

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Umum Yukcetak

Dahulu Yukcetak bernama Calisto dan sudah berdiri sejak tahun 2010 sebagai percetakan dan pada 2016 mengembangkan ke percetakan *online* dengan konsep kemitraan. Lalu pada bulan Januari 2017, Yukcetak resmi didirikan sebagai penerus Calisto. Setelah sebelumnya dikenal sebagai percetakan murah di area Bandung, Yukcetak kini hadir dengan konsep baru dalam percetakan di Indonesia. Yukcetak berlokasi di Bandung *Techno Park* (BTP) Gedung C di Kawasan kampus Universitas Telkom.

Konsep *Web to Print* merupakan metode dimana konsumen bisa melakukan pemesanan percetakan secara *online* dengan cepat, mudah dan murah. Konsep *Web to Print* hadir untuk konsumen yang memiliki kesibukan dan waktu sedikit untuk datang langsung ke tempat percetakan. Konsumen percetakan hanya perlu membuka *website*, memilih produk di mana telah tersedia template desain, jasa desain atau menggunakan desain sendiri. Untuk mendukung konsep tersebut, Yukcetak kini telah bekerja sama dengan Astragraphia dan *Grab Express* yang akan mengantar pesanan yang telah selesai ke tempat konsumen setelah melakukan pembayaran. Untuk pengiriman ke seluruh Indonesia, Yukcetak sudah bekerja sama dengan penyedia jasa ekspedisi lainnya.

Gambar diatas merupakan salah satu contoh produk Yukcetak. Yukcetak memproduksi segala macam kartu untuk berbagai keperluan. Rentang harga yang ditawarkan pun berbeda-beda tergantung kualitas bahan, kecepatan waktu pengerjaan, serta kerumitan produk.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

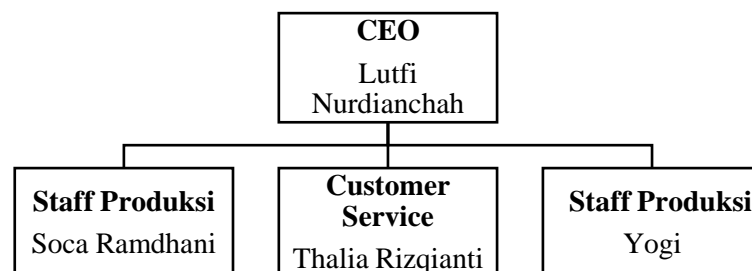
a. Visi

Visi dari *startup* yukcetak adalah “Menjadi percetakan *online* paling mudah di Indonesia.”

b. Misi

- Menghadirkan layanan 24 jam yang memberikan solusi terpadu bagi kebutuhan percetakan.
- Menyelenggarakan *Total Quality Management* (TQM) untuk menjamin kepuasan pelanggan.
- Memiliki semangat inovasi terus menerus dalam hal layanan dan teknologi untuk menjamin kepuasan pelanggan.
- Kerjasama dengan pihak jasa pengiriman dalam layanan pengiriman pesanan ke seluruh daerah di Indonesia.
- Mengembangkan Sumber Daya Manusia yang ada di perusahaan dalam hal keahlian, pengetahuan dan sikap.
- Turut serta meningkatkan kesejahteraan Sumber Daya Manusia yang ada di perusahaan.

1.1.3 Struktur Perusahaan



Gambar 1.1 Struktur Perusahaan

Gambar diatas merupakan struktur organisasi di *startup* Yukcetak. Yukcetak terdiri dari CEO yang merupakan pendiri dan pemilik perusahaan; CTO sebagai pimpinan dari bagian teknologi dan terdiri dari *Front End Developer*, *Back End Developer*, serta *UI/UX Designer*; CMO sebagai pimpinan dari bagian pemasaran dan terdiri dari *Marketing Officer Business* serta *Marketing Officer Retail*.

