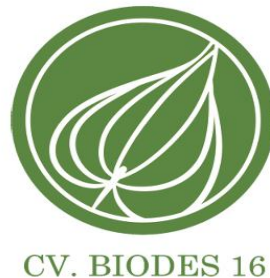


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

CV. BIODES 16 (BIODES) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang kreatif seperti pembuatan plakat, mug, gantungan kunci, baju, dan cendera mata. Didirikan oleh ibu Iceu Suharhikmat pada tahun 2017 yang saat ini di kelola oleh putranya Elzha Taaj Zaki, CV. BIODES 16 selalu berkomitmen untuk menciptakankarya yang inovatif yang sesuai dengan kebutuhan serta kepuasan klien mereka, sehingga setiap hasil karya diharapkan memberikan makna dan manfaat yang lebih bagi masyarakat, bangsa, dan negara. CV. BIODES 16 didirikan dengan tujuan untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa melalui berbagai bidang, seperti desain, serta seni dan budaya. Perusahaan ini berfokus pada menciptakan karya-karya terbaik yang bermanfaat dan bernilai tinggi, baik untuk masa kini maupun masa depan.



Gambar 1.1 Logo CV. BIODES 16

Sumber : Company Profile CV. BIODES 16, diakses pada 27
Februari 2025

1.1.2. Visi dan Misi

Visi:

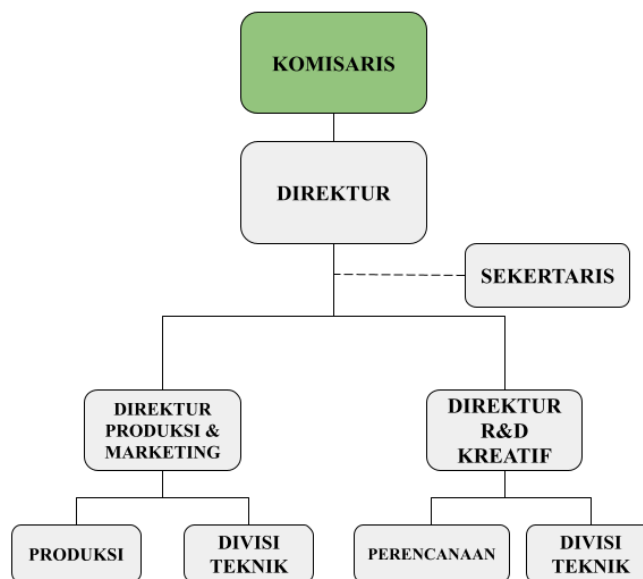
CV BIODES 16 telah menyiapkan diri untuk berkiprah dalam Pembangunan Nasional dipelbagai bidang Teknologi, Desain, Seni Budaya yang terintegrasi baik secara konseptual maupun bentuk perwujudannya. Selalu membuat hal yang memiliki nilai inovatif dalam setiap berkarya, yang sesuai

dengan kebutuhan dan kepuasan klien kami. Dengan demikian setiap karya, diharapkan menjadi suatu yang lebih bermakna dan bermanfaat bagi kepentingan masyarakat, bangsa dan Negara.

Misi:

1. Menciptakan Produk Kreatif dan Berkualitas
2. Menjadi Mitra Terpercaya bagi konsumen dan Pelaku Industri
3. Mendukung Keberlanjutan dan Ramah Lingkungan
4. Mengembangkan Industri Kreatif Berbasis Budaya Lokal

1.1.1. Struktur Organisasi CV. BIODS 16



Gambar 1.2 Struktur Organisasi

Sumber: Company Profile CV. BIODS 16, diakses pada 27 Februari 2025

1.1.3. Produk

CV. BIODS 16, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan plakat, mug, gantungan kunci, baju, dan cenderamata, menawarkan produk kustom yang dirancang sesuai keinginan pelanggan, seperti untuk keperluan promosi, penghargaan, atau kenang-kenangan. Proses bisnis mereka meliputi penerimaan pesanan kustom dari klien, mendesain produk dengan cermat berdasarkan

spesifikasi, memproduksi menggunakan bahan berkualitas seperti akrilik, kain, atau keramik dengan teknik cetak atau sablon, mengemas barang secara rapi untuk menjaga kondisi, dan mendistribusikan ke pelanggan melalui jasa pengiriman yang andal.

