

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

PT. Matahari Department Store Tbk. adalah perusahaan yang sudah berdiri Sejak tahun 1958. Perusahaan ini membutuhkan strategi perusahaan yang baik, baik dalam hal strategi usaha juga strategi sistem informasi serta teknologi berita dengan demikian, perusahaan dapat bertahan dan bersaing menggunakan perusahaan-perusahaan ritel lain yang sudah terdapat sebelumnya, serta menghadapi persaingan dari perusahaan-perusahaan baru yang bisa menyaingi mereka. (Putra & Darma, 2021)

Matahari didirikan di tahun 1958 oleh Bapak Hari Darmawan dengan membuka gerai pertama pada kawasan Pasar Baru, Jakarta. beliau merupakan seseorang peritel Indonesia yang mempunyai reputasi serta pengalaman yang baik pada pasar nasional dan internasional. pada tahun 1996, kepemilikan matahari mengalami perubahan yaitu dari Bapak Hari Darmawan ke Lippo class, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang multi bussiness in various industries baik di tingkat domestik juga internasional. dalam masa peralihan kepemilikan ini, matahari mengalami perubahan dalam struktur orgaanisasinya dan matahari juga menyusun strategi bisnis yang baru. (Ketut Kusumawijaya Stie Triatma Mulya)

Perkembangan usaha bisnis pada era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha buat bisa

mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh untung optimal serta memperkuat posisi pada menghadapi perusahaan pesaing. Tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang wajib dipikirkan serta direncanakan sebelum produksi.(Philip Kotler, 2000)

Konsumen yang potensial akan mempertimbangkan terlebih dahulu berbagai faktor yang berkaitan dengan produk sebelum memilih atau mengambil keputusan dan mencari alternatif yang bisa memberi kepuasan tertinggi pada mengkonsumsi suatu produk. Proses strategi pemasaran mengharuskan pemasar untuk memahami terlebih dahulu konsumennya. Kebutuhan serta keinginan para konsumen terus berubah, sehingga setiap pemasar berkewajiban untuk memahami konsumen buat meraih kesuksesan dalam menjalankan bisnisnya. Tanpa mengenal konsumen, pemasar akan mendapatkan kesulitan yang akhirnya bisa menjauhkannya dari konsumen. salah satu perilaku konsumen yang perlu diketahui pemasar adalah impulse buying yaitu pembelian tidak terencana yang di lakukan untuk pemenuhan kebutuhan konsumen.(Kristiyanti 2020.)

kecenderungan untuk membeli secara impulsif ini umumnya dapat menghasilkan pembelian saat konsumen percaya bahwa tindakan tersebut adalah hal yang wajar. Konsumen sebenarnya menyadari bahwa proses pembelian yang tidak terencana bukan sebagai prioritas utama, namun pada kenyataannya konsumen kerap kali berada pada situasi ini serta berulang melakukan proses pembelian tidak terencana (Kristiyanti 2020.)

Pada periode globalisasi dan persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan berhadapan dengan berbagai tantangan ekonomi. salah satu tantangan

utama yang dihadapi oleh perusahaan adalah risiko kebangkrutan. Kebangkrutan (perubahan strategi) dapat terjadi akibat berbagai faktor seperti manajemen yang tidak efektif, fluktuasi pasar yang tajam, atau beban utang yang terlalu tinggi. ketika perusahaan menghadapi risiko kebangkrutan, dampaknya tidak hanya dirasakan oleh pemilik perusahaan tetapi juga oleh para karyawan, kawan bisnis, dan bahkan dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Oleh karena itu, memahami dan meramalkan kemungkinan kebangkrutan menjadi sangat penting untuk mengambil langkah- langkah pencegahan yang diperlukan dan mengelola risiko dengan lebih efektif.

Menurut (Sari et al., 2021) Analisis prediksi kebangkrutan merupakan suatu pendekatan yang menggunakan data keuangan dan non-keuangan untuk menilai kesehatan keuangan perusahaan serta memproyeksikan apakah perusahaan tersebut berisiko mengalami kebangkrutan pada masa depan. Ini melibatkan penggunaan berbagai contoh dan metode statistik untuk mengidentifikasi tanda- pertanda awal serta pola yang mungkin mengindikasikan risiko kebangkrutan. Pendekatan analisis prediksi kebangkrutan ini bisa memberikan wawasan yang berharga pada pemangku kepentingan bisnis buat mengambil keputusan yang tepat, mirip restrukturisasi keuangan, perubahan strategi usaha, atau implementasi langkah perbaikan manajemen. fenomena kebangkrutan tidak hanya terjadi di perusahaan kecil atau baru, namun juga bisa memengaruhi perusahaan besar dan mapan.

Beberapa faktor umum yang bisa menyebabkan kebangkrutan meliputi perubahan ekonomi global, ketidakstabilan pasar keuangan, perubahan regulasi, atau bahkan perubahan dalam tren konsumen. pembangunan ekonomi nasional

bukan hanya tanggung jawab pemerintah, namun merupakan tanggung jawab beserta baik rakyat kecil juga warga kalangan menengah atas warga ialah pelaku primer pembangunan dan pemerintah punya peranan yang akbar pada hal pengarahannya penciptaan fasilitas penunjang. (Kinerja Keuangan Dengan Metode Altman & Wulansari, 2019) Semakin lebar lapangan pekerjaan maka semakin besar juga penyelesaian masalah perekonomian nasional, karena penduduk adalah aset berharga bagi bangsa dan negara.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tentang perubahan di Strategi SDM pada PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park.
2. Apakah perubahan di PT Matahari mempengaruhi kinerja karyawan dan konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka tujuan penulisan penelitian adalah berikut:

1. Untuk mengetahui Strategi Perubahan yang terjadi di PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park.
2. Untuk mengetahui situasi perkembangan yang terjadi di PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat, baik manfaat secara praktis maupun manfaat secara teoritis.

1. Manfaat praktis

1. Bagi perusahaan Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi karyawan PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park.
2. Bagi peneliti Untuk menambah wawasan dan pengetahuan strategi dan situasi di PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park.

2. Manfaat teoritis

Agar menjadi kontribusi pemikiran bagi pengembangan teori perubahan strategi dan diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan sebagai tambahan informasi dan untuk menambah pengetahuan serta memperluas wawasan mengenai perubahan strategi di PT Matahari Departemen Store Bekasi Cyber Park.

1.5 Sistematika Penelitian

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan pada bab ini meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang memiliki keterkaitan dan teori yang relevan yang menjadi acuan dalam penulisan, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran teoritis

dan sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian yang terdiri dari lokasi atau tempat penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan penelitian yang terdiri dari lokasi atau tempat penelitian, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan