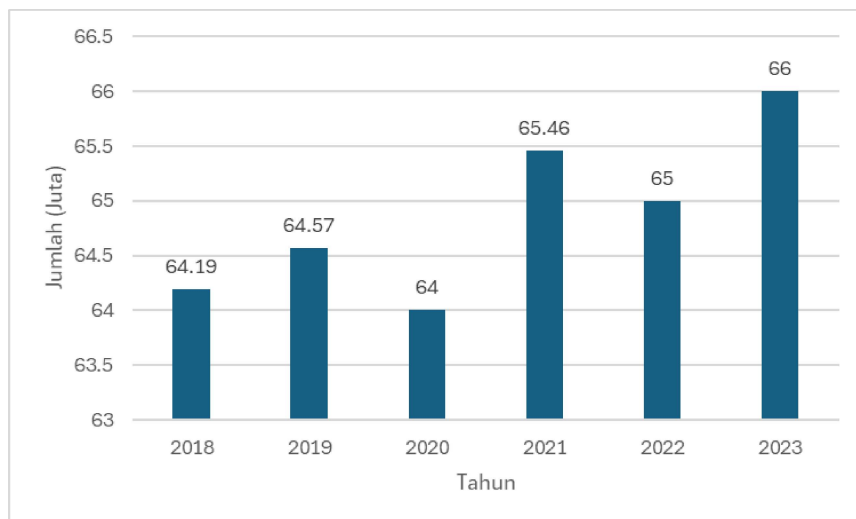


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

CV adalah singkatan dari *Commanditaire Vennootschap* atau Persekutuan Komanditer, yaitu bentuk badan usaha yang didirikan oleh minimal dua orang yang menyatukan modal mereka. Para pendiri ini bertanggung jawab untuk menjalankan dan memimpin perusahaan. CV didirikan dengan tujuan agar para mitra dalam persekutuan tersebut bisa bersama-sama mewujudkan tujuan bisnis yang disepakati. Keuntungan dari usaha ini dibagi berdasarkan kesepakatan yang dibuat oleh para anggotanya. Beberapa ahli mengemukakan bahwa ada dua jenis sekutu dalam CV. Pertama adalah sekutu komplementer, dan kedua adalah sekutu komanditer. Sekutu komanditer bersifat pasif, hanya memberikan modal kepada sekutu komplementer atau sekutu aktif. Sebaliknya, sekutu aktif bertanggung jawab atas pengelolaan dan operasional CV.



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2018 hingga 2023

Sumber : (Kadin Indonesia, 2023)

Berdasarkan data di atas, jumlah UMKM di Indonesia dari tahun 2018 sampai 2023 mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2018, jumlah UMKM 64,19 juta dan meningkat di tahun 2019 sebesar 1,98% menjadi 64,57 juta, Tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 2,24% menjadi 64 juta, hal ini memungkinkan disebabkan oleh pandemi COVID-19. Tahun 2021 pertumbuhan UMKM kembali mengalami kenaikan sebesar 2,28% menjadi 65,46 juta. Tahun 2022 mengalami

penurunan sebesar 0,7% menjadi 65 juta, lalu Kembali meningkat dengan 1,52% menjadi 66 juta. Peran UMKM sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Pada tahun 2023, pelaku usaha UMKM mencapai sekitar 66 juta.

Kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, setara Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sekitar 117 juta pekerja (97%) dari total tenaga kerja. Tantangan UMKM ke depan yang harus diatasi bersama oleh segenap stakeholders terkait antara lain berkaitan dengan inovasi dan teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas atau perizinan, pembiayaan, branding dan pemasaran, sumber daya manusia, standardisasi dan sertifikasi, pemerataan pembinaan, pelatihan, dan fasilitasi, serta basis data tunggal (Kadin Indonesia, 2023).



Gambar 1.2 Logo CV AIP



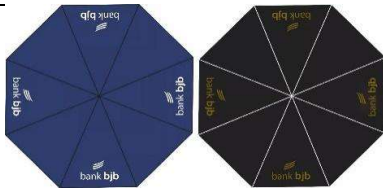
Gambar 1.3 Logo Bank BJB

CV Aulia Insberk Pro berlokasi di Jalan Pasir Jaya XI, nomor 5A RT5/6, Pasirluyu, Regol, Kota Bandung 40254 yang sudah berdiri dari tahun 2023 bulan Januari. CV AIP (Aulia Insberk Pro) adalah perusahaan yang berfokus di bidang jasa dan barang yang memiliki karyawan sebanyak 2 orang. CV AIP sudah memiliki rekanan dengan Bank BJB sejak tahun 2023 bulan Februari yang bergerak di bidang jasa seperti pengadaan barang atau *merchandise* untuk BJB BiSA! Laku Pandai dan *event* tertentu. Berikut merupakan produk-produk yang tersedia di CV AIP.

