

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat, terutama di sektor jasa.² Jasa terdiri dari berbagai macam, seperti jasa transportasi, jasa keuangan, jasa pendidikan, jasa kesehatan, jasa pariwisata, jasa percetakan, dan lainnya. Jasa percetakan menjadi salah satu sektor bisnis yang tetap relevan hingga saat ini di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Jasa percetakan merupakan sektor usaha industri kreatif yang memiliki banyak jenis, seperti sablon manual atau digital, *offset printing*, dan *digital printing*.³ Industri ini terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk cetak, baik untuk keperluan personal maupun bisnis.

Banyak bisnis yang memanfaatkan produk cetak sebagai bagian dari strategi pemasaran, komunikasi, dan *branding* mereka. Seperti, cetak kemasan, label, stiker, dan kartu nama yang berfungsi untuk memperkuat identitas merek. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga memainkan peran penting dalam membangun

² Trisda Derama and Muhammad Fikry Aransyah, "Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Analisis SWOT Dan Waspas Pada Jasa Percetakan Undangan Confetti Project," *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)* 8, no. 1 (2022): 18.

³ Anwar Fauzi Rohman and Syifa Pramudita Faddila, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Percetakan Cipta Ratu," *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 3, no. 3 (2023): 35.

kepercayaan konsumen. Misalnya, kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi terhadap kualitas produk dan menarik minat konsumen.

Di sisi lain, *event* dan promosi sering kali memerlukan berbagai materi cetak dalam jumlah besar, seperti spanduk, *billboard*, *banner*, dan brosur. Meskipun terdapat peningkatan pada penggunaan media digital untuk promosi, namun media cetak masih dianggap penting untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau konsumen. Hal ini dapat menjadi peluang yang signifikan bagi pelaku usaha percetakan.

Berdasarkan hasil observasi, berikut data usaha percetakan di Desa Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan:

Tabel 1.1 Data Usaha Percetakan di Desa Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan

No	Nama Pesaing	Alamat
1.	Ryan Computer (Print & Fotocopy)	Jl. Hasan Munadi No.21, Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan
2.	Alimedia Digital Printing	Jl. Wonokoyo Kulon, Wonokoyo, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan
3.	AA Printing	Dusun Sumber Tumpuk, Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan
4.	Taa'at Jaya Fotocopy	Jl. Wicaksono No.22, Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan
5.	EZ Print & Fotocopy	Jl. Wicaksono, Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan
6.	Venya Digital Print	Jl. Hasan Munadi, Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui bahwa terdapat 6 usaha percetakan di Gununggangsir, Kecamatan Beji, Kabupaten Pasuruan, diantaranya yaitu Ryan Computer (Print & Fotocopy), Alimedia Digital

Printing, AA Printing, Taa'at Jaya Fotocopy, EZ Print & Fotocopy, dan Venya Digital Print.

Venya Digital Print adalah salah satu usaha percetakan yang berlokasi di kabupaten Pasuruan dan telah beroperasi selama bertahun-tahun. Mereka mampu bertahan di tengah perkembangan teknologi dan persaingan yang semakin ketat dalam industri percetakan. Salah satu keunggulan yang membedakan Venya Digital Print dengan percetakan lainnya yaitu terdapat layanan cetak cepat yang memungkinkan konsumen mendapatkan hasil cetakan dalam waktu singkat dan bisa ditunggu. Layanan ini dapat menjadi nilai tambah bagi Venya Digital Print.

Keunggulan lain dari Venya Digital Print yaitu mampu menghasilkan warna yang akurat, menawarkan harga yang terjangkau, mengutamakan ketepatan waktu, tempat usaha milik pribadi, dan lokasinya yang strategis. Sedangkan, kelemahannya yaitu tidak memiliki *genset*, ukuran ruangan yang terbatas, spesifikasi mesin kurang tinggi, dan pemanfaatan media sosial yang kurang optimal.

Venya Digital Print menyediakan berbagai layanan cetak, seperti *banner*, spanduk, brosur, *billboard*, stiker, kartu nama, label nama, undangan, dan lainnya dengan harga yang terjangkau. Selain itu, mereka juga menawarkan layanan desain grafis. Lokasi Venya Digital Print cukup strategis, karena berada di pinggir jalan, dekat sekolah, dan balai desa Gununggangsir. Promosi yang dilakukan yaitu melalui WhatsApp dan *banner*. Venya Digital Print memiliki 5 orang karyawan. Proses pemesanan

produknya bisa melalui 2 cara, yaitu *offline* dan *online*. Bukti fisik dari Venya Digital Print yaitu terdapat beberapa alat produksi dan kebersihan toko yang terjaga.