1.1.4 Logo Yukcetak



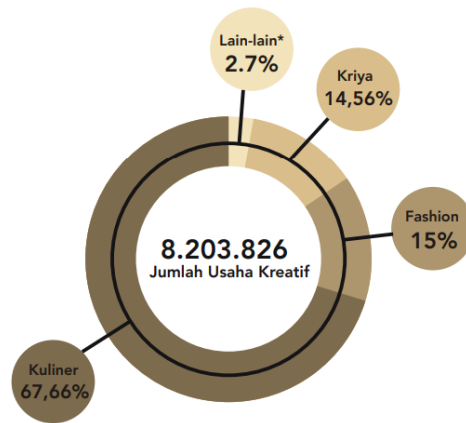
Gambar 1.2 Logo Yukcetak

1.2 Latar Belakang Penelitian

Sektor Industri kreatif yang mencakup 15 bidang industri kreatif yaitu penerbitan dan percetakan, desain, periklanan, arsitektur, riset dan pengembangan, permainan interaktif, film dan video, fesyen, layanan komputer dan piranti lunak, kerajinan, seni pertunjukan, televisi dan radio, musik, pasar seni dan barang antic, serta kuliner. Hasil studi yang dilakukan Departemen Perdagangan pada tahun 2007. Dari kacamata Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, industri penerbitan dan percetakan tentu amat terkait karena memang hampir tidak mungkin pendidikan tanpa kehadiran buku (Adi, 2013).

Menurut data Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) Indonesia yang diterbitkan pada tahun 2018 jumlah usaha penerbitan di Indonesia mencapai 83.496 unit. Dari total jumlah usaha kreatif yang ada di Indonesia, bidang penerbitan mencakup 1,02%. Dengan jumlah tersebut yang tersebar di seluruh Indonesia bisa dikatakan bahwa persaingan yang terjadi cukup ketat.

PEMETAAN UNIT USAHA EKONOMI KREATIF
MENURUT SUBSEKTOR EKRAF



Subsektor	Jumlah (unit usaha)
Arsitektur	5.740
Desain Interior	798
DKV	616
Desain Produk	3.367
Film, Animasi & Video	2.418
Fotografi	40.436
Kriya	1.194.509
Kuliner	5.550.960
Musik	34.242
Fashion	1.230.988
Aplikasi & Game	12.441
Penerbitan	83.496
Periklanan	3.055
Televisi dan Radio	3.944
Seni Pertunjukan	19.772
Seni Rupa	17.044

*) Lain-lain = Arsitektur, Desain Interior, DKV, Desain Produk, Film Animasi Vidio, Fotografi, Musik, Aplikasi dan Game, **Penerbitan**, Periklanan, TV dan Radio, Seni Pertunjukan, Seni rupa

Sumber: bekraf.go.id

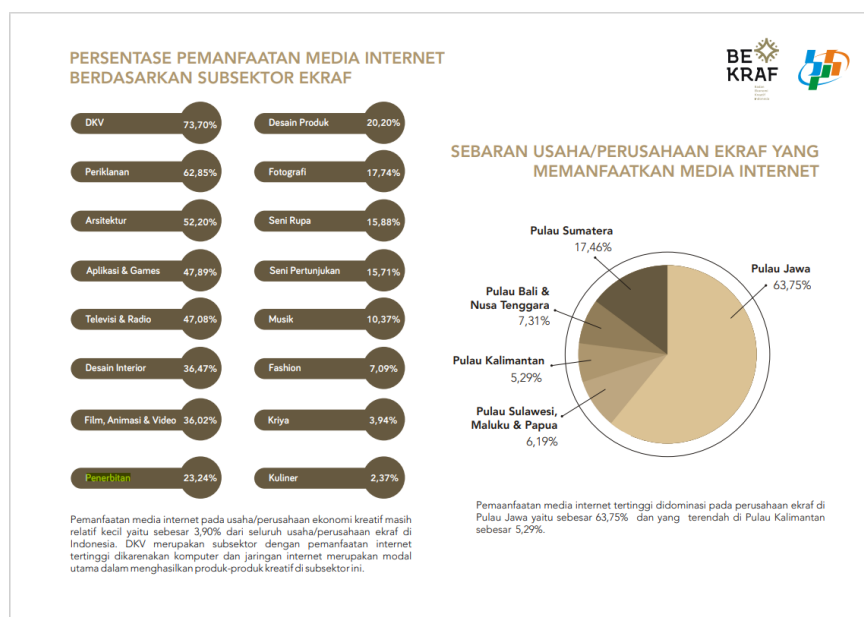
Gambar 1.3 Data perusahaan startup penerbitan

