

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan didunia usaha pada era modern seperti sekarang ini, sangatlah ketat, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan yang sama-sama ingin merebut *market share* dan *new market* untuk kemajuan perusahaan melalui berbagai cara inovasi yang ditampilkan dalam produk atau jasa yang dihasilkan. Perusahaan terus melakukan inovasi dan strategi yang tepat agar sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan. ada beberapa faktor yang menjadi alasan perusahaan mendapatkan tempat tersendiri di hati masyarakat, misalnya bagaimana perusahaan tersebut memberikan harga yang kompetitif, melakukan promosi yang efektif dan efisien, serta memberikan kualitas dan pelayanan terbaik.

Perusahaan yang juga ikut berkembang pesat di era modern saat ini adalah perusahaan bisnis yang bergerak dibidang jasa *Wedding Organizer*. Menurut (Ina Najiyah & Suharyanto, 2017 hal.179) mengemukakan bahwa “*Wedding Organizer* (WO) adalah jasa pengorganisasian untuk sebuah acara pernikahan, baik dalam proses perencanaannya maupun pada saat hari pernikahan digelar”, “Selain untuk kepuasan suatu konsep pada acara pernikahan yang selalu sempurna, para calon pengantin beserta keluarga pengantin tidak perlu direpotkan” (Rugaya & Sudirman, 2016 hal.79”. *Wedding Organizer* juga membantu memberikan informasi yang jelas dan lengkap mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan acara pernikahan, membantu merumuskan konsep pernikahan, membantu memilihin jenis makanan, kuantitas dan food tasting.

Pada Jurnal (Juni Anggraini, 2020) Bisnis ini mulai tumbuh menjadi sebuah lahan industry bisnis di era tahun 1920 an di negara Amerika Serikat, yang selanjutnya meluas ke negara Eropa dan negara-negara lainnya termasuk di Indonesia. Di Indonesia sendiri, lahirnya *Wedding Organizer* serta badan-badan bisnis serupa adalah bukti bahwa sebuah pernikahan dapat menjadi ladang bisnis yang berskala besar. *Wedding Organizer* memiliki peranan penting seperti urutan-

urutan hierarki; konsultan yang menyusun sebuah konsep dasar yang layak dengan beragam pertimbangan.

Pada jaman sekarang ini banyak klien yang tidak memiliki banyak waktu untuk mendatangi beberapa tempat pendukung acara pernikahan dan sekaligus memikirkan konsep pernikahan apa yang ingin digunakan. Menurut (Napompech dan Kuawiriyapan, 2011) menyebutkan dalam penelitiannya, jika sebuah bisnis ingin sukses maka pelaku bisnis harus dapat mengerti dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa pernikahan lebih mengutamakan kepada pelanggan yang memakai jasa tersebut. Semakin ketatnya persaingan pada bisnis menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan alternative jasa, produk, harga serta kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai lebih di setiap produk atau jasa yang ingin di pakai, maka dengan itu perusahaan dituntut untuk selalu mempertahankan reputasi terbaiknya di mata pelanggan-pelanggan yang sudah pernah bekerjasama.

Pelanggan sangat memegang peranan penting dalam suatu usaha jasa yang dijalankan, hal utama yang harus dilakukan oleh pengelola perusahaan jasa adalah selalu mengutamakan kualitas pelayanan dengan baik agar pelanggan merasa puas. Terdapat beberapa faktor yang membuat pelanggan terpuaskan salah satunya adalah dengan adanya suatu strategi yang terus dilakukan untuk memberikan perubahan yang semakin baik kedepannya pada suatu perusahaan jasa tersebut. Perubahan dengan menentukan beberapa strategi bisa menjadikan perusahaan jasa tersebut semakin maju dan terus berkembang serta siap menghadapi perusahaan jasa sejenis atau kompetitor.

Strategi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu organisasi atau perusahaan, serta pemberdayaan dari semua sumber daya termasuk pemberdayaan sumber daya manusia (SDM) yang ada di dalamnya untuk membantu meningkatkan dan mewujudkan tujuan bersama pada perusahaan.