Tabel 1.1 Produk yang tersedia di CV AIP

No.	Bidang	Produk	Keterangan
1	Jasa	Renovasi	
2	Barang	Mug BJB BiSA!	
		Asbak BJB BiSA!	
		Tumbler BJB BiSA!	

No.	Bidang	Produk	Keterangan
		Spanduk BJB BiSA!	
		ID Card BJB BiSA!	
		Lanyard BJB BiSA!	
		Baju BJB BiSA!	
		Rompi BJB BiSA!	
		Polo BJB BiSA!	

No.	Bidang	Produk	Keterangan
		Payung Bank BJB	
		Pulpen Bank BJB	
		Jam Dinding Bank BJB	

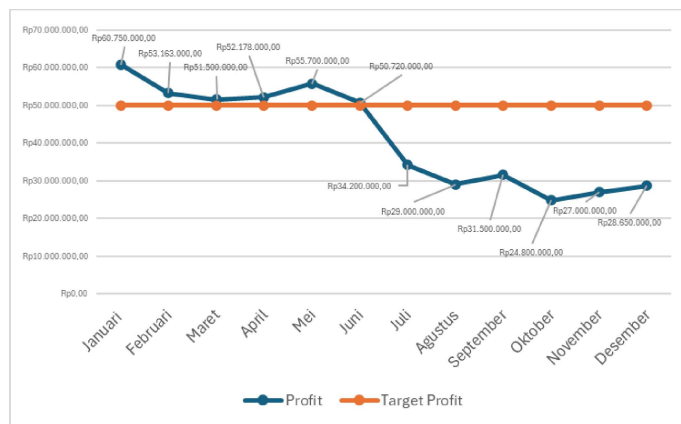
Daftar bisnis CV AIP yang ditampilkan dalam tabel terbagi ke dalam dua bidang utama, yaitu bidang jasa dan bidang barang. Pada bidang jasa, tercantum satu jenis layanan, yaitu renovasi. Layanan ini merujuk pada kegiatan perbaikan atau pembaruan suatu ruangan atau bangunan, seperti yang tergambar dalam dokumentasi berupa proses renovasi dalam maupun luar kantor.

Sementara itu, pada bidang barang, terdapat beragam produk yang digunakan sebagai media promosi dengan identitas BJB BiSA! dan Bank BJB. Produk-produk tersebut mencakup barang kebutuhan sehari-hari hingga perlengkapan promosi. Beberapa contoh produk tersebut antara lain: mug BJB BiSA! yang menampilkan logo Agen BJB BiSA!, asbak BJB BiSA! yang berfungsi sebagai wadah abu rokok, serta tumbler BJB BiSA! yang merupakan botol minum multifungsi. Selain itu, terdapat pula spanduk promosi BJB BiSA! yang digunakan untuk keperluan pemasaran visual di lapangan.

Untuk mendukung identitas dan kelengkapan atribut pegawai atau mitra, tersedia produk-produk seperti ID Card BJB BiSA!, lanyard ID card, serta pakaian promosi

yang meliputi baju, rompi, dan polo BJB BiSA!. Produk lainnya mencakup payung berlogo Bank BJB yang digunakan sebagai *souvenir* untuk nasabah Bank BJB, serta pulpen berlabel Bank BJB yang bermanfaat sebagai alat tulis sekaligus media promosi. Seluruh produk dan jasa ini mencerminkan upaya *branding* dan penguatan identitas visual yang dilakukan oleh Bank BJB melalui penyediaan berbagai media promosi yang fungsional dan representatif.

Masalah yang ditemukan dalam penelitian di lapangan adalah menurunnya profit CV AIP selama 6 bulan terakhir dan tidak tercapainya target yang sudah ditetapkan. Hal ini memungkinkan disebabkan oleh ketatnya persaingan CV yang terdapat di Bank BJB. Persaingan ini dapat dilihat berdasarkan *quality*, harga, kecepatan dalam menyelesaikan pesanan, dan strategi pemasarannya. Berikut merupakan data profit CV AIP dari bulan Januari 2024 hingga bulan Desember 2024.



