

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak merupakan bagian penting dari sebuah negara. Pajak memberi pemerintah pendapatan yang dibutuhkan untuk mendanai layanan-layanan penting seperti pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur. Menurut Adrian Sutedi (2011), Nugraheni, Sunaningsih dan Khabibah (2021) pajak dapat didefinisikan sebagai iuran masyarakat kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung dan gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan kewajiban negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Ketika warga negara membayar pajak, mereka berkontribusi untuk kebaikan bersama dan membantu membuat komunitas mereka menjadi lebih baik. Ada banyak alasan mengapa penting bagi warga negara untuk membayar pajak. Pertama, pajak membantu memastikan bahwa setiap orang membayar bagian mereka dengan adil. Ketika beberapa orang menghindari membayar pajak, hal ini memberikan beban yang tidak adil bagi mereka yang membayar pajak. Kedua, pajak membantu mengurangi ketidaksetaraan. Dengan system perpajakan dapat membantu menciptakan masyarakat yang lebih adil, karena wajib pajak dengan ekonomi lemah tentunya membayar pajak lebih sedikit sesuai kemampuannya dan wajib pajak dengan ekonomi menengah ke atas tentu membayar pajak lebih banyak sesuai dengan kemampuannya. Ketiga, pajak membantu mendorong pertumbuhan ekonomi. Ketika pemerintah berinvestasi di bidang infrastruktur, pendidikan, dan barang publik lainnya, pemerintah menciptakan lingkungan di mana bisnis dapat berkembang dan menciptakan lapangan kerja. Membayar pajak adalah kewajiban kewarganegaraan yang bermanfaat bagi semua orang. Ketika warga negara membayar pajak, mereka membantu membangun negara yang lebih kuat dan berkontribusi membangun masyarakat yang lebih sejahtera.

Meskipun membayar pajak itu penting, mungkin sulit bagi beberapa individu dan bisnis untuk melakukannya sendiri. Hal ini terutama berlaku bagi

mereka yang memiliki situasi keuangan yang kompleks atau yang tidak terbiasa dengan aturan pajak. Akibatnya, banyak orang dan bisnis memilih untuk menggunakan jasa konsultan pajak. Konsultan pajak adalah para profesional yang berspesialisasi dalam membantu wajib pajak dalam menyelenggarakan hak dan kewajiban dalam bidang perpajakan melalui upaya pemberian jasa konsultasi, sehingga pelaksana hak dan kewajiban dapat selara dengan peraturan perpajakan (Nugraheni et al., 2021). Mereka dapat membantu wajib pajak memahami kode pajak, mengajukan pengembalian pajak, dan menyelesaikan masalah pajak. Konsultan pajak dapat menjadi sumber daya yang berharga bagi siapa saja yang berjuang dengan pajak mereka. Salah satu cara konsultan pajak dapat membantu adalah dengan memberikan nasihat perencanaan pajak. Hal ini dapat membantu wajib pajak memanfaatkan fasilitas pajak yang disediakan oleh pemerintah melalui peraturan perpajakan. Konsultan pajak juga dapat membantu wajib pajak dengan situasi pajak yang kompleks, seperti yang melibatkan investasi, wiraswasta, atau hukum pajak internasional. Selain itu, konsultan pajak dapat mewakili wajib pajak dalam audit dan sengketa pajak lainnya.

Konsultan pajak muncul untuk memberikan layanan yang penting dan dibutuhkan dalam dunia perpajakan. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan aturan perpajakan yang terus berkembang, perusahaan dan individu seringkali membutuhkan bantuan ahli dalam mengelola kewajiban perpajakan mereka. Konsultan pajak memiliki pengetahuan mendalam tentang regulasi perpajakan, kebijakan terkini, dan strategi yang dapat membantu wajib pajak mereka memenuhi kewajiban perpajakan dengan efisien dan mendapatkan hak fasilitas pajak mereka (Nugraheni et al., 2021). Mereka tidak hanya memberikan layanan penghitungan dan pelaporan pajak, tetapi juga memberikan saran dan rekomendasi yang tepat guna untuk mengoptimalkan situasi perpajakan wajib pajak.

