BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Johannes Gutenberg, 572 tahun lalu, menemukan mesin cetak. Sebelumnya orang China menemukan mesin cetak sederhana pada 175 M. Gutenberg berperan besar dalam mendorong berkembangnya industri media cetak, baik koran maupun majalah. Surat kabar sebagai komoditas (diperjualbelikan) kali pertama dibuat di Amerika Serikat. Ketika itu seorang tukang cetak berkebangsaan Inggris, Benyami Haris, hijrah ke Amerika Serikat pada 1690. Surat kabar pertama yang diterbitkan diberi nama Public Occurrences Both Foreign and Domistic. Sayangnya penerbitan tersebut tidak bertahan lama karena soal perizinan (John Tebbel, disadur Dean Praty Rahayanungsih, 1997, dan dikutip Totok Juroto, 2000).

Di Indonesia media cetak telah mulai dikenal sejak tahun 1744, pada masa kolonialisme Belanda. Media cetak yang terbit saat itu menggunakan bahasa Belanda, dan isinya berupa berita ringan seperti seputar orang-orang Eropa di Indonesia. Media cetak pertama terbit di Batavia, dengan nama ‘Batavia Nouveles’. Media cetak berbahasa melayu baru muncul seabad kemudian, yaitu pada tahun 1858.

Selama ratusan tahun, media cetak menjadi media yang mendominasi sebagai media penyebaran informasi. Media cetak merupakan salah satu media massa yang populer. Media cetak merupakan media komunikasi yang bersifat tertulis atau tercetak. Ada berbagai macam media yang tergolong ke dalam media cetak, baik untuk promosi, iklan, berbagai macam informasi dan mengembangkan ide. Hingga saat ini media cetak terbaru berisi tentang *trend* prosa romance dewasa ataupun remaja hingga anak-anak. Berbagai ide anak bangsa dituangkan melalui sebuah buku berbentuk Novel.

Menurut Nurgiyantoro (2010: 10) mengemukakan bahwa novel merupakan karya fiksi yang dibangun oleh unsur-unsur pembangun, yakni unsur intrinsik dan unsur ekstrinsik. Novel juga diartikan sebagai suatu karangan berbentuk prosa yang mengandung rangkaian cerita kehidupan seseorang dengan orang lain di sekelilingnya dengan menonjolkan watak dan sifat pelaku.

Sampai sekarang, Novel sangat digemari diberbagai kalangan bahkan sering menjadi acuan untuk membuat sebuah film layer lebar. Maka dari itu, banyak sekali penerbit-penerbit yang bermunculan melihat peluang bisnis yang sangat menjanjikan tersebut. Menurut solihin (2012:128) peluang bisnis merupakan tren positif yang berada dilingkungan eksternal perusahaan, dan apabila peluang tersebut dieksploitasi oleh perusahaan, maka peluang usaha tersebut berpotensi untuk menghasilkan laba bagi perusahaan secara berkelanjutan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia

peluang merupakan kesempatan (ruang gerak) baik dalam bentuk konkret maupun dalam bentuk abstrak.

Berikut pada Table 1.4 merupakan data serta bukti pertumbuhan Penerbit yang berada di Seluruh Indonesia dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2019:

Table 1.1
Pertumbuhan Penerbit dari tahun 2016-2019

Tahun	Jumlah Pelaku Usaha
2010	1047
2011	1113
2012	1160
2013	1233
2014	1318
2015	1234
2016	1380
2017	1431
2018	1500
2019	1602

Sumber: Ikatan Penerbit Indonesia

Seperti yang kita dapatkan dari Table 1.1 Di mana ada kenaikan signifikan dari tahun 2015 ke 2016 karena adanya aplikasi Wattpad yang membuat Penerbit mendapatkan peluang bisnis semakin besar. Seperti hal nya PT Melvana Media Indonesia, perusahaan penerbitan buku yang dibangun pada tahun 2016 pada saat tren Wattpad memuncak, memanfaatkan peluang bisnis yang sedang tumbuh di kalangan masyarakat menjadi sebuah usaha penerbitan yang terus berjalan sempai saat ini.

Akan tetapi, semakin meningkatnya novel pada puncak popularitas, pada akhir tahun 2019, muncul sebuah virus yang menggemparkan dunia. Virus tersebut adalah Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) yang lebih dikenal dengan nama virus Corona (COVID-19) adalah jenis baru dari coronavirus yang menular ke manusia dengan sangat cepat. Virus ini bisa menyerang siapa saja, baik bayi, anak-anak, orang dewasa, lansia, ibu hamil, maupun ibu menyusui.