Penyusunan strategi harus dapat melihat gejala pada perubahan lingkungan eksternal dan internal pada bisnis usaha. Untuk mencapai suatu tujuan yang telah

ditetapkan, perusahaan harus menyusun langkah strategis, pihak manajemen perlu memperhatikan dua faktor, yaitu faktor internal yang sepenuhnya berada pada kendali perusahaan dan faktor eksternal yang tidak bisa dikendalikan oleh perusahaan.

Strategi memiliki kepentingan tersendiri pada bisnis usaha jasa. Pengelola usaha jasa harus dapat mengantisipasi kecenderungan adanya persaingan dengan perusahaan lain pada bidang usaha yang sejenis. Dalam hal ini yang dimaksud strategi apabila pihak pengelola mampu mengoptimalkan pekerjaan, jasa, kendala pada pekerjaan, hingga menjamin usaha jasa tersebut berkualitas dan dapat dipercaya sehingga tidak akan menimbulkan suatu hal yang akan merugikan pelanggan.

Agar sebuah perusahaan dapat berkembang dan terus beradaptasi terhadap lingkungan baru serta para pesaing-pesaing baru yang semakin bertambah maka diperlukan perubahan di dalam perusahaan. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi salah satu hal yang mutlak yang harus diperhatikan agar perusahaan berjalan dengan baik. Secara umum, peningkatan kapasitas diartikan sebagai proses meningkatkan kemampuan pengetahuan dan keterampilan (*skills*), sikap (*attitude*), dan perilaku dari sumber daya manusia (SDM). Pembentukan dan peningkatan kapasitas kerja merupakan suatu proses di lakukan pada tiga level/tingkatan, yaitu secara individu, kelompok ataupun perusahaan dan bertujuan untuk menjamin kesinambungan perusahaan melalui pencapaian tujuan dan sasaran perusahaan.

Strategi peningkatan kapasitas merupakan cara perusahaan untuk meningkatkan kemampuan seluruh sumber daya manusianya agar tujuan yang sudah di rencanakan perusahaan akan tercapai. Agar strategi peningkatan kapasitas tersebut dapat berhasil maka perusahaan perlu mengetahui sasaran kerjanya, yang menetapkan sasaran kerjanya adalah individu secara spesifik, proses, kegiatan rutin dan inti yang nantinya akan menjadi tanggung jawab tenaga kerja itu sendiri. Jika sasaran kerja dihidupkan dalam diri seorang karyawan, maka nantinya akan membentuk suatu kekuatan pada dirinya dan jika apabila

suatu saat lingkungan kerjanya turut menunjang maka peningkatan kapasitas pada tenaga kerja tersebut akan lebih mudah.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia pada perusahaan atau instansi akan menghasilkan karyawan yang terampil dan dapat menyelesaikan tugas dengan baik. Kemampuan pegawai dapat berkembang biasanya dipacu oleh pengembangan pengetahuan, yaitu pengetahuan untuk memahami tujuan bekerja, pengetahuan dalam melaksanakan kiat-kiat jitu pekerjaan yang tepat, cepat, aman dan baik.

Namun nyatanya dalam pengimplementasian strategi tidak selalu berjalan mulus. Perusahaan sering menghadapi beberapa kendala atau hambatan dalam pengimplementasian strategi yang telah ditetapkan. Hambatan tersebut berupa :

1. Strategi Yang Lemah

Inti dari sebuah strategi adalah terciptanya visi baru. Hal ini menjadi kesempatan untuk membuat visi dengan focus lebih luas maupun sempit. Dalam perusahaan, jika membuat strategi haruslah memiliki tonggak yang berbeda dengan perusahaan lain, jadwal yang jelas, serta peranan yang tepat untuk karyawan.

Jika perusahaan ingin mengambil keputusan yang besar terhadap keputusan strateginya, lebih baik dimulai dari hal-hal terkecil yang bertujuan untuk memastikan setiap tujuan bisa dikelola dengan baik.

Dari hal tersebut, sumber daya serta tujuan bisa diperluas hingga memiliki hasil akhir yang maksimal dan tercapai sesuai jadwal yang sudah ditetapkan. Perusahaan harus menghindari memberikan tanggung jawab yang tidak jelas atau memberikan beban kepada department dengan pekerjaan-pekerjaan yang banyak dan harus diselesaikan dengan waktu yang cepat.

