

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis dalam artian luas merupakan suatu keadaan yang menggambarkan semua aktifitas di dalam perusahaan atau organisasi yang memproduksi barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi, bisnis itu sendiri adalah sebuah sebutan yang di dalamnya ada beberapa aspek serta bagaimana suatu perusahaan atau organisasi dijalankan. Menurut Glos, Steade dan Lowry dalam buku “Praktik Bisnis Indonesia” karangan Rusdi Hidayat N A, Nurhadi dan Sonja Andarini memberikan definisi bisnis yaitu jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang yang berkecimpung dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standart serta kualitas hidup mereka. Pada waktu ini, kegiatan bisnis sudah diminati oleh berbagai kalangan, termasuk dari kalangan usia tua hingga muda, dari kalangan ekonomi rendah, menengah, dan atas.

Di Indonesia bisnis sudah yang merambat di berbagai sektor, mulai dari sektor hotel dan industri pariwisata, infrastruktur dan konstruksi, pengiriman barang, dan masih banyak sektor bisnis yang lainnya. Perkembangan bisnis sektor perdagangan saat ini mendorong para pelaku bisnis agar bisa menyalurkan produknya ke konsumen. Para pelaku bisnis tentunya membutuhkan pasangan dalam menyalurkan produknya terutama

perusahaan atau organisasi jasa yang bergerak dalam pengiriman barang. Persaingan di dunia pengiriman barang begitu ketat dan semakin lebar untuk kompetitor baru. Dalam hal ini para pelaku usaha dituntut untuk dapat membaca serta memahami kondisi guna mencapai target yang di inginkan dan mampu bersaing dengan kompetitor yang memiliki bisnis di bidang yang sama. Oleh karena itu, definisi dari strategi pengembangan usaha menurut Feby dan Ety (2021) merupakan rencana jangka panjang dalam mengembangkan visi misi suatu usaha dengan menetapkan tujuan jangka panjang organisasi, membuat sejumlah strategi alternatif untuk organisasi serta memilih strategi tertentu untuk digunakan mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar dengan daya saing tinggi melalui pemberian fasilitas dan bimbingan pendampingan yang disertai dengan motivasi dan kreativitas dalam mencapai tujuan usaha secara efektif dan efisien.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, ekspedisi menjadi salah satu bisnis yang punya peran cukup penting dalam rantai distribusi. Perusahaan yang membutuhkan jasa ekspedisi khususnya dalam kegiatan logistik dan pendistribusian barang cukup banyak. Maka dari itu, menurut Rusdi Hidayat N A, Nurhadi dan Sonja Andarini (2021) Usaha jasa, adalah usaha yang dilakukan oleh masyarakat baik perorangan maupun kelompok untuk memberikan jasa pelayanan yang dibutuhkan agar sesuai dengan kebutuhannya. Meningkatnya bisnis di sektor pengangkutan menunjukkan bahwa tingginya persaingan bisnis yang terjadi pada industri ekspedisi. Hal itu menjadikan bahwa perusahaan harus dituntut untuk memiliki keunggulan

bersaing agar dapat menjaga eksistensinya pada persaingan industri ekspedisi yang semakin kompetitif.

