat

NIM : 11240056

Perguruan Tinggi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Benar-benar telah melakukan penelitian di Laksana Baru Swalayan Majenang dengan judul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)". Demikian surat keterangan ini, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Majenang, 18 Maret 2015



CV. LAKSANA BARU

Jl. Diponegoro No. 312 Telp. 02801 621333 Fax. 621550

MAJENANG

Firdaus Subky SE
Store Manager

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT BUKTI WAWANCARA

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sony Harsono

Status : Staf Kantor

Menyatakan bahwa saya telah diwawancarai guna kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)" oleh saudara:

Nama : Nur Hidayat

NIM : 11240056


Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Majenang, 28 Februari 2015


Sony H.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT BUKTI WAWANCARA

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ASEP SAPTONO

Status : ASPIRAN UMUM

Menyatakan bahwa saya telah diwawancarai guna kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)" oleh saudara:

Nama : Nur Hidayat

NIM : 11240056

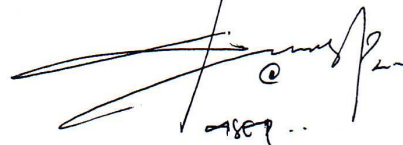
Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Majenang, 28 Februari 2015



Asep Saptono

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT BUKTI WAWANCARA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Solihin

Status : Pemasok

Menyatakan bahwa saya telah diwawancarai guna kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)" oleh saudara:

Nama : Nur Hidayat

NIM : 11240056


Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Majenang, 17 Februari 2015


Solihin

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT BUKTI WAWANCARA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofi

Status : Pemasok

Menyatakan bahwa saya telah diwawancarai guna kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)" oleh saudara:

Nama : Nur Hidayat

NIM : 11240056

Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Majenang, 17 Februari 2015



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT BUKTI WAWANCARA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : /Uni

Status : Konsumen

Menyatakan bahwa saya telah diwawancarai guna kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi yang berjudul "ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)" oleh saudara:

Nama : Nur Hidayat

NIM : 11240056

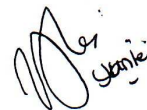
Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah

Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Majenang, 17 Februari 2015





Lampiran 2



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Fax. 0274-552230 Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

Nomor : UIN.02/WD.I/PP.00.9/^{est}/2015
Lamp. : 1 (satu) eks proposal penelitian
Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

Yogyakarta, 15 Januari 2015

Kepada Yth.
Gubernur Pemerintah DIY
C.q. Kepala BAKEBANGLIMAS
Daerah Iatimewa Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Disampaikan dengan hormat bahwa terkait dengan bahan penulisan skripsi, dengan ini kami mengajukan permohonan ijin mengadakan riset/penelitian bagi mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan data sebagai berikut:

Nama : Nur Hidayat;
NIM/Jurusan : 11240056/MD;
Alamat : Dakwah;

Judul Skripsi : Analisis Manajemen Strategi Di Swalayan (Studi Kasus
Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah);

Pembimbing : Dr.H.Okrisal Eka Putra, Lc, M.Ag.;;
Metode Penelitian : Kuantitatif / Kualitatif *
Waktu : 22 Januari 2015 - 22 April 2015;
Lokasi Penelitian : Laksana Baru Swalayan Kec. Majenang Kab. Cilacap

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini kami sampaikan desain penelitian dimaksud sebagaimana terlampir.

Demikian surat kami, atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Dr. Musthofa, M.Si.
NIP 19680103 199503 1 001 8

Tembusan:

1. Dekan (sebagai laporan);
2. Mahasiswa yang bersangkutan;
3. Pertinggal.



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
(BADAN KESBANGLINMAS)**

Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 19 Januari 2015

Nomor : 074/157/Kesbang/2015
Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada Yth. :
Gubernur Jawa Tengah
Up. Kepala Badan Penanaman Modal Daerah
Provinsi Jawa Tengah
Di
SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Nomor : UIN.02/WD.1/PP.00.9/ /2015
Tanggal : 15 Januari 2015
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka menyusun skripsi dengan judul proposal : **"ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (STUDI KASUS LAKSANA BARU SWALAYAN MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH)"**, kepada:

Nama : NUR HIDAYAT
NIM : 11240056
Contact Person/KTP : 085747794602/3301143004930001
Prodi/Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Laksana Baru Swalayan Kecamatan Majenang Kabupaten
Cilacap, Provinsi Jawa Tengah
Waktu Penelitian : 22 Januari 2015 s/d 22 April 2015

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan/fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Melaporkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbanglinmas DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



**BADAN KESATUAN BANGSA DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
(BADAN KESBANGLINMAS)**

Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta - 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 19 Januari 2015

Nomor : 074/157/Kesbang/2015
Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian

Kepada Yth. :
Gubernur Jawa Tengah
Up. Kepala Badan Penanaman Modal Daerah
Provinsi Jawa Tengah
Di
SEMARANG

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta
Nomor : UIN.02/WD.1/PP.00.9/ /2015
Tanggal : 15 Januari 2015
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka menyusun skripsi dengan judul proposal : **"ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (STUDI KASUS LAKSANA BARU SWALAYAN MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH)"**, kepada:

Nama : NUR HIDAYAT
NIM : 11240056
Contact Person/KTP : 085747794602/3301143004930001
Prodi/Jurusan : Manajemen Dakwah
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Lokasi Penelitian : Laksana Baru Swalayan Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah
Waktu Penelitian : 22 Januari 2015 s/d 22 April 2015

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan/fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan :

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Melaporkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbanglinmas DIY.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Yang bersangkutan.



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH
BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH

Alamat : Jl. Mgr. Soegiopranoto No. 1 Telepon : (024) 3547091 – 3547438 – 3541487
Fax : (024) 3549560 E-mail : bpmd@jatengprov.go.id <http://bpmd.jatengprov.go.id>
Semarang - 50131

Nomor : 090/230/2015
Lampiran : 1 (Satu) Lembar
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Semarang, 20 Januari 2015

Yth. Kepada
Bupati Cilacap
u.p. Kepala Badan Kesbangpol
Kab. Cilacap

Dalam rangka memperlancar pelaksanaan kegiatan penelitian bersama ini terlampir disampaikan Rekomendasi Penelitian Nomor : 070/124/04.5/2015 Tanggal 20 Januari 2015 atas nama NUR HIDAYAT dengan judul proposal ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah), untuk dapat ditindaklanjuti.

Demikian untuk menjadi maklum dan terimakasih.

KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH
PROVINSI JAWA TENGAH



Ir. YUNI ASTUTI, MA.
Pemuda Utama Muda
NIP. 196206211987092001

Tembusan :

1. Gubernur Jawa Tengah (sebagai laporan);
2. Kepala Badan Kesbangpol dan Linmas Provinsi Jawa Tengah;
3. Kepala Badan Kesbanglinmas Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta;
4. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta;
5. Sdr. NUR HIDAYAT;
6. Arsip,-



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TENGAH BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH

Alamat : Jl. Mgr. Soegiopranoto No. 1 Telepon : (024) 3547091 – 3547438 – 3541487
Fax : (024) 3549560 E-mail : bpmd@jatengprov.go.id <http://bpmd.jatengprov.go.id>
Semarang - 50131

REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/124/04.5/2015

- Dasar :
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tanggal 20 Desember 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian;
 2. Peraturan Gubernur Jawa Tengah No. 74 Tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Unit Pelaksana Teknis Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pada Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah;
 3. Peraturan Gubernur Jawa Tengah No. 67 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Jawa Tengah sebagaimana telah diubah dengan peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 27 Tahun 2014.

Memperhatikan : Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Perlindungan Masyarakat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor. 074/157/Kesbang/2015 tanggal 19 Januari 2015 Perihal : Rekomendasi Izin Penelitian.

Kepala Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah, memberikan rekomendasi kepada :

1. Nama : NUR HIDAYAT.
2. Alamat : Jl. Dr. Wahidin No. 76, Rt 007/Rw 002, Kel. Sindangsari, Kec. Majenang, Kab. Cilacap, Provinsi Jawa Tengah.
3. Pekerjaan : Mahasiswa.