Berdasarkan hasil pra-survei, Venya Digital Print menghadapi beberapa tantangan, seperti terdapat beberapa *customer* yang menawar harga atau meminta harga khusus (*discount*) padahal jumlah cetakan yang dipesan relatif kecil, seperti hanya 1 atau 2 cetakan saja. Selain itu, *customer* juga sering kali membandingkan layanan Venya Digital Print dengan percetakan lain. Hal ini salah satunya disebabkan oleh munculnya banyak usaha sejenis, sehingga memperbesar tingkat persaingan dalam industri percetakan.

Persaingan industri menjadi tantangan besar bagi setiap perusahaan. Persaingan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari harga, kualitas, hingga pelayanan. Agar dapat bersaing, perusahaan perlu menciptakan dan menerapkan strategi yang efektif untuk menarik perhatian konsumen serta menghasilkan produk yang diminati.⁴ Strategi menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan dan mengembangkan suatu usaha. Strategi yang baik memungkinkan pelaku usaha untuk merancang langkah-langkah yang tepat dalam mencapai tujuan.

Strategi yang dapat dilakukan yaitu strategi pemasaran. Pelaku usaha harus mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya berfokus

⁴ Putri Nur Amajida, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Percetakan CV. Az Print Banjarmasin" (Universitas Islam Kalimantan MAB, 2022).

pada penjualan, tetapi juga pada upaya membangun hubungan dengan pelanggan. Beberapa cara yang dapat dilakukan yaitu dengan menawarkan harga yang terjangkau, menjaga kualitas produk dan layanan agar konsumen merasa puas, serta melakukan promosi yang mampu menjangkau konsumen melalui berbagai saluran, baik digital maupun tradisional. Strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha pada umumnya dan bidang pemasaran pada khususnya.⁵

Salah satu komponen kunci dari strategi pemasaran adalah bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan gabungan dari beberapa variabel pemasaran yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.⁶ Bauran pemasaran mencakup berbagai elemen yang saling mempengaruhi, diantaranya yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), *promotion* (promosi), *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (bukti fisik). Salah satu cara untuk mengoptimalkan bauran pemasaran adalah dengan melakukan analisis SWOT.

Analisis SWOT dapat menjadi alat penting bagi perusahaan untuk memahami kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) yang dihadapi. Metode ini merupakan sebuah analisa yang cukup baik, efektif, dan efisien serta sebagai alat yang

⁵ Eva Liana Febrianti, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rhisya Percetakan Di Banjarmasin" (Universitas Islam Kalimantan MAB, 2021), 2.

⁶ Putri Sepfiani and Zuhrinal M Nawawi, "Analisis Marketing Mix Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rafijaya Fotokopi Di Kota Medan," *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 2, no. 1 (2023): 57.

cepat dan tepat untuk mengidentifikasi dan memahami peluang yang berkaitan dengan inovasi baru dalam bisnis.⁷ Dengan mengidentifikasi faktor-faktor ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih tepat dalam memanfaatkan peluang pasar dan mengatasi ancaman, sehingga mampu bertahan dan unggul di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam *literatur review* yang telah dilakukan pada kajian ini, peneliti menemukan celah atau sudut pandang baru yang dapat menjadi konteks dalam kajian seputar strategi pemasaran. Dari penelitian terdahulu yang telah dicermati, sebagian besar analisis SWOT yang digunakan untuk menentukan strategi pemasaran tidak mengaitkan atau berpedoman pada bauran pemasaran 7P. Sehingga, dalam penelitian ini mengaitkan analisis SWOT dengan bauran pemasaran 7P untuk menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif pada suatu usaha percetakan.

Peneliti memilih Venya Digital Print sebagai lokasi penelitian karena tempat ini belum pernah dijadikan objek penelitian sebelumnya. Selain itu, Venya Digital Print cukup dikenal oleh masyarakat di wilayah Gununggangsir. Hal ini menjadi dasar pertimbangan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan layak untuk dikaji lebih lanjut. Meskipun demikian, Venya Digital Print juga tetap mengalami beberapa tantangan atau hambatan. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat untuk mengatasi tantangan atau hambatan yang ada.

