

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

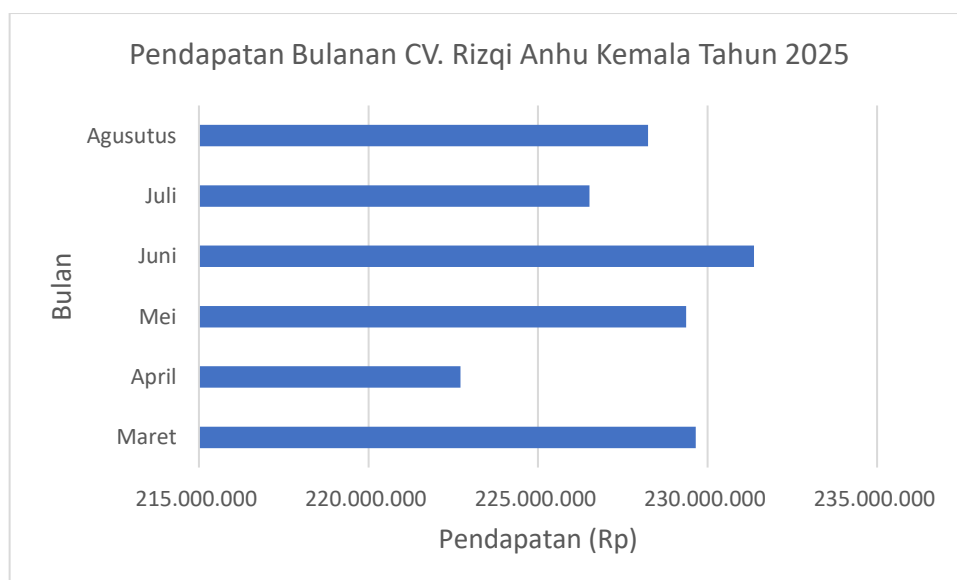
Perkembangan dunia usaha saat ini menunjukkan dinamika yang sangat cepat terutama pada sektor perdagangan. Kondisi ini ditandai dengan semakin terbukanya peluang pasar yang luas, namun di sisi lain juga memicu munculnya persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha. Persaingan menjadi suatu hal yang tidak dapat dihindari oleh para pengusaha dalam pasar yang bersifat kompetitif. Sehingga diperlukan strategi bersaing dengan melibatkan teknik-teknik yang mengikuti cara-cara berbeda dalam mengatur kemajuan persaingan (Riqzi dkk., 2023). Di dunia bisnis yang kompetitif, strategi merupakan elemen krusial yang dapat menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Strategi yang efektif tidak hanya membantu perusahaan dalam merumuskan tujuan jangka panjang, tetapi juga dalam merespons perubahan yang cepat dan dinamis. Dengan adanya strategi yang jelas, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mempertahankan posisinya. Selain itu, strategi juga memberikan arah dan fokus yang diperlukan untuk membuat keputusan yang terinformasi dan terencana. Pentingnya strategi dalam bisnis juga terletak pada kemampuannya untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul. Tanpa strategi yang tepat, perusahaan berisiko menghadapi kesulitan dalam menavigasi tantangan pasar dan mungkin gagal memanfaatkan peluang yang ada. Oleh karena itu, strategi bukan hanya tentang perencanaan, tetapi juga tentang pelaksanaan yang efisien dan adaptasi yang terus-menerus terhadap perubahan lingkungan bisnis. Melalui

strategi yang matang, perusahaan dapat memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Harahap, 2024).