- Untuk :
- Melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan rincian sebagai berikut :
- a. Judul Proposal : ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah).
 - b. Tempat / Lokasi : Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap, Provinsi Jawa Tengah.
 - c. Bidang Penelitian : Manajemen.
 - d. Waktu Penelitian : 22 Januari s.d. 22 April 2015.
 - e. Penanggung Jawab : Dr. H. Okrisal Eka Putra . Lc, M.Ag
 - f. Status Penelitian : Baru.
 - g. Anggota Peneliti : -
 - h. Nama Lembaga : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Ketentuan yang harus ditaati adalah :

- a. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat setempat /Lembaga swasta yang akan di jadikan obyek lokasi;
- b. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak disalah gunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan pemerintahan;
- c. Setelah pelaksanaan kegiatan dimaksud selesai supaya menyerahkan hasilnya kepada Kepala Badan Penanaman Modal Daerah Provinsi Jawa Tengah;
- d. Apabila masa berlaku Surat Rekomendasi ini sudah berakhir, sedang pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon dengan menyertakan hasil penelitian sebelumnya;
- e. Surat rekomendasi ini dapat diubah apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Semarang, 20 Januari 2015

KEPALA BADAN PENANAMAN MODAL DAERAH
PROVINSI JAWA TENGAH





PEMERINTAH KABUPATEN CILACAP
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan D.I Panjaitan Nomor 1 Telepon (0282) 534118 – 537477 Faximile (0282) 534118

CILACAP

Kode Pos 53223

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN / SURVEY/ PKL

NOMOR : 072 / 0061 / I / 28 / 2015

- I. Dasar : Keputusan Bupati Cilacap Nomor 71 Tahun 2004 tanggal 8 Juni 2004 Tentang Prosedur Permohonan Rekomendasi Penelitian / Survey, Praktek Kerja Lapangan (PKL) dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kabupaten Cilacap
- II Membaca : Surat dari Kepala Badan Penanaman Modal Daerah Pemerintah Propinsi Jawa Tengah Di Semarang Nomor : 070/124/ 04.5/ 2015 tanggal, 20 Januari 2015 tentang ljin **Penelitian**

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (**BAKESBANGPOL**) Kabupaten Cilacap menyatakan **TIDAK KEBERATAN** untuk memberikan rekomendasi atas Pelaksanaan **Penelitian** yang akan dilaksanakan oleh :

1. Nama / NIM : **NUR HIDAYAT (11240056)**
2. Pekerjaan : Mahasiswa Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Alamat : Jl. Dr. Wahidin No. 76 Rt. 007 / Rw. 002 Kel. Sindangsari Kecamatan Majenang Kabupaten Cilacap
4. Maksud dan Tujuan : Penyusunan Skripsi
5. Penanggung jawab : Dr. H. Okrisal Eka Putra ,Lc,M.Ag (Dosen Pembimbing)
6. Judul : “ **ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (Studi Kasus Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap Jawa Tengah)** “.
7. Lokasi : Di *Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap*

III. Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melaksanakan **Penelitian** , diwajibkan menyerahkan Surat Rekomendasi dari **Badan Kesatuan Bangsa Dan Politik** Kabupaten Cilacap Ke **BAPPEDA** Kabupaten Cilacap Untuk Mendapatkan ljin **Penelitian**
2. Pelaksanaan **Penelitian** ini tidak disalahgunakan untuk tujuan lain yang berakibat pelanggaran Peraturan Perundang – undangan yang berlaku.
3. Mentaati segala ketentuan dalam pelaksanaan **Penelitian** dimaksud.
4. Setelah selesai pelaksanaan **Penelitian** harap melaporkan hasilnya kepada Bupati Cilacap lewat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik (**BAKESBANGPOL**) Kabupaten Cilacap.
5. Surat rekomendasi ini akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan ketentuan – ketentuan sebagaimana tersebut diatas.

