

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

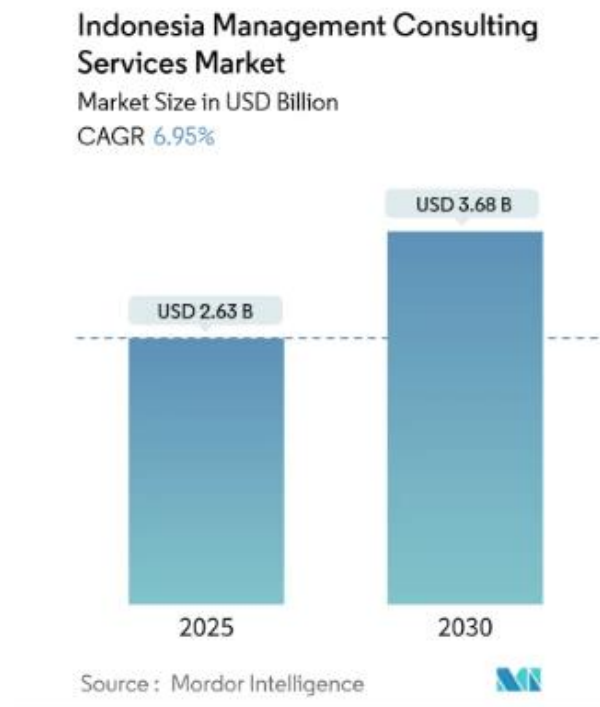
Dalam beberapa tahun terakhir, persaingan bisnis global semakin ketat seiring dengan perubahan cepat yang dipengaruhi oleh faktor geopolitik dan regulasi (WEF - World Economic Forum, 2025). Menurut WEF Global Risks Report (2023) melaporkan bahwa lebih dari 70% pemimpin bisnis mengidentifikasi ketidakpastian ekonomi dan regulasi sebagai risiko utama yang memengaruhi daya saing perusahaan. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk mencari strategi optimal untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja, salah satunya melalui pemanfaatan jasa konsultan manajemen. Konsultan berperan penting dalam menganalisis masalah, merumuskan strategi, dan mengimplementasikan solusi efektif, sehingga meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing secara keseluruhan. Oleh karena itu, konsultan diperlukan untuk membantu organisasi mengelola risiko secara efektif dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian (Kurniawan & Santoso, 2024).

Sebagai akibat dari meningkatnya kompleksitas dan tekanan global, penggunaan jasa konsultan manajemen terus bertambah karena perusahaan membutuhkan keahlian profesional, pandangan objektif, serta solusi inovatif untuk menghadapi transformasi digital dan meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan strategis (Crisan & Stanca, 2023; Blackman et al., 2025). Secara global, industri jasa konsultan menunjukkan perkembangan pesat, dengan nilai pasar mencapai sekitar USD 1,8 triliun pada tahun 2023

(Statista, 2024), yang mencerminkan tingginya kebutuhan perusahaan terhadap layanan konsultasi dalam meningkatkan daya saing. Namun, proses seleksi konsultan yang tepat masih menjadi tantangan, karena kesalahan dapat menimbulkan biaya tinggi dan hasil kurang optimal (Bronnenmayer et al., 2016). Kondisi ini tidak hanya dirasakan di negara-negara maju, tetapi juga berdampak signifikan di negara berkembang yang tengah menghadapi percepatan transformasi ekonomi.

Tantangan serupa juga terjadi di negara berkembang seperti Indonesia, di mana kompleksitas regulasi dan dinamika bisnis terus meningkat. Kebutuhan terhadap jasa konsultan manajemen juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Menurut laporan Mordor Intelligence, ukuran pasar konsultan manajemen Indonesia diperkirakan sebesar USD 2,63 miliar pada tahun 2025, dengan prediksi pertumbuhan mencapai USD 3,68 miliar pada tahun 2030. Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap transformasi bisnis, efisiensi operasional, serta pengembangan strategi untuk meningkatkan daya saing.

Gambar 1.1 berikut memperlihatkan tren pertumbuhan pasar konsultan manajemen di Indonesia dari tahun 2025 hingga 2030. Gambar yang menunjukkan data tersebut dapat dilihat di bawah ini:



Gambar 1. 1 Tren Pasar Jasa Konsultan Manajemen Indonesia (2025-2030)

Sumber: (Mordor Intelligence, 2025)

Selain pertumbuhan pasar, data jumlah perusahaan menunjukkan bahwa kompetisi di sektor ini cukup besar. Berdasarkan data (Smartsrapers, 2025), terdapat sekitar 3.232 perusahaan yang berfokus pada konsultan manajemen di Indonesia. Meskipun jumlah ini mencerminkan tingginya tingkat persaingan, hal ini juga mengindikasikan peluang yang relatif besar di segmen ini, khususnya untuk perusahaan yang mengkhususkan diri dalam melayani segmen usaha tertentu secara lebih profesional.