⁷ Friska Andriani et al., "Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak Dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 2 (2021): 2905.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti mengangkat judul “**Strategi Pemasaran pada Venya Digital Print Pasuruan dengan Menggunakan Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat***”. Penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui strategi pemasaran yang telah diterapkan serta faktor internal dan eksternal pada Venya Digital Print, yang nantinya digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi yang lebih tepat dalam menghadapi tantangan yang ada.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, maka dapat diambil fokus penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Venya Digital Print?
2. Bagaimana analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada Venya Digital Print?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks dan fokus penelitian diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh Venya Digital Print.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat pada Venya Digital Print.

D. Batasan Masalah

Batasan masalah berfungsi untuk membatasi ruang lingkup penelitian agar fokus pada masalah yang diteliti, mempunyai arah yang jelas, dan menghindari meluasnya pembahasan. Penelitian ini hanya akan membahas mengenai strategi pemasaran pada Venya Digital Print serta analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran atau bisnis. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan mengenai analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat, khususnya dalam konteks industri percetakan.

2. Secara Praktis

a. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur tambahan atau referensi yang relevan dalam bidang pemasaran atau bisnis.

Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah koleksi perpustakaan UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha mengenai penerapan analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan solusi dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, terutama bagi Venya Digital Print.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan, rujukan, atau referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik yang sejenis agar bisa terus berkembang dan memperoleh hasil yang maksimal.

d. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai analisis SWOT untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat pada suatu usaha.

F. Penegasan Istilah

Dalam hal ini untuk menghindari kesalahan penafsiran dan memberikan kejelasan pada suatu judul yang dipakai dalam skripsi ini, maka peneliti perlu memberikan penegasan terhadap beberapa istilah yang

terdapat dalam judul agar lebih mudah memahami isi dari penulisan ini, diantaranya yaitu:

1. Penegasan Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Strategi merupakan proses penetapan tujuan utama berjangka panjang serta sasaran dari suatu perusahaan, diikuti dengan pemilihan tindakan yang tepat dan alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut.⁸ Sedangkan, pemasaran merupakan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan serta mengkomunikasikan barang dan layanannya kepada konsumen atau pelanggan.⁹

Strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan yang diambil untuk mencapai tujuan dengan pemikiran yang inovatif dan kreatif untuk merespons perkembangan yang terjadi di dalam maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kepentingan dan masa depan perusahaan itu sendiri.¹⁰

b. Usaha Percetakan

Usaha percetakan merupakan sektor usaha industri kreatif yang memproduksi tulisan dan gambar pada media cetak. Usaha ini memiliki banyak jenis, seperti sablon manual atau digital, offset

⁸ Muhammad Anwar, *Pengantar Dasar Ilmu Manajemen*, Pertama. (Jakarta: Kencana, 2020), 26.

⁹ Lita Arfah, *Manajemen Pemasaran*, ed. Efitra, Pertama. (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), 1.

¹⁰ Marheni Eka Saputri et al., *Pengantar Manajemen Pemasaran*, ed. Miko Andi Wardana (Bandung: Intelektual Manifes Media, 2023), 5.

printing, dan *digital printing*. *Digital printing* yaitu metode cetak yang menggunakan teknologi digital untuk mencetak tulisan atau gambar pada berbagai media.

c. Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis yang berperan dalam merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan ini didasarkan pada logika yang dapat mengoptimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*) sekaligus mengurangi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).¹¹

2. Penegasan Operasional

Secara operasional penelitian ini bermaksud untuk menjelaskan mengenai analisis bisnis percetakan dengan cara mengevaluasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman pada Venya Digital Print untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

G. Sistematika Penulisan

1. Bagian awal

Bagian awal terdiri dari sampul luar, sampul dalam, persetujuan pembimbing, pengesahan, pernyataan keaslian tulisan, motto,

¹¹ Fajar Nur'aini Dwi Fatimah, *Teknik Analisis SWOT*, Pertama. (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2016), 8.

persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, abstrak, *abstract*.

2. Bagian inti

Bagian inti dalam penelitian ini terdiri dari beberapa bab diantaranya yaitu:

BAB I PENDAHULUAN. Bagian ini terdiri dari konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI. Bagian ini terdiri dari penjelasan teori dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN. Bagian ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN. Bagian ini terdiri dari paparan data dari hasil penelitian atau temuan penelitian mengenai profil usaha, struktur organisasi, strategi pemasaran yang telah diterapkan, serta faktor internal dan eksternal pada Venya Digital Print.

BAB V PEMBAHASAN. Bagian ini berisi sebuah pembahasan serta analisis data dari temuan yang sudah diteliti oleh peneliti.

BAB VI PENUTUP. Bagian ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran yang diberikan oleh peneliti.

3. Bagian akhir

Bagian akhir terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan biodata peneliti.