

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsultan keuangan bisnis memiliki peran penting dalam membantu pelaku usaha merancang strategi keuangan, mengelola arus kas, serta meningkatkan kapasitas manajerial untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Kebutuhan terhadap layanan konsultan keuangan meningkat seiring berkembangnya kesadaran pelaku usaha akan pentingnya perencanaan strategis dan pengelolaan keuangan yang profesional. Dalam kajian manajemen strategis, Wheelen dan Hunger menegaskan bahwa suatu organisasi perlu melakukan analisis menyeluruh terhadap faktor internal dan eksternal untuk dapat merumuskan strategi yang tepat, guna mencapai keunggulan kompetitif. Hal ini menunjukkan bahwa konsultan keuangan bisnis perlu memiliki strategi yang terarah agar mampu mempertahankan dan meningkatkan kinerja pendapatannya.

Transformasi digital juga mendorong perubahan signifikan pada pola permintaan jasa konsultan keuangan. Berbagai studi menunjukkan bahwa *digital marketing* memiliki peran besar dalam meningkatkan jangkauan pasar dan interaksi dengan konsumen. Rahman (2022) menjelaskan bahwa *digital marketing* mampu memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan efektivitas promosi pada UMKM. Temuan Abas, Tauhidin, dan rekan (2023) dalam *Jurnal Ilmiah Edunomika* menunjukkan bahwa strategi *digital marketing* berperan penting dalam meningkatkan kelangsungan hidup UMKM, karena mampu memperluas jangkauan pasar, memperkuat hubungan komunikasi dengan pelanggan, serta mendorong peningkatan penjualan. Hal ini menegaskan bahwa pemanfaatan platform digital secara optimal menjadi faktor strategis yang perlu diperhatikan oleh berbagai jenis usaha, termasuk konsultan keuangan bisnis, agar tetap kompetitif di tengah dinamika pasar digital.

Meskipun peluang pertumbuhan industri cukup besar, salah satu start up konsultan keuangan bisnis di Jakarta menghadapi tantangan dalam mencapai target *revenue*. Selama periode Januari hingga Agustus, perusahaan menargetkan

pendapatan sebesar Rp1 miliar setiap bulan, namun realisasi target hanya tercapai pada bulan Januari dan Juni 2025. Kesenjangan antara rencana dan realisasi pendapatan ini menunjukkan adanya kelemahan strategi yang diterapkan, terutama dalam pengelolaan pemasaran digital yang belum optimal. Temuan Abd. Rahman, Kusumadewi, dan Nurzaman (2023) menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu memanfaatkan pemasaran digital secara efektif cenderung mengalami peningkatan visibilitas dan kinerja keuangan. Dengan demikian, kondisi ini menunjukkan perlunya evaluasi strategi agar perusahaan tidak tertinggal dalam persaingan digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, analisis strategis diperlukan untuk merumuskan strategi peningkatan *revenue* yang lebih tepat. Analisis SWOT merupakan metode dasar yang menurut Retnowati (2020) sangat efektif untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan secara sistematis. Namun,

analisis SWOT perlu dilanjutkan dengan TOWS Matrix untuk menghasilkan strategi yang lebih operasional. Menurut Wehrich, pengembang TOWS Matrix, kombinasi faktor internal dan eksternal melalui strategi SO, WO, ST, dan WT membantu organisasi memilih tindakan yang paling sesuai dengan situasi yang sedang dihadapi. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan SWOT dan TOWS Matrix untuk merumuskan strategi yang dapat meningkatkan *revenue* secara efektif, seperti optimalisasi aset digital, diversifikasi layanan, dan penguatan strategi pemasaran.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perencanaan strategi peningkatan *revenue* pada konsultan keuangan bisnis menggunakan pendekatan SWOT dan TOWS Matrix.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah merencanakan strategix untuk meningkatkan *revenue* pada konsultan keuangan bisnis menggunakan pendekatan SWOT dan TOWS Matrix.

## **1.4 Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya membahas strategi peningkatan *revenue* berdasarkan faktor internal dan eksternal yang relevan dengan kondisi aktual perusahaan konsultan keuangan bisnis selama Januari sampai dengan Agustus 2025.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### 1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam merumuskan strategi yang berfokus pada peningkatan pendapatan dan efisiensi bisnis melalui pendekatan SWOT dan TOWS Matrix.

### 2) Bagi Institusi (Universitas)

Menambah referensi ilmiah mengenai penerapan metode SWOT dan TOWS Matrix pada sektor jasa konsultansi keuangan.

### 3) Bagi Peneliti (Mahasiswa)

Meningkatkan pemahaman dan kemampuan analitis dalam merancang strategi peningkatan *revenue* yang terarah dan aplikatif.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Berikut adalah sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan sebagai landasan penelitian, seperti strategi peningkatan *revenue*, strategi pemasaran, analisis SWOT, dan Matriks TOWS, serta hasil penelitian terdahulu yang mendukung kajian ini.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisi pendekatan penelitian yang digunakan, metode pengumpulan data, teknik analisis data, serta tahapan dalam merumuskan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT dan Matriks TOWS.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Menyajikan profil konsultan keuangan bisnis dan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal.

## **BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL**

Bab ini menyajikan hasil analisis SWOT, penyusunan Matriks TOWS, serta perumusan strategi peningkatan *revenue*.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan strategi yang diusulkan, serta saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam implementasi ke depannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi referensi yang digunakan selama proses penyusunan tugas akhir.