IV. Surat Rekomendasi ini berlaku mulai tanggal **22 Januari 2015 s/d 22 April 2015**

DIKELUARKAN DI : CILACAP
PADA TANGGAL : 21 Januari 2015

an.KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
KABUPATEN CILACAP
Sekretaris



EDY SUYOTO,S.IP

Pembina Tingkat I

Nip. 19591118 198103 1 007

Tembusan :

1. **NUR HIDAYAT** (Yang bersangkutan)
2. Arsip



PEMERINTAH KABUPATEN CILACAP
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
Jalan Kauman No. 28 B Telp (0282) 533797, 534945 Fax. (0282) 534945
CILACAP Kode Pos 53223

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN / SURVAI

Nomor: 072/0039/27.1

- I. **DASAR** : Keputusan Bupati Cilacap Nomor: 71 Tahun 2004 tanggal 8 Juni 2004 perihal: Prosedur Permohonan Rekomendasi Penelitian / Survai, Praktek Kerja Lapangan (PKL), dan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kabupaten Cilacap
- II. **MEMBACA** : Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Cilacap Nomor : 072/0061/II/28/2015 Tgl 21 Jan 2015 perihal: Ijin Penelitian
- III. Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kabupaten Cilacap bertindak atas nama Bupati Cilacap, memberikan REKOMENDASI atas pelaksanaan Penelitian / Survai dalam wilayah Kabupaten Cilacap yang dilaksanakan oleh:
1. Nama : **NUR HIDAYAT (NIM : 11240056)**
 2. Pekerjaan : Mhs Fak. Dakwah Dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
 3. A l a m a t : Jl. Dr. Wahidin No.76 Rt.7/Rw.2 Sindangsari Kec. Majenang Kab. Cilacap
 4. Penanggungjawab : Dr. H. Okrisal Eka Putra ,Lc,M.Ag (Dosen Pembimbing)
 5. Maksud Tujuan Penelitian / Survai : Penyusunan Skripsi
 6. Judul Penelitian / Survai : **"ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI DI SWALAYAN (STDI KASUS LAKSANA BARU SWALAYAN MAJENANG CILACAP JAWA TENGAH)"**
 7. Lokasi : Di Laksana Baru Swalayan Majenang Cilacap

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

- a. Pelaksanaan Penelitian / Survai tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu ketenangan dan ketertiban masyarakat / pemerintah.
 - b. Sebelum melaksanakan Penelitian / Survai langsung kepada responden, harus terlebih dahulu melaporkan kepada Kepala Instansi /Wilayah (Camat/Kepala Desa/Kepala Kelurahan) setempat.
 - c. Setelah Penelitian / Survai selesai, supaya menyerahkan hasilnya kepada BAPPEDA Cilacap.
 - d. Apabila dalam jangka waktu tertentu hasil Penelitian / Survai belum dikirim ke BAPPEDA, maka kepada Penanggung jawab / Pimpinan Lembaga Pendidikan yang bersangkutan berkewajiban mengirimkan hasil Penelitian / Survai tersebut di atas.
- IV. Surat Rekomendasi Penelitian / Survai ini berlaku dari tanggal: 22 Januari s/d 22-April 2015
22 Januari s/d 22 April 2015.

Dikeluarkan di : Cilacap
Pada Tanggal : 21 Januari 2015

a.n. BUPATI CILACAP
KEPALA BAPPEDA KAB. CILACAP
u.b. KABID EKONOMI


HASANUDDIN, S.STP,MM
Pembina

Nip. 19791226 199810 1 001

Tembusan:

1. Bupati Cilacap;
2. Wakil Bupati Cilacap;
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kab. Cilacap;
4. Kepala Disperindagkop UMKM Kab. Cilacap;
5. Dekan Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN S. Kaliiaaga YKT.