Infeksi virus ini disebut COVID-19 dan pertama kali ditemukan di kota Wuhan, Cina, pada akhir Desember 2019. Virus ini menular dengan cepat dan telah menyebar ke wilayah lain di Cina dan ke beberapa negara, termasuk Indonesia. Hal ini membuat beberapa kota di Indonesia menerapkan kebijakan untuk memberlakukan **Pembatasan Sosial Berskala Besar** dalam rangka mencegah penyebaran virus Corona. Banyak sekolah, perusahaan dan seluruh kegiatan lainnya berhenti karena virus ini.

Dari survey awal yang dilakukan penulis dengan metode wawancara bersama Bapak Mujahidin Nur, SH.I direktur sekaligus pemilik PT. Melvana Media Indonesia pada hari Minggu, 26 April 2020 diperoleh informasi bahawa PT. Melvana Media Indonesia medapatkan efek seperti berikut:

1. Seluruh Toko Buku di Indonesia tutup, membuat penghasilan 0 di sector pertokoan. Penghasilan pun 90% hilang pada PT. Melvana Media Indonesia.
2. Pekerja di rumahkan dan beberapa memberlakukan sistem shift kerja karena berlokasi di zona merah yaitu Jakarta.

3. Tidak adanya penghasilan, membuat daya beli masyarakat menurun dan penjualan berkurang, proses produksi pun dibatasi.
4. Pesaing lebih giat dalam melakukan promosi baik itu flash sale atau sistem Pre Order novel dengan bonus beragam, sehingga kalah dalam menjalankan strategi di kala pandemik.

PT. Melvana Media tak bisa tinggal diam. Perlu adanya penanganan agar perusahaan tetap stabil, tidak goyah akibat COVID-19 ini. Strategi bisnis yang unggul sangat berpengaruh besar agar perusahaan penerbitan tetap diterima konsumen dan menguntungkan secara bisnis.

Strategi bisnis adalah strategi fungsional yang berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi dan strategi- strategi yang berhubungan dengan keuangan dari suatu bisnis. Karena, di lihat dari hasil wawancara poin ke empat, di mana Pesaing lebih giat dalam melakukan promosi baik itu *flash sale* atau sistem *Pre Order* novel dengan bonus beragam, sehingga kalah dalam menjalankan strategi di kala pandemik. PT. Melvana Media harus mengeluarkan inovasi dalam menjalankan sebuah Strategi Bisnis untuk menghadapi masalah ini.

Berbicara mengenai Strategi, tentu perusahaan itu juga harus memikirkan analisis SWOT dalam PT. Melvana Media Indonesia, agar bisa mengkoreksi atau mengevaluasi hasil rencana strategi yang sudah dijalankan. Analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, threat) adalah evaluasi keseluruhan dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

1. Strength (Kekuatan) Merupakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lainnya.
2. Weakness (Kelemahan) Masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga ini menjadi kelemahan bagi perusahaan.
3. Opportunity (Peluang) Merupakan suatu kesempatan dimana perusahaan dapat melakukan operasi dalam menghadapi tantangan dan untuk menjadikan kesempatan itu menjadi sebuah keuntungan.
4. Threat (Ancaman) Merupakan suatu bahaya yang biasanya terjadi karena perkembangan yang kurang menguntungkan, dimana akan memberikan dampak seperti pengurangan laba dan penjualan jika tidak dilakukan tindakan untuk bertahan.

Dapat disimpulkan oleh penulis Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis guna merumuskan strategi perusahaan,dimana analisis SWOT ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang,namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Di mana yang kita ketahui dari hasil wawancara dari poin ke satu sampai ke tiga. Keuangan PT. Melvana Media 90% menghilang, para karyawan pun sebagian diberhentikan dan sebagian menggunakan sistem shift kerja, juga produksi novel yang hanya sesuai kebutuhan saja atau malah diberhentikan. Mengatasi masalah ini, Dapat penulis simpulkan bahwa Analisis SWOT sangat membantu untuk

meningkatkan pengetahuan dan pemahaman organisasi sehingga mampu menganalisis apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam organisasi untuk mendapatkan strategi yang tepat dengan menggunakan kekuatan dan peluang yang ada untuk mengatasi segala ancaman dan mengurangi kelemahan yang ada sehingga organisasi dapat bertahan dan mampu untuk berkembang.