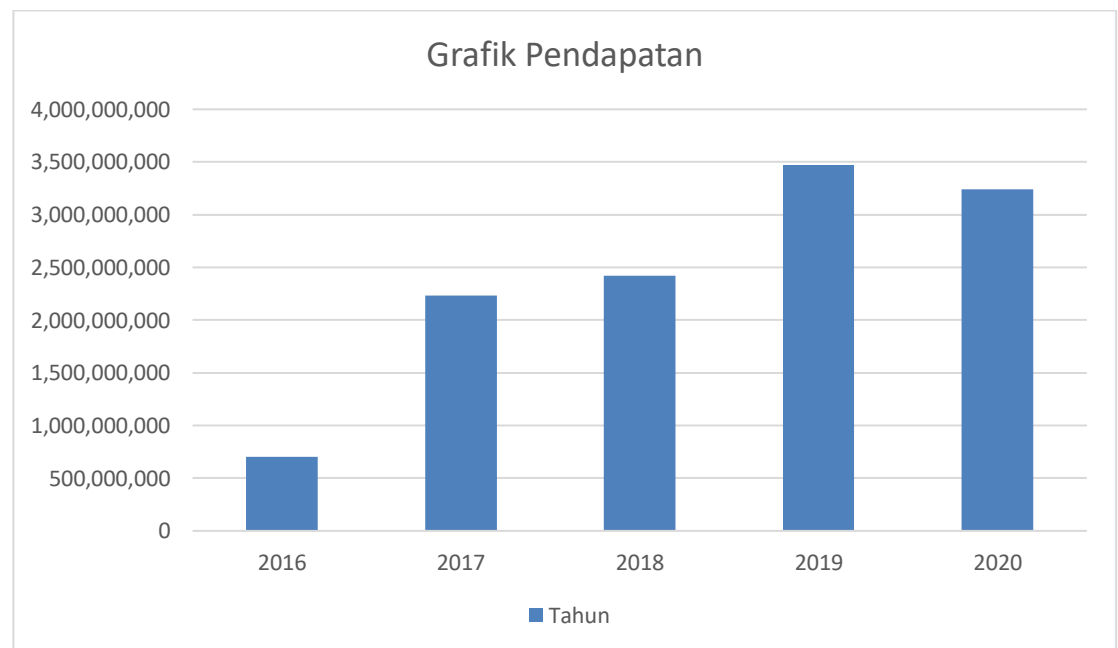
Pada penelitian ini, objek yang diambil yaitu, Perusahaan “PT. Nusantara Logistic Sejahtera” di kota Surabaya. Perusahaan ini bergerak di bidang jasa ekspedisi dan sudah berdiri sejak tahun 2016. Perusahaan ini telah menunjukkan reputasinya sebagai ekspedisi laut yang efisien serta bertanggung jawab dalam pengiriman barang dengan tepat waktu sampai tujuan. Bentuk perusahaan ini adalah Perseroan Terbatas dengan bidang usaha jasa pengiriman barang dengan tujuan wilayah Pulau Papua. Perusahaan ini dalam setiap bulannya dapat mengirim container dengan muatan berbagai macam, seperti; alat berat, kendaraan roda dua atau empat, bahan-bahan sembako, bahan bangunan dan lain-lain. PT. Nusantara Logistic Sejahtera memiliki kerja sama dengan beberapa pelayaran, yaitu pelayaran PT. Temas dan PT. Tanto Intim Line.

Strategi pemasaran pada dasarnya merupakan upaya menawarkan atau memasarkan sebuah produk barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan mengalami peningkatan lebih tinggi (Miguna & Agni, 2020). Untuk PT. Nusantara Logistic Sejahtera tentunya memiliki strategi tersendiri dalam menjalankan bisnisnya. Misalnya seperti melakukan promosi kepada orang terdekat yang membutuhkan jasa pengiriman dalam jumlah yang banyak ke pulau papua. Untuk pengembangan usaha, PT. Nusantara Logistic Sejahtera memiliki pasar yang dituju adalah

para pelaku usaha kecil hingga perusahaan-perusahaan dalam membantu distribusi bahan atau produknya.

Dalam penelitian ini, fokus yang akan diteliti pada PT. Nusantara Logistic Sejahtera adalah lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan yang kemudian data tersebut dianalisa dengan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threath*). Berikut peneliti sajikan data perkembangan pendapatan PT. Nusantara Logistic Sejahtera:

Tabel 1. 1 Perkembangan Pendapatan PT. NLS dalam 5 Tahun Terakhir



Catatan:

- a. Tahun 2016 : Rp. 705.000.000
- b. Tahun 2017 : Rp. 2.230.000.000
- c. Tahun 2018 : Rp. 2.420.000.000
- d. Tahun 2019 : Rp. 3.470.000.000
- e. Tahun 2020 : Rp. 3.240.000.000