Lampiran 3

GALERI FOTO

A. Wawancara



Direktur Utama LB
KH. Imam Subky Najmudin



ASP HRD LB
Bapak Sony dan Bapak Nasirin



ASP Umum LB
Bapak Asep



Pelanggan LB
Ibu Yuni



Pemasok LB
Bapak Solih



Pemasok LB
Ibu Sofi

B. Observasi



Pelanggan LB



Program 4S



Pujasera Lesehan



Pujasera Ivent



Counter Makanan Kering



Counter MB



Counter pakaian anak



Counter Pakaian Dewasa



Unit Kasir



Unit Informasi



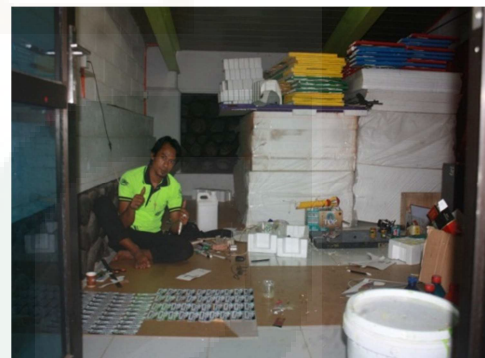
Training Class



Praktik Kerja



Tempat Makan



Unit Visual



Unit Pembungkusan



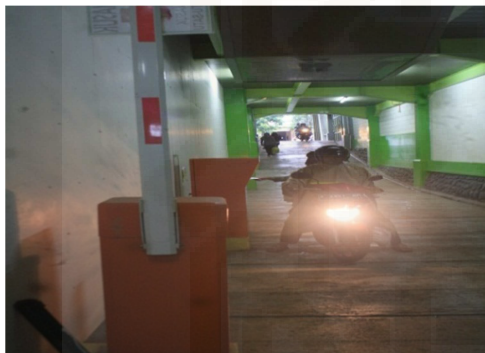
Unit Pengelolaan Produk *expired*



Tampak Depan



KOBER



Parkir Otomatis



Tempat Parkir



C. Program



Promosi



Lomba Otomotif



Lomba Menyanyi



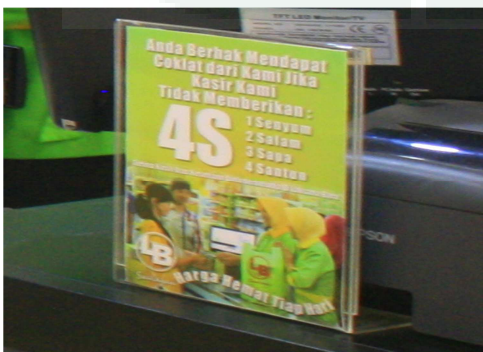
Lomba Mewarnai



Beauty Hijab Class



Randy Pangalila



4S



Otomotif



Lampiran 4



TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/b4.24.83/2015

Herewith the undersigned certifies that:

Name : **Nur Hidayat**
Date of Birth : **April 30, 1993**
Sex : **Male**

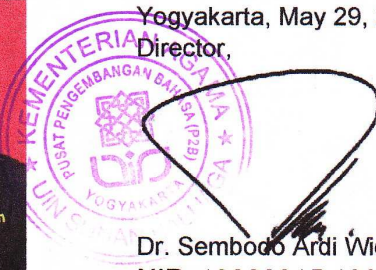
took TOEC (Test of English Competence) held on **May 29, 2015** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga Yogyakarta and got the following result:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	47
Structure & Written Expression	41
Reading Comprehension	50
Total Score	460

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, May 29, 2015
Director,



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005





شهادة

الرقم: UIN.02/L.0/PP.000.9/972.a/2015

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن :

الاسم : Nur Hidayat

تاريخ الميلاد : ٣٠ ابريل ١٩٩٣

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٢ فبراير ٢٠١٥ ،
وحصل على درجة :

٣٨	فهم المسموع
٣٨	التركيب النحوية والتعبيرات الكتابية
٢٧	فهم المقروء
٣٤٣	مجموع الدرجات

*هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٧ فبراير ٢٠١٥

الدكتور هشام زيني الماجستير

رقم التوظيف : ١٠٠٢ ١٩٩١٠٣ ١٩٦٣١١٠٩





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.788/2014

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Nur Hidayat
Tempat, dan Tanggal Lahir : Cilacap, 30 April 1993
Nomor Induk Mahasiswa : 11240056
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

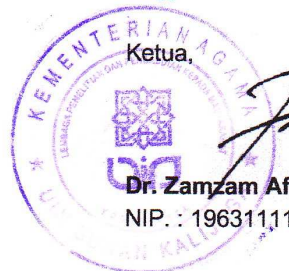
yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2013/2014 (Angkatan ke-83), di :

Lokasi : Tamanmartani 12
Kecamatan : Kalasan
Kabupaten/Kota : Kab. Sleman
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 07 Juli 2014 s.d. 17 September 2014 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 94,33 (A-). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 03 November 2014



Ketua,

Dr. Zamzam Afandi, M.Ag.