Perusahaan ini melayani pelanggan baik B2B (*Business-to-Business*) atau B2C (*Business-to-Consumer*) yang sering memesan untuk acara atau branding, meskipun menghadapi persaingan dari bisnis lokal seperti Pelakat Murah Bandung. Berlokasi di Jalan Perumahan Sakura Estate, Kota Bandung, workshop dan pemasok CV. BIODES 16 mendukung operasional mereka dengan akses mudah ke bahan baku, memastikan efisiensi dalam produksi dan distribusi.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sektor industri kreatif mengalami pertumbuhan yang pesat pada tahun 2012. Banyak analis dan pemangku kepentingan, kini memproyeksikan bahwa sektor ini berpotensi tumbuh hingga tiga kali lipat dibandingkan performa sebelumnya. Fenomena ini terlihat jelas dari dinamika industri kreatif yang semakin masif dan ekspansif di berbagai daerah. Perkembangan positif tersebut tidak hanya meningkatkan penyerapan tenaga kerja secara signifikan, tetapi juga mendorong kapasitas inovasi dan daya cipta Masyarakat Indonesia. Efeknya mulai terasa dalam bentuk kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kemajuan ini juga didukung oleh meningkatnya apresiasi terhadap produk lokal, perkembangan teknologi digital, serta dukungan kebijakan pemerintah yang semakin berpihak kepada ekonomi kreatif. Para pelaku industri kreatif, mulai dari skala mikro hingga makro, kini memiliki akses yang lebih luas guna mengembangkan dan memasarkan karya mereka, baik di tingkat nasional maupun internasional (Fitriana, 2014).

Industri kreatif sendiri merupakan salah satu sektor yang berpengaruh dalam perekonomian modern, mencakup berbagai subsektor seperti seni pertunjukan, media, dan hiburan, desain, arsitektur, periklanan, serta industri kreatif berbasis digital. Keberagaman ini tidak hanya membuka lapangan pekerjaan baru, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui inovasi produk dan layanan yang unik serta memiliki nilai tambah (Agus Wahyudi et al., 2024).

Analisis kontribusi ekonomi berdasarkan sub-sektor mengindikasikan bahwa salah satu jenis industri kreatif mendominasi dengan menyumbang porsi terbesar mencapai 41,69% dari total kontribusi ekonomi kreatif. Sementara itu, Industri kerajinan menempati posisi ketiga dalam hierarki kontribusi dengan persentase sebesar 15.70%. Di sisi lain, desain komunikasi visual tercatat sebagai sub-sektor dengan kontribusi terendah, hanya menyumbang 0,06% dari keseluruhan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB (Putra & Slamet, 2022).



Gambar 1.3 Pendapatan Ekonomi Kreatif di Indonesia, Sumber: databoks.katadata.co.id Kementerian Pariwisata, 2024, diakses pada 23 April

Kota Bandung telah berkembang menjadi pusat industri kreatif yang signifikan di tingkat nasional. Dengan populasi mayoritas usia muda, kota ini telah menciptakan ekosistem kreatif yang produktif di berbagai bidang seperti *fashion*, film, musik, desain, seni, dan teknologi informasi. Selama satu dekade terakhir, industri kreatif mengalami perkembangan pesat, tidak hanya memengaruhi tren anak muda tetapi juga menjadi kontributor utama dalam perekonomian daerah (Ishak, 2019). Predikat sebagai salah satu kota kreatif terbaik di Indonesia semakin menegaskan potensi dan kapabilitas Bandung dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi berbasis kreativitas (Ishak, 2019).

Menurut (Sudarwati & Prasetyawati, 2015) Industri kreatif dalam konteks ini menampilkan dinamika perkembangan yang menarik untuk dikaji secara

komperhensif. Meskipun sudah menunjukkan kinerja yang cukup positif, industri tersebut masih berada pada tahap embrional dengan sejumlah karakteristik yang menandakan keterbatasan struktural dan operasional. Proses produksi yang berlangsung saat ini memperlihatkan pola yang reaktif, di mana kegiatan manufaktur sangat bergantung pada pesanan yang masuk. Hal ini mengindikasikan belum adanya strategi bisnis yang proaktif dan terencana secara sistematis. Pendekatan semacam ini berpotensi menghambat inovasi dan pengembangan produk yang berkelanjutan.