Salah satu faktor pendorong utama permintaan jasa konsultan di Indonesia adalah tantangan regulasi dan persyaratan perizinan usaha yang kompleks (Agustine et al., 2019). Menurut penelitian El Fajri & Astuti (2024), sebagian besar pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam proses

pengurusan izin usaha melalui sistem *Online Single Submission Risk Based Approach* (OSS RBA), terutama karena kurangnya pemahaman terhadap mekanisme daring dan prosedur birokrasi. Ibad & Lolita (2020) menekankan bahwa tumpang tindih antar regulasi merupakan penghalang terbesar bagi perkembangan usaha dan hasil survei nasional mengindikasikan bahwa 53% responden menganggap proses pengurusan izin pendirian usaha sebagai hal yang sulit (Ramadhani, 2020). Tantangan regulasi ini, sejalan dengan persoalan manajemen strategi lainnya seperti efisiensi operasional, perencanaan keuangan, dan pengembangan pasar, secara keseluruhan mendorong meningkatnya kebutuhan pelaku usaha terhadap jasa konsultan manajemen yang komprehensif dan profesional.

Sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, PT Uruzin Solusi Bisnis hadir sebagai penyedia jasa konsultan manajemen yang melayani berbagai segmen usaha dari mikro hingga perusahaan besar. Layanan yang disediakan mencakup dua kategori utama, yaitu konsultasi manajemen meliputi konsultasi strategi bisnis, manajemen operasional, perencanaan keuangan, serta strategi pemasaran, dan konsultasi regulasi usaha meliputi pembuatan badan hukum (PT, CV), sertifikat halal, BPOM, IMB, dan layanan notaris digital. Visi perusahaan adalah menjadi mitra terbaik dalam memberikan solusi manajemen yang inovatif dan andal, sementara misinya menekankan orientasi pada kepuasan klien, keahlian regulasi, inovasi berkelanjutan, integritas etis, serta kolaborasi tim untuk solusi komprehensif.

Kehadiran PT Uruzin Solusi Bisnis di pasar manajemen Indonesia terbukti mendapat sambutan positif dari pelaku usaha. Hal ini tercermin dari pertumbuhan jumlah klien baru yang terus meningkat dari tahun ke tahun, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1. 1 Jumlah klien Baru PT Uruzin Solusi Bisnis Per Bulan (2023-2025)

No	Bulan	Klien 2023	Klien 2024	Klien 2025
1	Januari	-	9	10
2	Februari	-	3	11
3	Maret	-	4	6
4	April	-	2	6
5	Mei	-	2	11
6	Juni	-	3	13
7	Juli	-	5	11
8	Agustus	-	9	9
9	September	-	8	-
10	Oktober	1	7	-
11	November	5	10	-
12	Desember	3	11	-
Subtotal Tahunan		9 (Okt-Des)	73 (Jan-Des)	77 (Jan-Agu)

Sumber: Data internal PT Uruzin Solusi Bisnis, (2023-2025), diolah oleh peneliti

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan klien baru dari 9 klien pada Oktober - Desember 2023 (periode awal operasi terbatas) menjadi 73 klien pada 2024, dan mencapai 77 klien pada Januari-Agustus 2025. Data ini mengindikasikan meningkatnya kepercayaan pelaku usaha terhadap layanan konsultan manajemen yang profesional, seiring dengan tuntutan memiliki legalitas yang lengkap untuk mengakses berbagai peluang bisnis, pembiayaan, dan kemitraan strategis. Namun demikian, pertumbuhan jumlah klien yang positif ini harus ditempatkan dalam konteks persaingan yang semakin ketat, di mana ribuan perusahaan konsultan manajemen bersaing untuk memperkuat

kepercayaan pelaku usaha yang semakin selektif dalam memilih penyedia jasa. Meskipun tren pertumbuhan klien ini menunjukkan hasil yang menggambarkan, pertumbuhan jumlah klien semata belum cukup menjamin keberlanjutan bisnis yang kompetitif. Diperlukan diferensiasi yang jelas agar perusahaan tidak hanya tumbuh, tetapi juga memiliki keunikan kompetitif yang membedakannya dari pesaing. Fluktuasi bulanan menunjukkan tantangan dalam menjaga stabilitas perolehan klien secara konsisten.