CV. Rizqi Anhu Kemala merupakan sebuah toko retail berlokasi di Jl. Tidar No. 93 B, Petemon, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya, Jawa Timur dan telah beroperasi sejak tahun 2019 yang bergerak pada penjualan produk curah bahan kimia. CV. Rizqi Anhu Kemala telah memiliki legalitas usaha yang sah, yang dibuktikan dengan kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB), sehingga seluruh aktivitas usahanya telah terdaftar dan diakui secara resmi oleh pemerintah dan setiap produknya sudah tersertifikasi COA (*Certificate of Analysis*). Sebagai salah satu usaha lokal di industri kimia, CV. Rizqi Anhu Kemala ini menyediakan beragam produk bahan kimia seperti sorbitol, sendawa, wash bensin, texapone, CAB amphotol dan stearic acid. Namun, produk yang dijual pada CV. Rizqi Anhu Kemala masih dikemas secara sederhana tanpa adanya label merek atau desain kemasan yang menarik sehingga belum memiliki diferensiasi yang jelas dibandingkan pesaing. Selain itu, pihak toko juga belum pernah melakukan program promosi secara terencana, baik melalui media *online* maupun *offline*, sehingga tingkat *awareness* masyarakat terhadap keberadaan dan produk yang dijual masih tergolong rendah. Ditambah lagi, lokasi toko yang berada di kawasan Jalan Tidar, yang merupakan pusat perdagangan bahan kimia dengan banyak usaha sejenis, menyebabkan tingkat persaingan cukup tinggi.

Tabel 1.1 Harga Produk CV. Rizqi Anhu Kemala

Produk	Ukuran	Harga
Sorbitol	1 L	Rp 28.500
	0,5 L	Rp 16.500
Sendawa	1 Kg	Rp 41.000
Wash Bensin	1 L	Rp 28.500
Texapone	1 Kg	Rp 80.000
CAB Amphitol	1 L	Rp 40.500
Stearic Acid	1 Kg	Rp 34.500



Gambar 1.1 Grafik Pendapatan Bulanan CV. Rizqi Anhu Kemala Tahun 2025

(Sumber : Data Perusahaan 2025)

Berdasarkan pendapatan selama periode Maret–Agustus 2025, CV. Rizqi Anhu Kemala menunjukkan kondisi penjualan yang relatif stabil dari bulan ke bulan. Meskipun tidak mengalami penurunan yang signifikan, pendapatan yang diperoleh juga belum menunjukkan adanya peningkatan yang berarti. Hal ini

mengindikasikan bahwa usaha masih berjalan pada pola yang sama tanpa adanya strategi khusus untuk mendorong pertumbuhan. Oleh karena itu, CV. Rizqi Anhu Kemala memerlukan strategi pengembangan bisnis yang tepat agar dapat meningkatkan nilai tambah usaha, memperkuat daya saing, serta memaksimalkan potensi pasar yang dimiliki.

Untuk mengatasi masalah yang telah dipaparkan, upaya yang dapat digunakan untuk mengatasinya adalah dengan mengoptimalkan penjualan melalui strategi pengembangan bisnis yang bisa diterapkan oleh CV. Rizqi Anhu Kemala. Oleh karena itu penelitian ini menerapkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Metode *Business Model Canvas* (BMC) yang dipadukan dengan analisis SWOT digunakan sebagai pendekatan untuk memahami kondisi bisnis secara menyeluruh. Melalui *Business Model Canvas* (BMC), aspek-aspek utama dalam sebuah model bisnis dapat digambarkan dengan jelas, mulai dari segmen pelanggan, saluran distribusi, hubungan pelanggan, hingga struktur biaya dan sumber pendapatan (Sa'diah dkk., 2025). Sementara itu, analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi jalannya usaha, meliputi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) (Karadzhov, 2025). Dengan menggabungkan analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC), perusahaan dapat memahami tidak hanya gambaran umum dari sembilan elemen BMC, tetapi juga bagaimana setiap elemen tersebut dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal. Kombinasi kedua metode ini membantu perusahaan dalam menentukan strategi yang paling tepat melalui *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

Pendekatan gabungan ini memberikan hasil analisis yang lebih fokus dan mendalam, sehingga konsep bisnis yang dirumuskan menjadi lebih matang, realistis, dan mampu beradaptasi dengan dinamika persaingan bisnis. Selain itu, strategi yang dihasilkan juga lebih tanggap terhadap dinamika lingkungan bisnis, membuat perusahaan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan. Selanjutnya, alternatif strategi yang diperoleh dari analisis SWOT akan dievaluasi kembali secara objektif menggunakan QSPM (Kurniawati dkk., 2022). Melalui metode ini, perusahaan dapat menilai tingkat daya tarik dari setiap strategi alternatif dengan memberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingan dan relevansinya terhadap kondisi perusahaan. Dengan cara tersebut, CV. Rizqi Anhu Kemala dapat menentukan strategi bisnis yang paling sesuai untuk diimplementasikan.