Oleh karena itu, dengan permasalahan yang cukup kompleks yang sudah penulis jelaskan di atas. Menggunakan Analisis SWOT pada PT. Melvana Media Indonesia sangat penting untuk mendapatkan Strategi Bisnis yang baik dan dapat mengatasi permasalahan akibat virus COVID-19.

Maka, Penulis meneliti kasus tersebut dengan penelitian berjudul **"PENERAPAN ANALISIS SWOT UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BISNIS DALAM UPAYA MENGATASI PERMASALAHAN AKIBAT COVID-19 (STUDI KASUS PADA PT. MELVANA MEDIA INDONESIA)"**

1.2 Fokus Penelitian dan Rumusan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Dalam penelitian kualitatif gejala bersifat holistik atau menyeluruh dan tidak dapat dipisah-pisahkan sehingga tidak atau menetapkan penelitiannya berdasarkan variabel penelitian.

Fokus dalam penelitian ini adalah kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang terdiri dari aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, aspek

produki, aspek pemasaran dan aspek pesaing, yang ada pada PT. Melvana Media Indonesia sebagai jalan untuk menemukan Strategi Bisnis.

1.2.2 Rumusan Masalah

2. Bagaimana kondisi internal pada PT. Melvana Media Indonesia?
3. Bagaimana kondisi eksternal pada PT. Melvana Media Indonesia?
4. Bagaimana kondisi internal dan eksternal menggunakan Analisis SWOT pada PT. Melvana Media Indonesia?
5. Bagaimana menentukan strategi bisnis dalam upaya mengatasi masalah yang disebabkan oleh COVID-19 pada PT. Melvana Media Indonesia?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini memiliki maksud untuk mendapatkan data secara rinti mengenai Analisis SWOT yang digunakan untuk di analisis dan mendapatkan hasil untuk membuat sebuah rancangan Strategi Bisnis yang dapat memberikan solusi dalam mengatasi permasalahan akibat COVID-19 pada PT. Melvana Media Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kondisi internal pada PT. Melvana Media Indonesia.
2. Untuk mengetahui kondisi eksternal pada PT. Melvana Media Indonesia.
3. Untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal menggunakan Analisis SWOT pada PT. Melvana Media Indonesia.

4. Untuk mengetahui strategi bisnis dalam upaya mengatasi masalah yang disebabkan oleh COVID-19 pada PT. Melvana Media Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Perusahaan

   Membantu dan memberikan ide secara teoritis bagi perusahaan untuk dipraktikan sebagai sebuah rancangan menyusun Strategi Bisnis dalam upaya mengatasi masalah yang disebabkan oleh COVID-19 pada PT. Melvana Media Indonesia.

2. Bagi Pihak Terkait

   Memberikan referensi bagi pihat terkait untuk mengetahui tentang masalah yang dihadapi akibat COVID-19 dan Strategi Bisnis yang dilakukan untuk meminimalisisr kerugian yang terjadi pada PT. Melvana Media Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Bagi Penulis

   Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, juga memberikan sutu ide dalam menciptakan Strategi Bisnis yang baru untuk mengatasi permasalahan akibat COVID-19 yang berujung pada Pembatasan Sosial Berskala Besar melalui ANALISIS SWOT. Menambah wawasan yang tela diperoleh di lapangan dan dapat diaplikasikan di dunia nyata.

2. Bagi Peneliti Lain

   Dapat dijadikan sebagai referensi terhadap pengembangan ataupun pembuatan dalam penelitian yang sama. Memberikan wawasan yang terbuka di dunia bisnis dalam menghadapi masalah akibat COVID-19.

3. Pengembangan Ilmu Manajemen

   Dapat memberikan sebuah pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang dapat mendukung dalam mengembangkan suatu gagasan untuk mengatasi permasalahan akibat COVID-19.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di PT, Melvana Media Indonesia yang belokasi di Jl. Angsana Raya No. 26 Pejaten Timur, Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Di mana, perusahaan tersebut terletak pada zona merah yang mengalami Pembatasan Sosial Berskala Besar.

1.5.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian untuk mengumpulkan data terhitung sejak virus COVID-19 mulai masuk ke Indonesia dan pemerintah membuat Pembatasan Sosial Berskala Besar terhitung dari bulan Maret sampai dengan selesai.

Table 1.2 Waktu Penelitian

No	Uraian	Waktu Pelaksanaan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Pencarian Data																								
3	Pengolahan Data																								
4	Penulisan Laporan																								
5	Sidang UP																								
6	Revisi																								
7	Penulisan Bab 4-5																								
8	Sidang Akhir																								