NIP. : 19631111 199403 1 002

UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : NUR HIDAYAT
 NIM : 11240056
 Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
 Jurusan/Prodi : MANAJEMEN DAKWAH
 Dengan Nilai :

No.	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1.	Microsoft Word	80	B
2.	Microsoft Excel	40	E
3.	Microsoft Power Point	90	A
4.	Internet	90	A
5.	Total Nilai	75	B
Predikat Kelulusan		Memuaskan	

Yogyakarta, 8 April 2015

Kepala PTIPD



Agung Fatwanto, Ph.D.
 NIP. 197701032005011003

Standar Nilai:

Nilai		Predikat
Angka	Huruf	
86 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang





LABORATORIUM AGAMA
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email:fd@uin-suka.ac.id

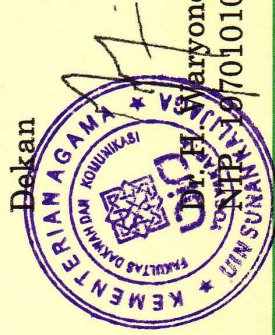
S E R T I F I K A T

Pengelola Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

NUR HIDAYAT
NIM : 11240056

LULUS

ujian sertifikasi Baca Tulis Al Qur'an yang diselenggarakan oleh Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga.



Dr. Sriharini, M.Ag.
NIP. 19710526 199903 1 002

Yogyakarta, 12 Juni 2013
Ketua

Dr. Sriharini, M.Si.
NIP. 19710526 199703 2 001





Nomor: UIN.02/R.Km/PP.00.9/2059/2011

**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : Nur Hidayat
NIM : 11240056
Fakultas/Prodi : Dakwah/ Manajemen Dakwah
Sebagai : Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas workshop
SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2011/2012
Tanggal 06 s.d. 08 September 2011 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 09 September 2011
Pembantu Rektor

Bidang Kemahasiswaan



H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1006

SERTIFIKAT



No. 118.PAN-OPAK.UNIV.UK.AA.09.2011

diberikan kepada :

Nur Hidayat

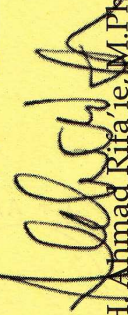
atas partisipasinya sebagai :

PESERTA

Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2011 yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2011 dengan tema :
Menumbuhkan Peran mahasiswa; Upaya Mewujudkan Bhineka Tunggal Ika
pada 14-16 September 2011 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

mengetahui,

Pembantu Rektor III
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


Dr. H. Ahmad Rifal, *ie.* M.Phil
NIP. 19600905 198603 1 006

Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA)
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


Abdul Kholid
Presiden

Yogyakarta, 16 September 2011

Panitia OPAK 2011
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta


M. Fauzi
ketua


Ach. Sulaiman
sekretaris



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

Nama : Nur Hidayat
Tempat/Tgl. Lahir : Cilacap, 30 April 1993
Alamat : Jl. Dr. Wahidin No.76 Rt07/02 Sindang Sari Majenang
Cilacap Jawa Tengah
Nama Ayah : H. Datim Susanto
Nama Ibu : Hj. Supinah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. 1996 – 1999 : TK Mashitoh Majenang
 - b. 1999 – 2005 : SDN Sindang Sari Majenang
 - c. 2005 – 2008 : Mts Minat Kesugihan Cilacap
 - d. 2008 – 2011 : MAN Cijantung Ciamis
 - e. 2011 – 2015 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. 1995 – 2005 : TPA Baitul Muslim

C. Prestasi/Penghargaan

1. Juara 1 Lomba Senam Lantai Putra Tingkat Kabupaten dan Provinsi Tahun 2002 – 2004
2. Khotmi Al-Qur'an Juz 30 Tercepat Tahun 2001

D. Pengalaman Organisasi

1. Staf OSIS Mts Minat Kesugihan Cilacap 2006 – 2007
2. Dewan Penggalang Mts Minat Kesugihan Cilacap
3. Seksi Dokumentasi OSIS MAN Cijantung Ciamis 2008 – 2009
4. Ketua Wirausaha MAN Cijantung Ciamis 2009 – 2010
5. Dewan Ambalan Salman Al-Faritsi (BANTARA) MAN Cijantung Ciamis 2008 – 2009
6. Dewan Ambalan Salman Al-Faritsi (LAKSANA) MAN Cijantung Ciamis 2009 – 2010

Yogyakarta 1 Juni 2015

Nur Hidayat