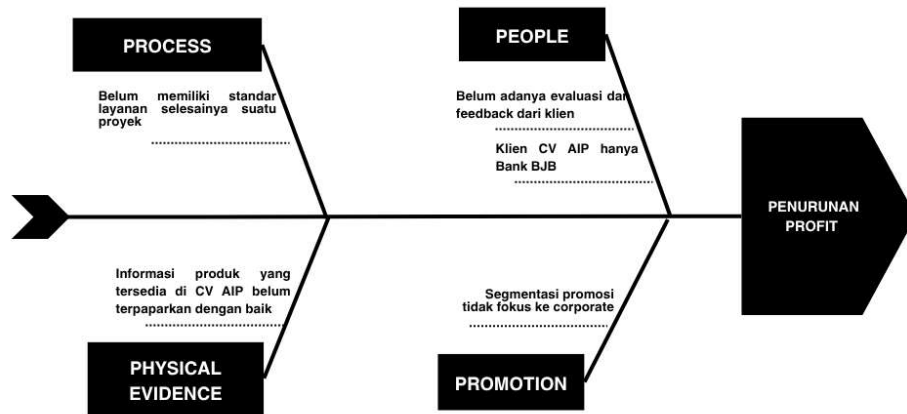
Gambar 1.4 Data Profit CV AIP Bulan Januari hingga Desember 2024

Sumber : (Data Internal Perusahaan)

Gambar 1.4 mengilustrasikan kondisi profit CV AIP dari Januari hingga Desember 2024 yang menunjukkan variasi kinerja cukup mencolok. Selama enam bulan pertama, profit perusahaan secara konsisten berada di atas target bulanan sebesar Rp 50.000.000, dengan pencapaian tertinggi terjadi pada bulan Januari sebesar Rp 60.750.000. Akan tetapi, memasuki bulan Juli, profit mulai mengalami penurunan signifikan yang berlanjut hingga penghujung tahun. Pencapaian terendah tercatat pada bulan Oktober, yaitu sebesar Rp 24.800.000, menandakan penurunan kinerja yang cukup tajam dibandingkan semester awal. Kendati demikian, pada periode Oktober sampai Desember terlihat adanya tren pemulihan meskipun belum berhasil

melampaui target yang ditetapkan. Penurunan kinerja selama semester kedua ini menunjukkan pentingnya dilaksanakan evaluasi secara menyeluruh terhadap aspek internal dan eksternal yang memengaruhi profitabilitas perusahaan. Evaluasi ini berperan penting sebagai dasar untuk menyusun strategi pengembangan yang lebih optimal agar CV AIP mampu meningkatkan profit secara berkelanjutan, bahkan melampaui target bulanan yang telah direncanakan.

Secara keseluruhan pola profit yang dialami oleh CV AIP sangat tidak stabil, fluktuasi ini mengindikasikan perlunya evaluasi mendalam untuk merumuskan strategi yang lebih efektif guna menjaga stabilitas profit dan melampaui target yang sudah ditentukan. Berikut identifikasi masalah secara komprehensif menggunakan diagram *fishbone*.



Gambar 1.5 Diagram Fishbone CV AIP

Gambar 1.5 CV AIP tersebut mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan profit yang dialami oleh CV AIP. Diagram ini memetakan beberapa aspek utama yang berkontribusi terhadap masalah tersebut, yaitu *Process*, *People*, *Physical Evidence*, dan *Promotion*. Dalam kategori **Process**, Ditemukan bahwa ketiadaan standar dalam penyelesaian layanan proyek menimbulkan ketidakpastian pada alur kerja serta memengaruhi kualitas hasil yang dihasilkan. Tidak adanya standar dalam penyelesaian layanan proyek menimbulkan ketidakpastian pada alur kerja serta memengaruhi kualitas hasil yang dihasilkan. Selain itu, hal ini menunjukkan kurangnya kejelasan dan jaminan layanan yang dapat menurunkan kepercayaan pelanggan.

Dalam aspek ***People***, telah teridentifikasi bahwa CV AIP belum memiliki sistem evaluasi maupun mekanisme pengumpulan umpan balik dari klien yang dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam upaya perbaikan kualitas layanan. Di samping itu, CV AIP saat ini bergantung pada satu klien utama, yaitu bank BJB, sehingga ketergantungan tersebut menimbulkan potensi risiko terhadap kestabilan pendapatan perusahaan. Aspek ***Physical Evidence***, penyampaian informasi terkait produk dan layanan yang ditawarkan oleh CV AIP belum dilakukan secara optimal kepada publik. Keterbatasan dalam dokumentasi visual dan informasi lain yang representatif, menyebabkan perusahaan mengalami kendala dalam menunjukkan kredibilitas serta keunggulan layanannya kepada klien. Di aspek ***Promotion***, strategi promosi CV AIP belum menyasar segmen yang tepat, terutama pada sektor korporat. Segmentasi promosi yang tidak fokus menyebabkan perusahaan kesulitan menjangkau target pasar potensial, sehingga menghambat perluasan jaringan klien dan berdampak pada stagnasi bahkan penurunan profit.