Meskipun pertumbuhan klien menunjukkan tren positif belum diimbangi dengan fondasi keunikan kompetitif yang kuat. Di tengah persaingan ketat dengan ribuan perusahaan konsultan manajemen di Indonesia, menurut pernyataan Direktur PT Uruzin Solusi Bisnis, perusahaan ini belum memiliki keunikan kompetitif dibandingkan dengan perusahaan sejenis di mata investor. Perusahaan ini masih dianggap sebagai penyedia layanan standar dalam bidang konsultasi manajemen, tanpa fokus spesifik pada segmen usaha tertentu yang dapat membedakannya dari kompetitor. Kondisi ini berpotensi mengurangi daya tarik perusahaan di mata investor. Selain itu, target pendapatan perusahaan juga belum tercapai, di mana pada tahun 2024 sebesar 1 miliar rupiah hanya terealisasi sebesar 640.488.725,00, dan pada tahun 2025 dengan target 2 miliar rupiah, hingga bulan Juni baru tercapai sebesar 367.668.800,00.

Belum tercapainya target pendapatan tersebut erat kaitannya dengan semakin selektifnya klien dalam memilih penyedia jasa konsultan manajemen. kondisi persaingan yang ketat mengharuskan klien untuk lebih cermat dan kritis dalam menentukan pilihan dengan mempertimbangkan berbagai aspek yang

kompleks. Kesalahan dalam pemilihan konsultan dapat mengakibatkan pemborosan sumber daya serta ketidakpuasan hasil layanan, khususnya pada bidang manajemen yang berkaitan dengan pengelolaan dan pengambilan keputusan bisnis. Namun, klien sering mengalami kesulitan dalam menilai kualitas konsultan karena karakteristik layanan tidak berwujud serta belum adanya standar atau *body of knowledge* yang terdokumentasi secara jelas, sehingga menimbulkan kebingungan dalam membedakan dan menilai berbagai faktor pertimbangan dalam memilih jasa konsultan manajemen (Sieweke et al., 2012).

Tantangan seleksi konsultan yang dihadapi klien ini pada akhirnya berdampak langsung pada kemampuan PT Uruzin Solusi Bisnis dalam memenangkan persaingan. Untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan klien dalam memilih konsultan, Teori Bauran Pemasaran (*Marketing Mix 7P*) yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2009, dalam Resmiatini & Imanika, 2020) menjadi kerangka teoretis yang relevan, teori ini menjelaskan bahwa keputusan konsumen dalam memilih jasa tidak hanya didasarkan pada aspek tradisional seperti *product* dan *price*, tetapi juga melibatkan elemen-elemen yang lebih komprehensif seperti *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Penelitian Išoraite (2021) menegaskan bahwa 7P sangat relevan untuk jasa karena karakteristik *intangible* (tidak berwujud), *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), dan *heterogeneity* (keberagaman) membuat klien lebih mempertimbangkan interaksi personal, proses layanan, dan bukti profesionalisme dalam pengambilan keputusan.

Dalam rangka mengidentifikasi faktor-faktor tersebut secara empiris, penelitian ini mengadaptasi variabel dari tiga penelitian utama. Pertama, Dawes et al., (1992) mengidentifikasi berbagai faktor yang menjadi dasar pertimbangan perusahaan dalam memilih jasa konsultan manajemen, mencakup aspek reputasi, rekomendasi, proposal tertulis, bantuan implementasi, dan biaya. Kedua, Gallay (2013) menambahkan dimensi penting terkait kualifikasi, kredibilitas konsultan yang memengaruhi kepercayaan klien. Ketiga, Jeon et al. (2016) secara empiris menjelaskan bahwa hubungan personal dan pengalaman industri memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsultasi, khususnya pada usaha kecil. Faktor-faktor yang tertanam dalam jaringan sosial seperti rekomendasi, kepercayaan, dan hubungan personal terbukti lebih kuat pengaruhnya dibandingkan faktor teknis semata. Namun demikian, studi empiris dalam konteks spesifik konsultan manajemen di Indonesia, khususnya yang melayani segmen usaha mikro hingga menengah, masih memerlukan eksplorasi lebih lanjut.