Di era serba digital seperti saat ini, banyak industri yang sudah berubah atau memasuki persaingan baru lewat pasar digital, bukan hanya cara penjualannya, namun beragam produk pun sudah mulai bergeser atau memiliki perkembangan teknologi dan cara produksi terbaru. Salah satunya di antara barang cetakan yang dahulu sering kita gunakan namun sekarang sudah bergeser mengikuti teknologi saat ini. Dulu kita pasti sangat familiar dengan barang cetakan yang bernama tali nametag atau tali id card. Pada zamannya tali nametag hanya berupa tali kur (rajutan) kecil tidak lebih dari 1 cm lebarnya sehingga kurang leluasa untuk di isi dengan logo perusahaan maupun slogan atau campaign si perusahaan tersebut (www.kompasiana.com).

Kemajuan teknologi dan bergesernya perilaku konsumsi masyarakat menggunakan internet membuat bisnis perusahaan rintisan banyak dilirik oleh pengusaha. Beberapa *startup* Indonesia bahkan masuk dalam jajaran *unicorn* dunia, pasar yang besar di Indonesia lewat jumlah penduduk yang mencapai 260 juta jiwa,

membuat investor melirik potensi *startup* di Indonesia (CNNIndonesia.com, 2019). Indonesia memiliki *startup* sebanyak 2124 perusahaan, dan itu menjadikan Indonesia sebagai peringkat 5 negara pencetak *startup* terbanyak didunia (Moneysmart.id, 2019).

Setiap tahun bahkan setiap bulan banyak *startup* baru bermunculan. Sekarang ini terdapat setidaknya lebih dari 1500 startup lokal yang ada di Indonesia, dikutip dari *Daily Social*. Potensi pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ke tahun juga menjadi katalis mendirikan sebuah *startup* (Rintisanstartup.com, 2019). Nilai pasar ekonomi *digital* Asia Tenggara pada tahun 2025 nanti diprediksi bakal mencapai US\$240 miliar (sekitar Rp3,3 kuadriliun). Indonesia sebagai ekonomi terbesar di Asia Tenggara dipastikan akan menjadi salah satu kontributor utama, dengan perkiraan kontribusi mencapai hampir lima puluh persen *gross merchandise value* (GMV) ekonomi *digital* di wilayah ini (Id.techinasia.com, 2019).