Industri konsultan pajak di Indonesia sangat kompetitif. Terdapat banyak perusahaan yang menawarkan berbagai layanan, dan bisnis memiliki banyak pilihan untuk dipilih. Agar dapat unggul dari persaingan, perusahaan jasa konsultan pajak harus mampu menyediakan layanan yang sangat baik dengan memiliki staf yang berpengalaman dan berpengetahuan, serta komitmen untuk memberikan

kualitas kerja yang tinggi. Selain itu perusahaan jasa konsultan pajak menyediakan layanan yang sangat baik, perusahaan jasa konsultan pajak juga harus mampu menjual jasanya dengan efektif dengan mengkomunikasikan dengan jelas manfaat dari layanan mereka dan mampu membangun hubungan dengan wajib pajak. Menurut Gosal dan Budiono (2013), konsultan pajak harus memiliki kecocokan dengan klien-kliennya, karena memberikan jasa konsultan pajak dengan memberikan saran-saran yang benar tidak cukup, dibutuhkan komunikasi dan penyesuaian saran yang sesuai dengan klien menjadi poin penting dalam mempertahankan klien agar tidak berpindah mencari konsultan pajak lain. Sehingga menjadi tantangan besar dan dibutuhkan pengalaman yang cukup untuk dapat menjadi konsultan pajak yang mampu bertahan dalam waktu lama untuk tetap dapat berjalan dalam industri konsultan pajak ini

Perusahaan jasa konsultan pajak Tan Yenny Tanuwijoyo adalah sebuah perusahaan jasa konsultan pajak terkemuka di Indonesia. Telah beroperasi selama 25 tahun Bersama pemilik Tan Yenny Tanuwijoyo, perusahaan ini memiliki catatan prestasi yang kuat dalam memberikan layanan pajak berkualitas tinggi kepada berbagai klien, termasuk perusahaan, individu, dan organisasi nirlaba. Tim profesional pajak yang berpengalaman dan berpengetahuan luas di perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan layanan yang personal dan membantu klien mencapai tujuan perpajakan mereka. Perusahaan ini menyediakan berbagai layanan pajak, termasuk perencanaan pajak, persiapan pajak, dan perwakilan pajak. Perusahaan Jasa Konsultan Pajak Tan Yenny Tanuwijoyo adalah penasihat yang dipercaya oleh banyak perusahaan terkemuka dan organisasi di Indonesia. Perusahaan konsultan pajak ini dikenal karena komitmennya terhadap keunggulan dan dedikasinya untuk memberikan pelayanan terbaik kepada klien. Konsultan Pajak Tan Yenny Tanuwijoyo adalah mitra yang dipercaya bagi bisnis dan individu yang mencari saran perpajakan yang dapat diandalkan dan berpengalaman.

Konsultan Pajak Tan Yenny Tanuwijoyo, meskipun menjadi konsultan pajak yang dipercaya oleh banyak pihak, tidak luput dari kekurangan. Seiring perkembangan dunia konsultasi pajak, selalu ada ruang untuk peningkatan dan strategi untuk memperluas layanan konsultasi pajak perusahaan ini. Untuk mengidentifikasi dan mengatasi area-area ini, perusahaan dapat menggunakan alat-

alat strategis seperti analisis SWOT dan model Five Forces. Analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, sehingga mendapatkan wawasan tentang bagaimana memanfaatkan kekuatan, mengurangi kelemahan, menangkap peluang, dan mengatasi ancaman untuk menjadi sebuah organisasi yang memiliki keunggulan kompetitif (Hill & Westbrook, 1997). Selain itu, model Five Forces menyediakan kerangka kerja untuk menganalisis dinamika kompetitif dan kekuatan pasar yang mempengaruhi operasi perusahaan (Porter, 1985), memungkinkannya untuk membuat keputusan yang berinformasi guna meningkatkan posisinya dan memperluas layanan konsultasi pajaknya. Dengan memanfaatkan pendekatan strategis ini, Konsultan Pajak Tan Yenny Tanuwijoyo dapat mengatasi kekurangannya, memanfaatkan peluang, dan memperkuat kehadirannya dalam industri jasa konsultasi pajak.