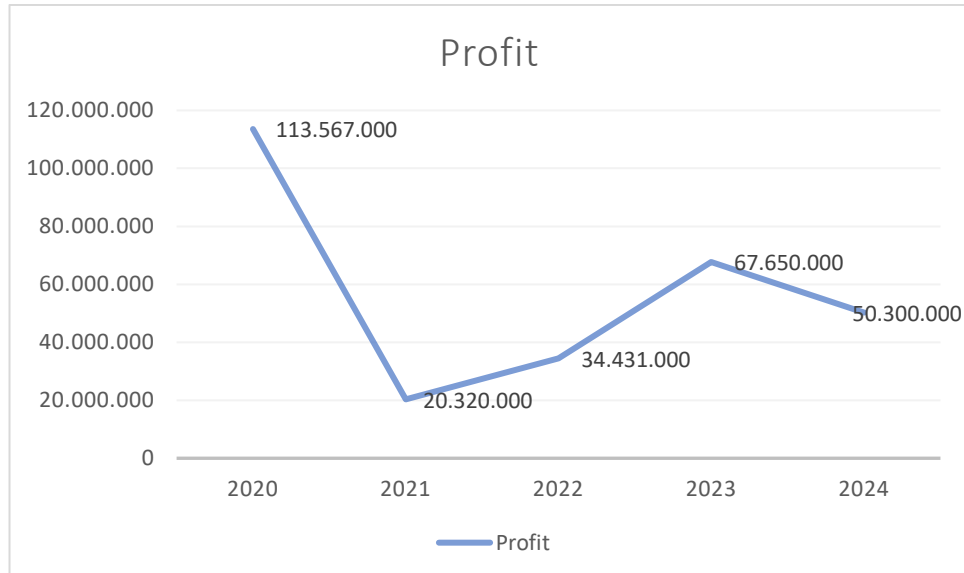
Tabel 1.1 Kontribusi PDRB Industri Kreatif di Kota Bandung

No.	Industri Kreatif	Kontribusi PDRB	Pesentase
1.	Periklanan	7,866,350,144	6,2%
2.	Arsitektur	3,806,298,457	3,0%
3.	Pasar dan Barang Seni	1,268,766,152	1,0%
4.	Kerajinan	18,904,615,669	14,9%
5.	Kuliner	52,019,412,243	41,0%
6.	Desain	4,313,804,918	3,4%
7.	Fesyen	21,569,024,589	17,0%
8.	Film, Video, Animasi	1,268,766,152	1,0%
9.	Fotografi	253,753,230	0,2%
10.	Permainan Interaktif	380,629,846	0,3%
11.	Musik	4,313,804,918	3,4%
12.	Seni Pertunjukan	126,876,615	0,1%

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, diakses pada 16 April 2025

CV. BIODS 16, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, memiliki peran penting untuk diteliti lebih lanjut karena kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurut data yang disajikan pada tabel sebelumnya, subsektor kerajinan dalam industri kreatif merupakan 14% dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Indonesia. Kontribusi ini menunjukkan bahwa industri kreatif, terutama kerajinan, tidak hanya berfungsi sebagai katalis untuk pembangunan ekonomi tetapi juga memiliki kemampuan untuk meningkatkan identitas budaya dan daya saing internasional. Dengan demikian, mengeksplorasi CV. BIODS 16 dapat menghasilkan wawasan berharga tentang strategi pengembangan subsektor kerajinan tangan untuk mengoptimalkan efek

ekonomi dan sosialnya di Indonesia. Tetapi CV. BIODES 16 mengalami tantangan yang diidentifikasi dari profit yang tidak stabil dari tahun 2020 hingga 2024.



Gambar 1.4 Grafik Profit CV. BIODES 16,

Sumber: Data internal perusahaan.

Berdasarkan hasil survei pendahuluan yang telah dilakukan oleh peneliti kepada Direktur Utama CV. BIODES 16, strategi bisnis yang saat ini diterapkan perlu adanya tinjauan ulang dan juga pembaharuan dikarenakan data profit perusahaan dalam lima tahun terakhir telah mencapai Rp113.567.000. profit ini dapat dikatakan sebagai profit ideal bagi perusahaan. Namun, pada tahun 2021, profit perusahaan langsung melorot sebesar 20%. hal ini disebabkan oleh faktor eksternal yaitu menurunnya kebutuhan dari perusahaan atau instansi mitra kerja akibat pandemi Covid-19. Penurunan ini merupakan titik terendah profit perusahaan hingga tahun 2023. Hingga tahun 2024 profit perusahaan masih belum stabil, karena pada tahun keempat profit hanya mencapai di angka Rp. 30.300.000, yang dimana seharusnya menurut Direktur Utama CV. BIODES 16, profit yang seharusnya dicapai adalah Rp113.567.000. Pada tahun 2025 CV. BIODES 16 ingin mengembangkan bisnisnya.