2. Pelatihan Tidak Efektif

Ada banyak pilihan yang bisa digunakan perusahaan untuk mengadakan pelatihan yang tidak mengganggu jam kerja atau proses bisnis perusahaan, namun sangat efektif dan dapat menyesuaikan jadwal sibuk karyawan. Perusahaan hanya perlu menemukan opsi pelatihan yang

tepat, yang memberikan karyawan keterampilan baru dan memberikan tindak lanjut untuk memastikan bahwa setiap karyawan mempraktikannya dalam alur kerja mereka setiap harinya.

3. Kurangnya Komunikasi

Komunikasi menjadi kunci dalam pelaksanaan strategi baru di perusahaan. Rencana komunikasi yang baik dan efektif perlu dimulai dari atas ke bawah, komunikasi yang transparan dan jujur bukan hanya terletak pada kualitas sebuah perusahaan yang efektif, tapi juga menjadi langkah yang sangat diperlukan untuk perbaikan kedepannya.

CV. Griya Aristy Bekasi merupakan bidang usaha yang bergerak dibidang Jasa Paket Pernikahan. Didirikan oleh Ibu Ari Widyaningsih selaku Direktur Utama pada tahun 2000. CV. Griya Aristy Bekasi memiliki 84 karyawan dari beberapa divisi yang ada. Mulai dari tim marketing, keuangan, catering, dekorasi, gedung, serta rias&busana. Di CV. Griya Aristy Bekasi ini masih memiliki beberapa kendala yang dihadapi terhadap strategi peningkatan kapasitas perusahaannya. CV. Griya Aristy Bekasi selama ini belum menerapkan analisis SWOT untuk mengetahui strategi apa yang tepat dalam meningkatkan usaha mereka, namun CV. Griya Aristy Bekasi sangat menyadari Ancaman dan Peluang yang dapat menjadi kendala dalam perkembangan perusahaan mereka.

Menurut Rangkuti dalam Dj. Rusmawati (2017:918) menjelaskan bahwa “ Analisis SWOT merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pada sebuah perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

Berlandaskan uraian diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian menggunakan pendekatan Analisis SWOT dengan judul “**Strategi Peningkatan Kapasitas CV. Griya Aristy Bekasi**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kendala yang dihadapi CV. Griya Aristy Bekasi terhadap peningkatan kapasitas perusahaannya?
2. Bagaimana strategi peningkatan kapasitas perusahaan di CV. Griya Aristy Bekasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mencari kendala apa yang di hadapi dalam peningkatan kapasitas perusahaan di CV. Griya Aristy Bekasi
2. Untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan terhadap peningkatan kapasitas perusahaan di CV. Griya Aristy Bekasi ?

1.4 Manfaat penelitian

Setiap peneliti diharapkan dapat manfaat bagi semua pihak yang membacanya mau pun yang secara langsung terkait di dalemnya. Ada pun manfaat penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran serta menambah wawasan pengetahuan tentang strategi peningkatan kapasitas tenaga kerja. selain itu, peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau informasi untuk penelitian yang akan datang dalam mengkaji topik-topik permasalahan yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini, serta penyempurnaan untuk penelitian-penelitian sebelumnya.

1.4.2 Manfaat Praktisi

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini manfaat yang diajukan peneliti adalah untuk menambah wawasan serta ilmu baru dalam strategi peningkatan kapasitas pada sebuah perusahaan.

2. Bagi Jurusan Manajemen

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan strategi peningkatan kapasitas perusahaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini bisa dijadikan bahan penelitian berkelanjutan oleh pihak-pihak lain yang membutuhkan.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup dan arah yang jelas, maka peneliti memberikan batasan masalah yaitu kendala yang dihadapi dan strategi peningkatan kapasitas seperti apa yang dilakukan oleh CV. Griya Aristy Bekasi

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini merujuk kepada pedoman Teknis Penulisan Skripsi yang telah dikeluarkan oleh Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan skripsi

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori dan pendeskripsian strategi, peningkatan kapasitas, serta tenaga kerja.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang desain penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sample, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, dskripsi responden beserta indeks jawabannya, hasil penelitian dan pembahasan dari hasil diskusi dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan akhir serta saran yang perlu disampaikan kepada pihak yang berkepentingan didalam hasil penelitian ini.