1.2 Rumusan Masalah Usaha

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) pada perusahaan jasa konsultan pajak Tan Yenny Tanuwijoyo
2. Bagaimana analisis Five Force Model pada perusahaan jasa konsultan Pajak Tan Yenny Tanuwijoyo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dijabarkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal Kantor Konsultan Pajak Tan Yenny Tanuwijoyo
2. Untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal dalam industri konsultasi pajak
3. Untuk menganalisis dinamika persaingan dan kekuatan pasar yang mempengaruhi perusahaan dengan analisis five force model

1.4 Kerangka Teori

1.4.1 Akuntan sebagai Konsultan Pajak

Akuntan merupakan profesional yang bertanggung jawab untuk mengelola catatan keuangan bisnis dan individu dengan melakukan analisis pada berbagai dokumen keuangan, seperti laporan laba rugi, neraca, dan laporan arus kas. Sebagai satu bagian dalam perusahaan, akuntan memainkan peran penting dalam perekonomian dengan memberikan informasi keuangan yang akurat dan tepat waktu kepada manajemen perusahaan (Kouroub & Oubdi, 2022). Tentunya dengan tanggungjawab yang besar seorang akuntan diharuskan mendapat pendidikan maupun memiliki gelar sarjana di bidang akuntansi atau bidang terkait dan juga sebaiknya memiliki beberapa sertifikasi dalam bidang akuntansi. Salah satu pekerjaan yang diminati oleh Akuntan di Indonesia adalah Konsultan Pajak. Akuntan secara khusus memenuhi syarat untuk memberikan layanan konsultasi pajak karena pengetahuan mereka tentang prinsip akuntansi, undang-undang perpajakan, dan praktik bisnis. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia (2014) untuk menjadi seorang Konsultan Pajak selain memiliki ijazah dengan program studi perpajakan, seorang akuntan harus memiliki Sertifikat Konsultan Pajak. Sehingga akuntan dengan sertifikasi tertentu dapat membantu wajib pajak maupun badan dalam memahami kewajiban pajak mereka dan mengidentifikasi peluang perencanaan pajak.

Perencanaan pajak adalah proses mengambil tindakan dan keputusan untuk mengurangi jumlah kewajiban pajak dengan memanfaatkan hak fasilitas pengurangan pajak yang tersedia pada peraturan perpajakan (Kouroub & Oubdi, 2022). Perencanaan pajak adalah bidang yang kompleks dan selalu berubah mengikuti regulasi perpajakan pemerintah. Namun, seorang akuntan dengan kualifikasi tertentu mampu untuk menjalankan tugas sebagai konsultan pajak sehingga dapat membuat perencanaan pajak dan membantu membuat keputusan tentang bagaimana meminimalkan jumlah kewajiban pajak kliennya. Dalam lingkungan perpajakan yang selalu berubah, akuntan sebagai konsultan pajak dituntut untuk mampu memberikan saran yang akurat dan memastikan kepatuhan pajak sesuai dengan regulasi pajak yang berlaku.

1.4.2 Bentuk Usaha dari Konsultan Pajak

Konsultan pajak di Indonesia memiliki pilihan untuk memilih badan hukum yang berbeda saat membuka praktik mereka. Mereka dapat beroperasi sebagai individu, kemitraan atau perseroan terbatas. Berdasarkan Peraturan Kementerian Keuangan (2014) tidak dijelaskan secara langsung bentuk usaha apa seharusnya sebuah Konsultan Pajak, sehingga dapat diasumsikan bahwa bentuk usaha konsultan pajak dapat beroperasi sebagai perseorangan, kemitraan atau perseroan terbatas. Konsultan pajak perorangan beroperasi secara independen, memikul tanggung jawab pribadi atas tindakan dan kewajiban mereka dalam memberikan layanan konsultasi pajak. Kemitraan, seperti Koperasi atau Commanditaire Vennootschap (CV), memungkinkan konsultan pajak untuk membentuk praktik bersama dengan anggota atau mitra lainnya. Tanggung jawab dan pembagian keuntungan ditentukan melalui kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Perseroan Terbatas (PT) menawarkan perlindungan hukum yang lebih kuat kepada konsultan pajak, membatasi kewajiban mereka sebatas kepemilikan saham mereka. PT memungkinkan konsultan pajak untuk melibatkan pemegang saham dan membentuk struktur perusahaan yang lebih kompleks. Terlepas dari badan hukum yang dipilih, konsultan pajak terikat oleh tanggung jawab profesional untuk memberikan layanan konsultasi pajak berkualitas tinggi. Mereka harus mematuhi peraturan dan standar etika yang relevan sambil menjaga kepercayaan dan kerahasiaan klien. Mendirikan badan hukum yang tepat tidak hanya memperkuat keberadaan konsultan pajak di industri ini, tetapi juga memberikan jaminan hukum kepada klien mereka. Kesimpulannya, pemilihan badan hukum berdampak signifikan terhadap liabilitas dan struktur bisnis konsultan pajak di Indonesia. Oleh karena itu, konsultan pajak harus hati-hati mengevaluasi pilihan mereka dan memilih badan hukum yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan khusus mereka.