Berdasarkan data diatas dapat diketahui pendapatan PT. Nusantara Logistic Sejahtera mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya, namun terjadi penurunan pada satu tahun terakhir. Pada tahun 2016 hingga tahun 2017 mengalami kenaikan yang cukup drastic yaitu sebesar Rp. 1.525.000.000, ditahun ini pendapatan perusahaan mengalami kenaikan yang cukup tinggi dikarenakan giat mencari relasi yang membutuhkan jasa dan mempromosikannya ke orang – orang yang sedang mencari jasa tersebut. Kemudian tahun 2017 hingga tahun 2018 mengalami kenaikan pendapatan yang tidak terlalu tinggi yaitu sebesar Rp. 190.000.000. Untuk tahun 2018 hingga tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp. 1.050.000.000, kenaikan ini disebabkan banyaknya yang membutuhkan jasa pengiriman barang secara besar, karena pengiriman barang secara besar hanya bisa dilakukan melalui jalur laut yaitu menggunakan kapal laut. Kemudian pada tahun 2019 hingga tahun 2020 mengalami sedikit penurunan pendapatan yaitu sebesar Rp. 230.000.000.

Di Kota Surabaya terdapat banyak perusahaan ekspedisi yang serupa dengan PT. Nusantara Logistic Sejahtera perlu waspada terhadap persaingan. Maka dari itu, PT. Nusantara Logistic Sejahtera perlu memperbarui strategi usahanya agar dapat bersaing dengan para kompetitor serta perkembangan zaman. PT. Nusantara Logistic Sejahtera memiliki banyak kompetitor tentunya akan memberikan banyak tantangan bagi perusahaan dan peluang yang bisa digunakan sebaik mungkin menjadi strategi untuk membuat

perusahaan bisa bersaing, mengembangkan usahanya agar pendapatan bisa meningkat untuk mencapai visi, misi dan tujuan perusahaan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*). Pada metode SWOT ini digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis/usaha sehingga dibutuhkan proses analisis internal serta eksternal guna mengidentifikasi variabel kunci berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan berpengaruh terhadap pengembangan usaha PT. Nusantara Logistic Sejahtera. Definisi dari analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*) adalah instrumen yang efektif dalam melakukan analisis strategi, efektivitas tersebut terletak pada kemampuan dari penentu strategi perusahaan yang dimana berperan untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan pemanfaatan peluang sehingga meminimalkan kelemahan yang terdapat dalam perusahaan dan menekan dampak ancaman yang dihadapi (Diana & Abdrizal, 2017).

Setelah proses menggunakan metode analisis SWOT maka hasil tersebut muncul beberapa alternatif strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan perusahaan tersebut. Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian mengenai model bisnis dalam pengembangan strategi bisnis yang berjudul “**Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis SWOT Pada PT. Nusantara Logistic Sejahtera**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Faktor lingkungan internal dan eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi pengembangan usaha PT. Nusantara Logistic Sejahtera?
2. Bagaimana posisi perusahaan berdasarkan faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Nusantara Logistic Sejahtera?
3. Apa saja alternatif strategi yang sesuai dengan PT. Nusantara Logistic Sejahtera dalam mengembangkan usahanya?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Nusantara Logistic Sejahtera
2. Menegaskan posisi perusahaan berdasarkan faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan usaha PT. Nusantara Logistic Sejahtera
3. Merancang alternatif strategi bagi PT. Nusantara Logistic Sejahtera dalam mengembangkan usahanya.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian selanjutnya khususnya pada program studi Administrasi Bisnis, yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis perusahaan yang meliputi analisis menggunakan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threath*). Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tabahan yang berguna bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam meninjau kembali apa yang harus dilakukan dalam mengambil kebijakan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi bisnis yang dilakukan oleh PT. Nusantara Logistic Sejahtera yang berlokasi di Jalan Kertopaten Nomor 15 E, Kecamatan Simokerto, Kota Surabaya untuk mengembangkan bisnisnya yang meliputi analisis menggunakan metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threath*) sebagai masukan dan pertimbangan bagi pengusaha dalam meningkatkan kinerja perusahaan.