Karakteristik *intangible* jasa konsultan meliputi kepercayaan interpersonal, rekomendasi dari jaringan sosial, hubungan personal, integritas dan kredibilitas menyebabkan klien kesulitan mengevaluasi dan membandingkan kualitas penyedia jasa sebelum menggunakan layanan (Sieweke et al., 2012; Jeon et al., 2016). Tantangan ini semakin kompleks di era transformasi digital layanan manajemen, di mana klien memerlukan panduan untuk membedakan konsultan berdasarkan kriteria yang terukur dan relevan. Oleh karena itu, penelitian ini mengidentifikasi faktor-faktor dominan yang

memengaruhi keputusan klien dari perspektif *Marketing Mix 7P*, sehingga dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas pemasaran dan kualitas layanan.

Untuk memahami dan mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan klien dalam memilih jasa konsultan manajemen dari perspektif 7P, penelitian ini menggunakan analisis faktor karena metode tersebut mampu mereduksi sejumlah variabel menjadi beberapa faktor utama tanpa mengurangi informasi yang terkandung (Wirakusuma, 2022). Lebih dari sekedar reduksi variabe, hasil Exploratory Factor Analysis (EFA) dalam penelitian ini diharapkan dapat mengungkap dimensi keunikan kompetitif PT Uruzin Solusi Bisnis dari sudut pandang klien. Hal ini didasarkan pada konsep bahwa keunikan produk atau jasa merupakan konstruk laten yang dapat diidentifikasi melalui persepsi konsumen menggunakan EFA. Di mana indikator-indikator yang membentuk persepsi klien dapat dikelompokkan menjadi dimensi-dimensi keunikan yang membedakan satu peneyedia jasa dari pesaingnya (Handaru & Nindito, 2017; Franke & Schreier, 2008). Dengan demikian, temuan EFA tidak hanya menjawab pertanyaan tentang faktor apa yang dipertimbangkan klien, tetapi juga memberikan landasan empiris bagi PT Uruzin Solusi Bisnis untuk membangun keunikan kompetitif yang terukur dan relevan dari perspektif klien (Jaeger et al., 2017).

Berdasarkan adaptasi dari berbagai literatur yang relevan, penelitian ini mengidentifikasi sembilan faktor utama yang menjadi pertimbangan klien dalam memilih jasa konsultan manajemen, yaitu: reputasi umum konsultan,

rekomendasi klien yang puas, proposal konsultasi tertulis, bantuan implementasi, biaya total konsultan, kualifikasi konsultan, kredibilitas konsultan, hubungan personal dengan konsultan, dan pengalaman di industri klien. Kesembilan faktor ini dipilih berdasarkan relevansinya dengan konteks jasa konsultan manajemen di Indonesia dan kesesuaiannya dengan karakteristik PT Uruzin Solusi Bisnis. Oleh karena itu, penelitian yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Menjadi Pertimbangan dalam Memilih Jasa Konsultan Manajemen pada PT Uruzin Solusi Bisnis”** dilakukan untuk menjawab tantangan tersebut.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih jasa konsultan manajemen di PT Uruzin Solusi Bisnis?
2. Faktor manakah yang dominan dalam memilih jasa konsultan manajemen di PT Uruzin Solusi Bisnis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan maka tujuan dari penelitian adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih jasa konsultan manajemen di PT Uruzin Solusi Bisnis.

2. Mengidentifikasi faktor yang dominan dalam memilih jasa konsultan manajemen di PT Uruzin Solusi Bisnis.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun berbagai pihak terkait, sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran bagi PT Uruzin Solusi Bisnis mengenai pandangan klien terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan jasa konsultan. Temuan ini diharap dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengembangkan keunggulan yang membedakan perusahaan dari pesaing. Dengan begitu, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik di mata klien maupun calon investor, memperkuat strategi pemasaran, serta memperluas pangsa pasar.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran dan perilaku konsultan di Indonesia melalui metode survei kuantitatif dan analisis faktor. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi akademisi untuk memahami model pengambilan keputusan yang sesuai dengan perkembangan dunia bisnis dan strategi digital, serta mendorong penelitian lanjutan tentang faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan jasa konsultan.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori manajemen pemasaran, analisis data survei, dan perilaku konsumen yang

telah dipelajari selama kuliah. Selain itu, penelitian ini juga membantu penulis mengembangkan kemampuan riset dan berpikir kritis sebagai bekal dalam karier di bidang konsultan manajemen atau pemasaran.