1.4.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode evaluasi yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunitie*), dan ancaman (*threat*) dari suatu organisasi atau proyek (Dyson, 2004). Tujuan dari analisis SWOT adalah mengidentifikasi kekuatan dan

kelemahan suatu organisasi serta peluang dan ancaman di lingkungan sekitarnya dan kemudian mengembangkan strategi dan langkah praktis untuk tindakan organisasi selanjutnya. Kekuatan dan kelemahan diidentifikasi melalui penilaian internal terhadap organisasi, sedangkan peluang dan ancaman melalui penilaian eksternal. Penilaian internal melibatkan pemeriksaan semua aspek organisasi, seperti personil, fasilitas, lokasi, produk, dan layanan, untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi. Sedangkan penilaian eksternal melibatkan pemindaian lingkungan politik, ekonomi, sosial, teknologi, dan persaingan dengan tujuan mengidentifikasi peluang dan ancaman. Melalui analisis SWOT organisasi dapat memanfaatkan peluang, mengatasi ancaman, memperkuat kekuatan, dan mengatasi kelemahan yang dimiliki dan dihadapi oleh organisasi.

Penilaian internal adalah proses mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan suatu organisasi. Kekuatan adalah hal-hal yang dikuasai dengan baik oleh organisasi, sedangkan kelemahan adalah hal-hal yang bisa diperbaiki oleh organisasi. Penilaian internal membantu organisasi memahami kapabilitas dan keterbatasan yang dimiliki oleh organisasi. Jika penilaian internal dijalankan dengan jujur akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang keadaan internal perusahaan sehingga membantu dalam merumuskan strategi pengembangan yang efektif serta memaksimalkan potensi yang ada (Dyson, 2004; Hill & Westbrook, 1997). Menurut Dyson (2004) faktor-faktor yang menjadi penilaian dalam penilaian internal adalah sebagai berikut:

- Karyawan
- Merk, produk dan kapabilitas
- Kemampuan inovasi
- Hubungan pelanggan
- Fasilitas dan infrastruktur
- Efisiensi, efektivitas dan fleksibilitas
- Ukuran perusahaan, lokasi dan akomodasi

Penilaian eksternal adalah proses memperoleh umpan balik dari pihak-pihak terkait eksternal, seperti pelanggan, mitra, dan pesaing, untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman (Dyson, 2004). Melalui penilaian eksternal, perusahaan dapat lebih mudah untuk memahami lingkungan dan industri

organisasinya berada. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi yang memanfaatkan peluang dan mengurangi ancaman. Dalam praktiknya penilaian eksternal dapat dilakukan dengan melakukan pengumpulan data (survei, wawancara, observasi dan diskusi kelompok terarah) bersama pihak-pihak yang memahami lingkungan dan industri organisasi beroperasi (Hill & Westbrook, 1997).

Analisis TOWS merupakan perluasan dari analisis SWOT yang berfokus pada integrasi peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal (Dyson, 2004; Weihrich, 1982). Singkatan TOWS adalah singkatan dari Ancaman, Peluang, Kelemahan, dan Kekuatan. Kerangka analitis ini memungkinkan organisasi untuk mengembangkan wawasan strategis dan rencana aksi dengan mempertimbangkan hubungan antara keempat faktor tersebut. Dalam analisis TOWS, peluang eksternal yang teridentifikasi dalam analisis SWOT dipadukan dengan kekuatan internal untuk menentukan opsi strategis. Dengan memanfaatkan kekuatan mereka, organisasi dapat memanfaatkan peluang dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Misalnya, jika sebuah perusahaan memiliki reputasi merek yang kuat dan mengidentifikasi peluang pasar yang muncul, perusahaan dapat mengembangkan strategi perluasan pasar untuk memasuki pasar tersebut dan memanfaatkan mereknya untuk menarik pelanggan. Demikian pula, analisis mempertimbangkan bagaimana kelemahan internal dapat diminimalkan atau dikurangi dalam menghadapi ancaman eksternal. Dengan mengatasi kelemahan, organisasi dapat melindungi diri dari ancaman potensial dan meningkatkan posisi kompetitif mereka. Misalnya, jika sebuah perusahaan mengidentifikasi teknologi yang mengganggu sebagai ancaman terhadap model bisnis tradisionalnya, ia dapat berfokus pada investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) untuk mengembangkan produk inovatif atau menyesuaikan operasinya agar tetap kompetitif dalam lanskap pasar yang terus berubah.