Alasan utama penggunaan kombinasi *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) adalah agar perusahaan memiliki gambaran visual yang jelas mengenai model bisnis, sekaligus mampu menganalisis faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan di dalam perusahaan serta peluang dan ancaman dari luar. Dengan pemahaman ini, CV. Rizqi Anhu Kemala dapat memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk mengatasi ancaman eksternal, memperbaiki kelemahan yang ada, serta menangkap peluang yang muncul di pasar untuk dibentuk strategi bisnis. Selanjutnya, metode QSPM digunakan untuk mengevaluasi alternatif strategi yang dihasilkan dari SWOT dan menentukan strategi bisnis prioritas berdasarkan penilaian yang objektif. Hal tersebut diharapkan dapat menghasilkan strategi-strategi terbaik untuk diusulkan pada CV. Rizqi Anhu Kemala.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan pada penelitian ini yakni :

“Bagaimana merumuskan strategi pengembangan bisnis pada CV. Rizqi Anhu Kemala melalui pemetaan model bisnis menggunakan Business Model Canvas, analisis faktor internal dan eksternal dengan metode SWOT, serta penentuan strategi bisnis prioritas dengan menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix?”

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini agar lebih terarah adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dan pengambilan data ini hanya dilaksanakan di CV. Rizqi Anhu Kemala yang terletak di Kota Surabaya, Jawa Timur.
2. Penelitian dilakukan mulai bulan September 2025 sampai data tercukupi.
3. Penelitian ini menggunakan data wawancara dan data survei kuesioner sebagai metode pengumpulan data.
4. Survei kuesioner digunakan dalam bentuk *google form*.
5. Penelitian ini hanya melibatkan responden dari karyawan CV. Rizqi Anhu Kemala yang berjumlah 40 orang.
6. Penelitian ini berfokus pada analisis internal perusahaan, sehingga informasi terkait karakteristik pelanggan dan pasar yang digunakan masih bersifat umum dan didasarkan pada data yang tersedia di perusahaan.

1.4. Asumsi Penelitian

Adapun asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data yang digunakan diperoleh melalui wawancara dengan pihak pengusaha.
2. Seluruh responden memahami setiap pernyataan dalam instrumen kuesioner yang diberikan.
3. Hasil kuesioner yang telah dibagikan akan dimanfaatkan untuk analisis SWOT serta dianalisis lebih lanjut menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dicapai berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah :

Untuk memberikan rekomendasi strategi pengembangan bisnis yang paling prioritas bagi CV. Rizqi Anhu Kemala dengan pemetaan model bisnis serta mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal perusahaan, sehingga diharapkan mampu meningkatkan daya saing serta mendukung keberlanjutan usaha.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini Adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam penerapan pengetahuan yang telah diperoleh pada saat masa kuliah serta melatih kemampuan tentang

perumusan strategi bisnis dengan kombinasi metode BMC, analisis SWOT dan QSPM.

2. Manfaat Praktis

Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pelaku usaha dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam usaha bisnis yang sedang dijalankan.

1.7. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mencakup latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan .

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian serta menjadi landasan dalam menganalisis permasalahan yang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan Lokasi dan waktu penelitian, identifikasi variabel, langkah-langkah penyelesaian masalah, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan proses pengolahan data yang telah dikumpulkan menggunakan metode yang diterapkan untuk menyelesaikan permasalahan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan Kesimpulan yang diperoleh dari peneliti serta memberikan saran yang ditujukan kepada pihak terkait berdasarkan hasil penelitian yang telah digunakan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**