Berdasarkan fenomena masalah yang telah diidentifikasi, penulis melakukan wawancara lebih lanjut dengan direktur utama perusahaan, mengetahui penyebab masalah. Salah satu masalah utama adalah ketergantungan pada strategi penjualan

yang hanya mengandalkan *word of mouth*, yang memiliki jangkauan terbatas dan bergantung pada kepuasan pelanggan yang tidak terstruktur. Metode ini tidak efektif dalam membangun pelanggan tetap atau memperluas visibilitas perusahaan di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, Pembukuan keuangan yang masih dilakukan secara manual menyulitkan perusahaan dalam melacak transaksi, memproses laporan keuangan tepat waktu, dan memastikan kelancaran operasional, yang sering kali menyebabkan kesalahan pencatatan yang dapat mempengaruhi keputusan dan reputasi perusahaan. Keterbatasan dalam jumlah dan keterampilan SDM juga memperburuk kondisi, karena perusahaan kesulitan menangani volume permintaan yang besar, terutama dengan proses yang masih manual. Penurunan omset yang signifikan terjadi saat tidak ada pesanan yang masuk, mengindikasikan adanya ketidakstabilan dalam pendapatan. Hal ini disebabkan oleh ketergantungan yang besar pada pelanggan yang datang secara kebetulan atau melalui referensi, tanpa adanya strategi bisnis yang sistematis atau pendapatan berulang yang dapat diandalkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur utama terkait lingkungan eksternal diidentifikasi bahwa lingkungan CV. BIODES 16 menjadi lebih kompetitif dengan hadirnya pelakat murah Bandung sebagai kompetitor. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan strategi pengembangan yang dapat menjadi masalah internal dan eksternal yang dihadapi oleh CV. BIODES 16. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menentukan strategi pengembangan bisnis adalah dengan melakukan analisis SWOT. Setiap perusahaan berupaya memperoleh keunggulan kompetitif sebagai strategi untuk menjaga kelangsungan usaha, mendorong pertumbuhannya, bertahan dalam persaingan pasar yang ketat, serta memiliki peluang untuk menjadi pemimpin di sektor industri yang digelutinya, sekaligus menciptakan inovasi dan nilai tambah yang membedakannya dari pesaing (Anggadwita et al., 2019).

Mengingat lingkungan pasar yang semakin kompetitif menurut (David & David, 2015) dan (Pasaribu et al., 2022) CV. BIODES 16 menghadapi banyak tantangan dan peluang yang mempengaruhi keberlanjutan operasinya, termasuk preferensi konsumen yang berkembang, kemajuan teknologi, dan pergeseran

kebijakan ekonomi, di samping elemen internal seperti optimalisasi sumber daya, kemandirian operasional, dan inovasi dalam pengembangan produk. Untuk merancang strategi bisnis yang tepat, penerapan analisis SWOT sangat penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi organisasi. Dengan pemahaman yang komprehensif ini, CV. BIODES 16 dapat menyusun strategi yang lebih efektif yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutannya dalam jangka panjang. Akibatnya, penelitian ini berusaha untuk memeriksa faktor internal dan eksternal dan untuk mengembangkan strategi alternatif berdasarkan analisis SWOT yang selaras dengan lanskap bisnis saat ini.

Analisis SWOT merupakan kerangka metodologis untuk membedakan faktor dan komponen multifaset yang mempengaruhi evolusi suatu institusi secara terstruktur. Teknik analitis ini didasarkan pada premis bahwa pendekatan strategis yang kuat akan meningkatkan kekuatan dan peluang sekaligus mengurangi kelemahan dan ancaman (Bismala & Handayani, 2014). Analisis SWOT berusaha untuk menilai keadaan dan lingkungan di sekitar suatu usaha, sehingga memberikan dasar untuk menyusun strategi pengembangan untuk institusi yang lebih selaras dengan kondisi dan kemampuan yang ada yang melekat dalam institusi (Sasoko & Mahrudi, 2023). Strategi SWOT menggabungkan faktor internal dan eksternal menjadi empat jenis strategi (S-O yang memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, W-O yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang, W-T yang mengurangi kelemahan sambil mengatasi ancaman, dan S-T yang menggunakan kekuatan untuk melawan ancaman) yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang dinamika lingkungan yang terus berubah sehingga perlu penyesuaian berkala agar tetap relevan (Permana & Herlan, 2022).

Untuk menentukan alternatif strategi bisnis peneliti menggunakan Metodologi *Simple Additive Weighting* (SAW). Yaitu merupakan pendekatan pengambilan keputusan multikriteria yang menilai alternatif yang didasarkan pada kriteria yang diberkahi dengan bobot tertentu. Matriks keputusan dibuat, kemudian menormalkan nilai-nilai sesuai dengan sifat kriteria (manfaat atau biaya). Skor kumulatif ditentukan oleh perkalian nilai yang dinormalisasi dan bobotnya masing-

masing, menghasilkan pemilihan alternatif yang menghasilkan skor tertinggi. Metode SAW dicirikan oleh kesederhanaan, kejelasan, dan kemanjurannya dalam analisis keputusan (Al Jufri, 2022).