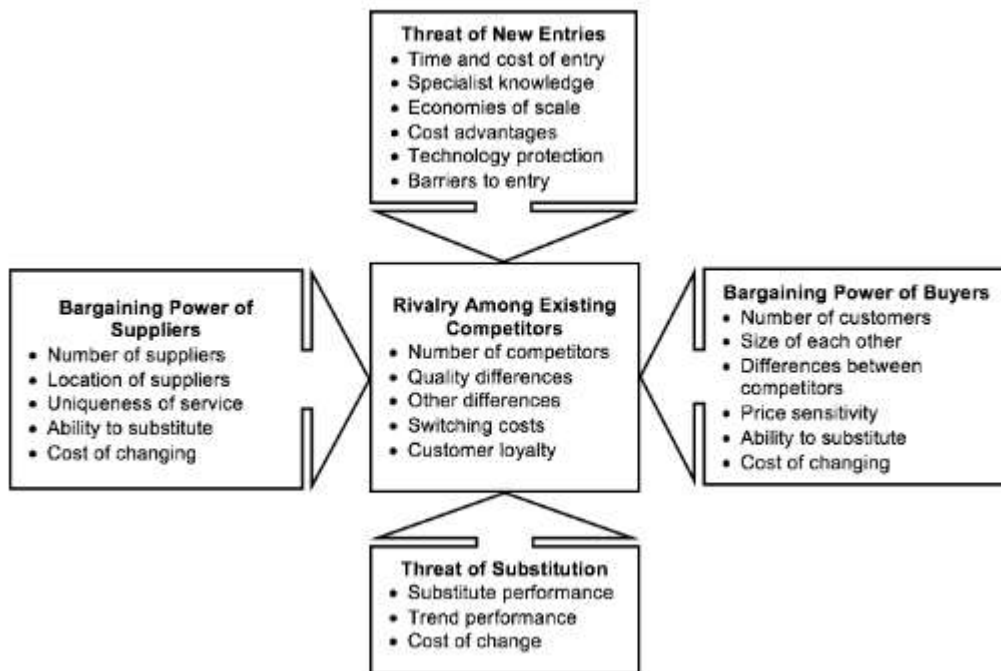
Analisis TOWS mendorong organisasi untuk berpikir secara strategis dan mempertimbangkan berbagai kombinasi faktor internal dan eksternal. Ini membantu dalam menghasilkan strategi kreatif dan proaktif daripada hanya bereaksi terhadap lingkungan eksternal. Dengan menganalisis persimpangan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, organisasi dapat mengidentifikasi

strategi unik yang selaras dengan kemampuan dan dinamika pasar (Wehrich, 1982). Salah satu manfaat utama dari analisis TOWS adalah kemampuannya untuk memberikan pendekatan sistematis untuk pengambilan keputusan strategis. Ini memungkinkan organisasi untuk mengevaluasi berbagai opsi strategis dan memilih yang paling tepat berdasarkan sumber daya internal dan keadaan eksternal mereka. Selain itu, analisis TOWS memfasilitasi penyesuaian kapabilitas internal dengan kondisi eksternal, sehingga menghasilkan strategi yang lebih efektif dan efisien.

Kesimpulannya, analisis TOWS dibangun di atas dasar analisis SWOT dan menyediakan kerangka kerja komprehensif bagi organisasi untuk mengembangkan wawasan strategis dan rencana aksi (Dyson, 2004; Wehrich, 1982). Dengan mengintegrasikan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal, organisasi dapat mengidentifikasi opsi strategis unik yang memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengurangi ancaman. Pendekatan analitis ini memungkinkan organisasi untuk membuat keputusan berdasarkan informasi dan mengembangkan strategi yang selaras dengan tujuan mereka dan lingkungan pasar yang dinamis.