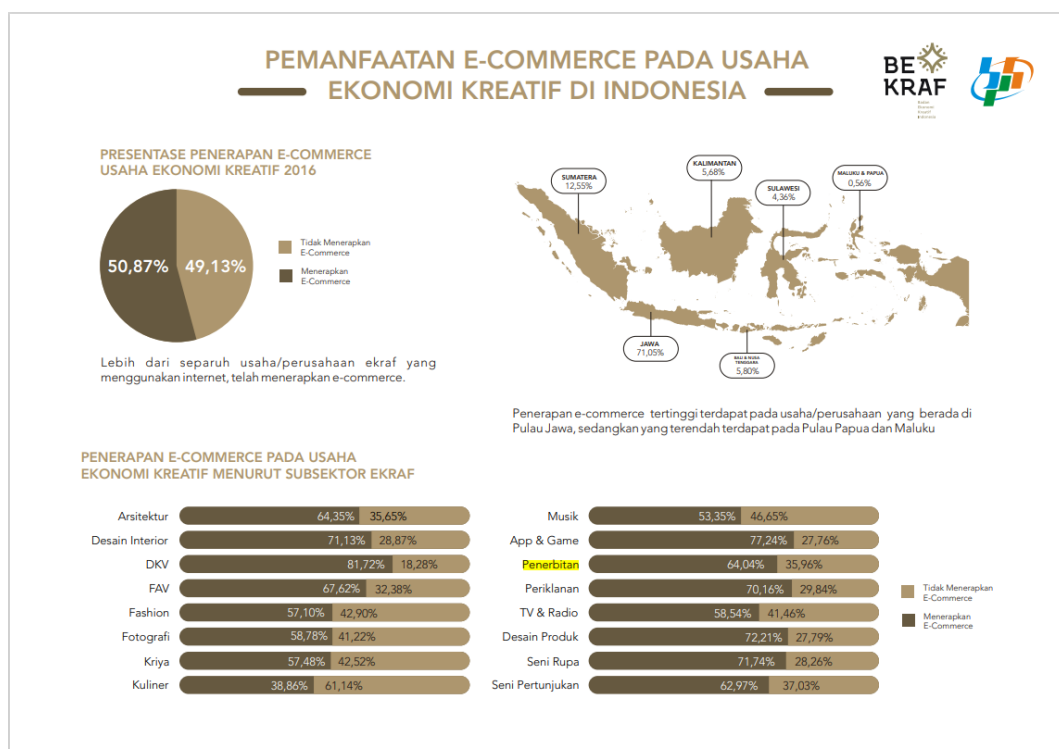


Sumber: bekraf.go.id

Gambar 1.4 Jumlah startup penerbitan

Ditilik dari berbagai bisnis *startup* yang berkembang, bisnis ini dapat dibedakan menjadi bisnis *startup* yaitu *startup* edukasi, *stratup* pembuat *game*, dan *startup* perdagangan (venuekita.com, 2018). Salah satu bidang usaha *startup* yang ada adalah percetakan. Bisnis *startup* percetakan di Indonesia sudah banyak bermunculan. Berikut data yang telah dihimpun oleh bekraf.

Berdasarkan data dari bekraf dapat diketahui bahwa industri penerbitan *online* yang ada di Indonesia berjumlah sebesar 23,24% dari total jumlah usahanya atau sekitar 19,404 unit usaha. Dengan sebaran terbanyak berada di pulau Jawa yaitu sebesar 63,75%. Diantara banyak produsen percetakan, salah satunya adalah Yukcetak yang merupakan website yang menyediakan jasa percetakan *online* bermitra dengan percetakan lokal se-Bandung, kini di era digitalisasi konsumen tidak perlu repot-repot mencari pedagang yang bisa memproduksi id card. Cukup dengan menggunakan handphone, konsumen dapat melakukan pemesanan untuk mencetak id card sesuai dengan design yang kita inginkan.



Sumber: bekraf.go.id

Gambar 1.5 Jumlah ekraf pengguna *e-commerce*

Yukcetak adalah salah satu *startup* percetakan yang melakukan penjualannya 100% secara *online*. Yukcetak merupakan perusahaan yang baru dalam dunia startup online. Dengan jumlah pesaing yang ada Yukcetak memerlukan strategi bersaing yang tepat untuk bisa mempertahankan usahanya. Bahkan 64,04% dari jumlah usaha penerbitan yang menggunakan internet juga sudah menggunakan *e-commerce*. Hal ini bisa mempengaruhi persaingan Yukcetak dengan competitor-kompetitornya. Menurut hasil wawancara dengan bapak Lutfi Nurdianchah selaku CEO Yukcetak, faktor yang mempengaruhi persaingan bisnis percetakan *online* adalah *Search Engine Optimization* (SEO), persaingan harga, waktu pengerjaan, dan kualitas produk. Beberapa kompetitor Yukcetak menurut beliau adalah website percetakanbandung.com, percetakanbandung.id, dan jasapercetakanbandung.com yang memproduksi produk sejenis dengan Yukcetak berupa id card, kaos, gelas, kalender, souvenir, dan lain sebagainya.

