

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2023, sektor perdagangan terutama kayu di Indonesia meningkat pesat. Tercatat ekspor kayu Indonesia di Amerika Serikat pada tahun 2023 meningkat 7% dari tahun 2021, serta mengantongi nilai 14,51 Miliar USD (Republika.co.id, 2023). Fakta tersebut membuat pasar per kayu di Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan, serta hal itu juga berdampak pada persaingan dalam negeri yang semakin ketat dan kompetitif.

”Persaingan tidak mengenal kata ampun. Persaingan tidak peduli dan tahu menahu apakah modal si pebisnis itu dari warisan, atau pemberian orang tua, atau berasal dari gaji. Kalau memang pebisnis harus bangkrut untuk mereka harus hidup, mau bagaimana lagi.” (M. Taufik, 2005, Hlm. 18).

Dalam kamus Manajemen (B.N Maribun, 2003, Hlm 276), persaingan bisnis terdiri atas beberapa jenis, yaitu:

- a. Persaingan secara sehat, adalah persaingan antara pebisnis/individu atau perusahaan yang berlaku secara adil dan mengedepankan etika berbisnis daripada melakukan tindakan yang licik.
- b. Persaingan tidak sehat, adalah bentuk persaingan yang tidak adil/*fair*, yaitu dengan menghalalkan segala cara untuk menjatuhkan pebisnis lain agar menang dalam persaingan.

Perusahaan perusahaan dituntut untuk terus mengembangkan daya saing mereka, serta dituntut untuk selalu bisa beradaptasi dengan kondisi pasar yang semakin hari semakin besar, Hal ini dibuktikan pada tahun 2023, IMD Global

Competitiveness memberikan peringkat ke 34 dari tahun sebelumnya hanya peringkat 44 pada sektor pasar ekspor Indonesia (setkab.go.id, 2023)

Pada beberapa tahun terakhir, pendapatan dari kayu ekspor di Gresik mencapai 100 miliar per tahun, ini membuktikan persaingan bisnis dibidang industri kayu Gresik sangat ketat (EkonomiRepublik, dibuka pada 2023)

Pada penelitian ini, perusahaan bernama UD. Perdana Timber memiliki fenomena yang, dimana perusahaan ini adalah industri penjualan kayu ekspor, tetapi (1) tidak mempunyai kekuatan pemasaran seperti penggunaan website atau sosial media, (2) Kurangnya variasi produk yang dimiliki,

Penelitian ini disusun untuk melihat bagaimana perusahaan ini mampu untuk menghadapi persaingan bisnis yang sangat ketat. Perusahaan yang masih di-level menengah ini berhasil meraih keuntungan di tiap tahunnya. Negara seperti Korea yang sulit diterobos dari segi ekspornya pun dapat mudah ditembus oleh UD. Perdana Timber, hal ini membuat perusahaan kayu lain di Gresik melirik UD. Perdana Timber bahkan mencontohnya. Tak segan-segan, perusahaan yang lebih besar skalanya dari UD. Perdana Timber pun mengirimkan karyawannya untuk belajar di perusahaan ini.

Secara teori, perusahaan yang skalanya besar akan lebih mudah untuk menaklukkan pasar, tetapi UD. Perdana Timber yang skalanya masih ada dibawah membuktikan bahwa mereka mampu menebus pasar global, yang bahkan perusahaan lain yang skalanya lebih besar tidak dapat menembus pasar itu. Strategi manajemen dan SDM yang dimiliki membuat UD. Perdana Timber menarik untuk diteliti, tentunya juga dengan melihat teori dari *Resource Based View* dan *Dynamic Capability*.

Atas kondisi tersebut, peneliti mengangkat fenomena ini dan menganalisa menggunakan metode SOAR(*Strength, Opportunities, Aspirations, Results*). Metode ini merupakan pembaharuan dari metode SWOT(*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*). . Analisis SOAR adalah pendekatan inovatif berbasis inovasi terhadap pemikiran dan perencanaan strategis yang melibatkan semua pihak yang berkepentingan dalam proses pemikiran strategis. (Stavros dan Hinrichs, 2009). Analisis SOAR terdiri dari faktor internal berupa kekuatan dan hasil, serta faktor eksternal berupa peluang dan aspirasi.

Analisis SOAR hadir untuk memperbaiki metode SWOT yang sudah ada lebih dulu. Analisis SOAR menyatakan bahwa faktor ancaman dan kelemahan dapat menimbulkan perasaan negatif bagi perusahaan, sehingga dapat menurunkan motivasi (Stavros & Hinrichs, 2009).

Berdasarkan latar belakang yang disebut diatas, maka peneliti melakukan penelitian kualitatif yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis pada UD. Perdana Timber melalui Metode Analisis SOAR”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat ditegaskan rumusan masalah pada penelitian ini, ialah sebagai berikut:

1. Apa kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil akhir yang dimiliki UD. Perdana Timber menggunakan analisis SOAR?
2. Bagaimana strategi UD. Perdana Timber dalam menghadapi perkembangan bisnis yang semakin ketat?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang disebut diatas, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Mengetahui kekuatan, aspirasi, peluang serta hasil dari data UD. Perdana Timber melalui analisis SOAR.
2. Mengetahui strategi UD. Perdana Timber dalam menghadapi perkembangan bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberi manfaat teoritis, berupa:

1. Bagi Akademisi

Peneliti berharap penelitian kali ini memberi referensi untuk para akademisi yang ingin melakukan/melanjutkan penelitian yang serupa.

2. Bagi Bidang Ilmu Kewirausahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah dorongan untuk penelitian baru serta menjadi penopang ilmu-ilmu sebelumnya, khususnya dalam analisis SOAR.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dalam penelitian ini diharapkan juga dapat memberi manfaat praktis, antara lain:

1. Bagi UD. Perdana Timber

Menjadi bahan pertimbangan dalam aspek strategi pengembangan agar mampu mencapai tujuan perusahaan dengan lancar.

2. Bagi Pembaca

Menjadi pembuka wawasan baru dan referensi dalam analisis SOAR, sehingga mungkin dapat menjadi penelitian dan kepekaan terhadap fenomena yang sama.

1.5 Kesenjangan Fenomena

Kesenjangan fenomena merupakan sebuah celah dalam pengetahuan yang ada, yang dapat diisi dengan adanya penelitian yang dilakukan. Pada penelitian terdahulu, tak sedikit yang membahas Analisis SOAR, tetapi yang membedakan adalah tentang apa yang akan di analisa, yaitu (1) Objek penelitian yang berbeda, dan (2) Strategi yang diangkat dalam penelitian Analisis SOAR.

Penelitian yang mengangkat fenomena pada skala UMKM, akan memiliki faktor yang berbeda dengan skala industri. Hal ini akan berpengaruh pada hasil dan strategi yang akan diprioritaskan. Lalu strategi yang akan diangkat juga berpengaruh pada metode lain yang akan digunakan, karena bisa jadi akan bertambah metode lain untuk menguatkan pernyataan kesimpulan.