1.4.4 The Five Force Model

The Five Forces Model atau *Porter's five forces* berfungsi sebagai kerangka dasar untuk menganalisis dinamika persaingan dalam suatu industri. Model ini memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi daya tarik dan daya saing industri. Dengan menilai lima kekuatan yang berperan secara sistematis, organisasi dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika industri mereka dan membuat keputusan strategis yang terinformasi. Porter (1985) mendefinisikan 5 kekuatan, yaitu ancaman pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman produk atau jasa pengganti dan intensitas persaingan kompetitif.



Gambar 1.1 Ilustrasi Five Force Model

Kekuatan pertama dalam The Five Forces Model adalah ancaman pendatang baru. Kekuatan ini menyoroti hambatan yang dihadapi perusahaan baru saat memasuki suatu industri. Menurut Porter (1985) hambatan tinggi, seperti skala ekonomi, kepemilikan teknologi, atau loyalitas merek yang kuat, dapat membatasi masuknya pesaing baru dan membantu menjaga profitabilitas pemain yang ada. Sebaliknya, hambatan yang rendah dapat mengintensifkan persaingan, karena pendatang baru dapat dengan mudah memantapkan diri dan menantang perusahaan yang sudah mapan.

Kekuatan kedua adalah daya tawar pemasok. Pemasok memainkan peran penting dalam memberikan masukan kepada organisasi. Menurut Porter (Porter, 1985) ketika pemasok memiliki kendali yang signifikan atas pasokan sumber daya utama atau memiliki keahlian unik, mereka dapat menggunakan daya tawar yang lebih besar. Hal ini dapat menyebabkan harga input yang lebih tinggi atau keterbatasan pasokan, mengurangi profitabilitas organisasi. Di sisi lain, ketika pemasok memiliki kekuatan yang terbatas, organisasi dapat menegosiasikan persyaratan yang lebih menguntungkan dan mempertahankan profitabilitas yang lebih tinggi.

Kekuatan ketiga adalah daya tawar pembeli. Pembeli, atau pelanggan, memegang kekuasaan ketika mereka dapat mempengaruhi persyaratan transaksi atau beralih dengan mudah ke produk atau layanan alternatif. Porter (1985) menjelaskan di saat pembeli memiliki banyak pilihan, mereka dapat menuntut harga yang lebih rendah atau kualitas yang lebih tinggi, memaksa organisasi menjadi lebih kompetitif. Namun, jika organisasi dapat membedakan penawaran mereka atau membangun loyalitas pelanggan, mereka dapat mengurangi daya tawar pembeli dan mempertahankan profitabilitas.

Kekuatan keempat adalah ancaman produk atau jasa pengganti. Kekuatan ini mempertimbangkan ketersediaan solusi alternatif yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang sama. Keberadaan pengganti dapat membatasi kekuatan penetapan harga organisasi dan mengikis pangsa pasar mereka (Porter, 1985). Oleh karena itu, organisasi harus memantau dan beradaptasi dengan pengganti yang muncul untuk mempertahankan keunggulan kompetitif mereka.

Kekuatan terakhir adalah intensitas persaingan kompetitif. Kekuatan ini mencerminkan tingkat persaingan di antara para pemain yang ada dalam industri tersebut. Faktor-faktor seperti jumlah dan keragaman pesaing, tingkat pertumbuhan industri, dan diferensiasi produk mempengaruhi persaingan kompetitif (Porter, 1985). Intensitas persaingan yang tinggi dapat menyebabkan perang harga, peningkatan upaya pemasaran, dan penurunan margin keuntungan. Memahami dan mengelola persaingan kompetitif sangat penting bagi organisasi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, Five Forces Model memberikan kerangka komprehensif untuk menganalisis lanskap kompetitif suatu industri (Bruijl, 2018; Porter, 1985). Dengan mempertimbangkan interaksi kekuatan-kekuatan ini, organisasi dapat mengidentifikasi peluang, mengantisipasi ancaman, dan mengembangkan strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan industri mereka. Penilaian rutin terhadap kekuatan ini membantu organisasi tetap gesit dan mempertahankan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang.

1.5 Sistematikan Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka teori dan sistematikan penulisan

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menjelaskan lebih jauh bagaimana profil perusahaan, sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan serta struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan

BAB III PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas temuan dari penerapan topik penelitian dan kesesuaian dengan kegiatan kerja praktek yang dilakukan

BAB IV PENUTUP

Bab ini bersisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan