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan Perumusan masalah yang sudah telah dirumuskan berikut adalah penjabarannya:

1. Apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki CV. BIODES 16 berdasarkan analisis SWOT? hasil analisis SWOT?
2. Bagaimana perumusan strategi alternatif yang dapat dikembangkan oleh CV. BIODES 16 dengan menggunakan Matriks SWOT untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis?
3. Bagaimana pemilihan alternatif strategi dilakukan dengan menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW)?
4. Strategi alternatif apa yang dapat diterapkan oleh CV. BIODES.16 dengan menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW)?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki CV. BIODES 16 melalui pendekatan analisis SWOT untuk memahami posisi strategis perusahaan dalam lingkungan bisnis.
2. Merumuskan strategi alternatif yang dapat dikembangkan oleh CV. BIODES 16 berdasarkan Matriks SWOT untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan pasar.
3. Menentukan alternatif strategi terbaik untuk CV. BIODES 16 dengan menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) berdasarkan kriteria yang relevan untuk mendukung pengambilan keputusan strategis.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen strategis,

dengan mengembangkan konsep dan metode analisis SWOT dalam konteks pasar kompetitif.

Selanjutnya, penelitian ini diproyeksikan untuk memperdalam wawasan tentang daya saing bisnis dan keberlanjutan sambil juga memberikan ilustrasi praktis dari aplikasi teoritis. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menyempurnakan penerapan analisis SWOT untuk evaluasi dinamika pasar dan mengusulkan strategi alternatif terkait yang dapat digunakan di beragam industri. Hasil ini diharapkan untuk meremajakan pemahaman teoritis manajemen strategi perusahaan dalam konteks pasar yang kompetitif.

1.5.2 Manfaat Praktis

Peningkatan Pengambilan Keputusan Strategis

A. Penelitian ini menyajikan wawasan berharga yang berkaitan dengan pengelolaan CV. BIODES 16 dalam proses pengambilan keputusan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan operasional dalam lingkungan pasar yang kompetitif. Hasil analisis SWOT akan membantu manajemen dalam mengenali kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan sambil mengatasi kelemahan yang ada.

B. Pengakuan Peluang Pasar

Investigasi ini membantu organisasi dalam menentukan peluang pasar yang dapat dieksploitasi, termasuk tren yang muncul atau kebutuhan konsumen yang berkembang, serta strategi yang dapat digunakan perusahaan untuk beradaptasi atau memanfaatkan peluang ini untuk pertumbuhan tambahan.

C. Mitigasi Ancaman Pasar

Analisis ini memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi ancaman eksternal yang berpotensi mempengaruhi kinerja, seperti persaingan ketat atau perubahan regulasi pasar. Berbekal pengetahuan ini, perusahaan dapat merancang strategi untuk mengurangi risiko dan menavigasi tantangan yang ada secara efektif.

D. Pengembangan Strategi Alternatif

Mengambil dari hasil analisis, penelitian ini menawarkan rekomendasi untuk strategi alternatif yang CV. BIODES 16 dapat diterapkan untuk memperkuat sikap kompetitifnya dan memastikan kelangsungan hidup jangka panjang.

E. Perumusan Rencana Aksi Efektif

Manajemen perusahaan dapat menyusun rencana tindakan yang lebih bertarget dan efisien, didasarkan pada pemahaman komprehensif tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan di pasar.

1.6 Sistematika Penulisan

a) BAB 1 PENDAHULUAN

Bagian ini mencakup latar belakang masalah, yang menjelaskan konteks dan relevansi topik, serta rumusan masalah untuk menentukan fokus penelitian. Tujuan penelitian menentukan apa yang ingin dicapai, sementara manfaat penelitian menyoroti kontribusi, akademik dan praktis.

b) BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup teori-teori yang relevan serta kajian literatur yang mendukung penelitian. Pada bab ini menjelaskan tentang teori strategi, formulasi strategi dan berbagai alat yang digunakan seperti, Porter's Five Forces, analisis PESTEL, matriks IE, matriks EFE dan IFE, analisis SWOT, matriks SWOT.

c) BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bagian ini mencakup penjelasan terkait pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

d) BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini mencakup hasil dari penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap objek beserta isi pembahasan yang terdiri dari analisis

responden terhadap variable, analisis statistik, dan analisis pengaruh variable.

e) **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini mencakup bagian dari penelitian yang berisi kesimpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran yang diberikan penulis yang diharapkan akan bermanfaat baik bagi objek penelitian dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.