Untuk membuat pengembangan strategi bisnis Yukcetak, penulis menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), SWOT, IFI, dan IFE. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sani Faisal pada tahun 2019 dengan judul “ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA CV. SANGGABUANA CIPTA AROMA DENGAN MENGGUNAKAN METODE QSPM” metode yang digunakan adalah QSPM dengan tujuan menentukan strategi terbaik yang dipilih oleh CV. Sanggabuana Cipta Aroma dari berbagai alternatif strategi yang didapatkan dari proses penelitian. Metode QSPM dalam penelitian tersebut digunakan karena metode QSPM merupakan satu-satunya teknik analisis yang dirancang untuk menetapkan daya tarik dan pilihan tindakan alternatif yang layak dikembangkan, dapat diterapkan pada tipe organisasi apapun, serta evaluasi terhadap pilihan strategi dapat dilakukan secara obyektif. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Rahmawati (2018) dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Dengan Penggunaan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) pada CV. Rabbani Asysa” menjelaskan bahwa QSPM sebagai alat yang memungkinkan penyusun strategi mengevaluasi berbagai strategi alternatif secara objektif berdasarkan faktor-faktor penting eksternal dan internal yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Hal ini dapat digunakan pelaku bisnis dalam memilih dan menjalankan layanan bisnis yang sesuai. Selain itu metode ini sering digunakan dan sangat cocok untuk kategori bisnis yang berkembang.

Metode QSPM ini mengusung penilaian faktor internal dan eksternal yang dipadukan dengan penilaian SWOT. Menurut David (2016), QSPM adalah alat yang memungkinkan penyusun strategi untuk mengevaluasi faktor kunci internal dan eksternal. Secara konseptual QSPM menentukan berbagai strategi berdasarkan faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGEMBANGAN STRATEGI BERSAING MENGGUNAKAN METODE QSPM (STUDI KASUS STARTUP YUKCETAK)”**

1.3 Perumusan Masalah

Yukcetak merupakan salah satu *startup* di bidang percetakan yang sedang membangun usahanya. Banyak hal yang harus diperhatikan dalam perkembangan startup Yukcetak, terutama dalam hal persaingan, karena Yukcetak merupakan startup baru dibidang percetakan *online*. Dari hasil studi pendahuluan yang dilakukan dengan Bapak Lutfi selaku CEO Yukcetak, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi Yukcetak dalam bersaing dengan kompetitornya, yaitu: (1) SEO, (2) Persaingan harga, (3) Waktu pengerjaan, dan (4) Kualitas produk. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan strategi bersaing Yukcetak dengan mengetahui kondisi lingkungan eksternal, internal, dan menentukan strategi terbaik yang dapat dilakukan Yukcetak dengan menggunakan analisis matriks QSPM.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan, maka pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi lingkungan eksternal Yukcetak?
2. Bagaimana kondisi lingkungan internal Yukcetak?
3. Bagaimana strategi bersaing yang sesuai dengan kondisi Yukcetak, jika dilihat dari lingkungan eksternal dan internal dengan menggunakan analisis matriks QSPM?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui kondisi lingkungan eksternal yang dimiliki Yukcetak
2. Mengetahui kondisi lingkungan internal yang dimiliki Yukcetak.
3. Mengetahui strategi bersaing yang sesuai dengan kondisi Yukcetak, jika dilihat dari lingkungan eksternal dan internal dengan menggunakan analisis matriks QSPM

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan dan dapat menambah wawasan serta referensi bagi Yukcetak maupun para peneliti dimasa yang akan datang.

1.6.2 Aspek Praktisi

a. Bagi Yukcetak

Penelitian ini dapat dijadikan referensi oleh Yukcetak untuk mengembangkan strateginya.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi oleh mahasiswa untuk membuat penelitian dan menambah sumber wawasan, ilmu serta pengetahuan.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum perusahaan, latar belakang penyusunan penelitian ini yang berjudul Pengembangan Strategi Bersaing Menggunakan Metode QSPM pada *Startup* Yukcetak perumusan masalah, pertanyaan, tujuan, manfaat, dan ruang lingkup penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian teoritis. Pada bab ini juga berisikan tentang teori-teori pengembangan strategi bersaing menggunakan metode QSPM.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang harus diuraikan secara kronologis dan sistimatis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan melakukan penarikan kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang diberikan kepada perusahaan dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