Hasil analisis terhadap aspek *Process*, *People*, *Physical Evidence*, dan *Promotion* menunjukkan bahwa kelemahan pada keempat komponen tersebut memberikan dampak langsung terhadap penurunan profit yang dialami oleh CV AIP. Ketiadaan standar penyelesaian proyek, belum diterapkannya sistem evaluasi serta mekanisme umpan balik dari klien, kurangnya penyampaian informasi layanan secara optimal, dan segmentasi promosi yang belum tepat sasaran menjadi indikator bahwa perusahaan menghadapi kendala signifikan dalam menjaga kinerja dan memperluas cakupan pasar.

Kondisi tersebut menandakan perlunya perumusan strategi pengembangan yang sistematis dan berbasis data guna meningkatkan daya saing serta menjaga keberlangsungan perusahaan. Untuk itu, metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dipilih sebagai pendekatan strategis karena mampu memberikan proses pengambilan keputusan yang rasional, objektif, dan terukur. Melalui QSPM, berbagai alternatif strategi yang tersedia dapat dievaluasi dan diprioritaskan berdasarkan bobot dari faktor-faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi perusahaan. Dengan demikian, penerapan QSPM diharapkan dapat membantu CV AIP dalam merancang strategi yang paling relevan dan efektif guna mengatasi permasalahan yang ada serta mendorong peningkatan profit secara berkelanjutan.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan pada latar belakang, perumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari metode QSPM terhadap faktor internal dan eksternal strategi mana yang paling efektif untuk diprioritaskan oleh CV AIP dalam meningkatkan profit?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditentukan, berikut merupakan tujuan dari penelitian:

1. Menentukan strategi yang paling efektif untuk diprioritaskan oleh CV AIP berdasarkan hasil dari metode QSPM terhadap faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan profit.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi positif tidak hanya bagi peneliti sebagai pelaksana studi, tetapi juga bagi perusahaan sebagai objek penelitian. Adapun manfaat yang diperoleh dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti
Mendapatkan pengalaman secara langsung dan menambah pengetahuan mengenai strategi di perusahaan.
2. Bagi Perusahaan
Perusahaan dapat mempraktekan strategi pengembangan yang diusulkan oleh peneliti. Selain itu, perusahaan dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

I.5 Batasan dan Asumsi Masalah

Berikut merupakan batasan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada CV AIP.

1. Data profit CV AIP hanya dari awal Januari 2024 hingga Desember 2024
2. Strategi terpilih berdasarkan hasil dari metode penelitian ini
3. Penelitian berdasarkan hasil dari kondisi internal dan eksternal dari perusahaan

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan digunakan untuk panduan dalam penulisan Tugas Akhir yang terdiri dari enam BAB yang antara lain adalah pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metodologi Penelitian, Pengumpulan dan Pengolahan data, Analisis, serta Kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan dari ke-enam BAB.

BAB I Pendahuluan

BAB I merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang dari permasalahan yang akan diangkat. Selain itu terdapat perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

BAB II Tujuan Pustaka berisikan teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

BAB III Metodologi Penelitian menjelaskan langkah-langkah dalam pemecahan suatu masalah yang akan diselesaikan secara rinci yang meliputi sistematika penyelesaian masalah, identifikasi sistem terintegrasi, batasan dan asumsi penelitian, dan identifikasi mengenai komponen sistem integral.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data yang berisikan pengumpulan data dari objek penelitian serta semua informasi yang dibutuhkan dalam pengolahan data, Setelah semua data yang dibutuhkan sudah sesuai dan lengkap, selanjutnya terdapat pengolahan data yang berisikan data-data dari permasalahan yang akan diselesaikan, analisis dan perancangan masalah yang ada.

BAB V Analisis

BAB V Analisis berisikan mengenai verifikasi dan validasi berdasarkan rancangan usulan yang telah dibuat. Setelah hasil rancangan telah diverifikasi dan validasi, terdapat analisis hasil rancangan untuk mengetahui bagaimana rancangan yang telah dirancang pada objek yang ada

BAB VI Kesimpulan dan Saran

BAB VI Kesimpulan dan Saran merupakan kesimpulan dari penyelesaian masalah yang ada serta saran bagi penelitian selanjutnya