

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA
ROEMAH SABLON GOWA**

SKRIPSI



MUH. NUR IQBAL

NIM:105721100819

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR**

2023

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN:

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK PADA
ROEMAH SABLON GOWA**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

MUH.NUR IQBAL
NIM:105721100819

***Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi Dan Bisnis***

Universitas Muhammadiyah Makassar

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

MAKASSAR

2023

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Life is like riding a bicycle. To keep your balance, you must keep moving.

Hidup itu seperti mengendarai sepeda. Untuk menjaga keseimbangan,
Anda harus terus bergerak

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-Nya serta karunianya
sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil'alamin

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Kedua orang tuaku tercinta:

NURDIN DG GAMA

SYAMSINAR

Orang-orang yang saya sayang dan almamaterku

PESAN

“Mencoba dan terus berusaha itu akan lebih baik daripada berdiam
diri tidak melakukan apa-apa”

KESAN

Banyak hal menyenangkan yang saya dapatkan ketika berkuliah di
sini. Kampus ini membantu saya tumbuh menjadi pribadi yang lebih
baik dari sebelumnya.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Igra Lt. 7 Telp. (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Roemah Sablon
Gowa

Nama : Muh. Nur Iqbal
No. Stambul/Nim : 105721100819
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

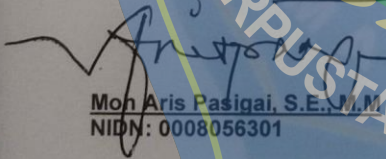
Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi strata (S1) pada tanggal 04 Juli 2023 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.


Makassar, 04 Juli 2023

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

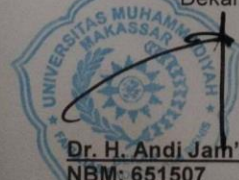

Moh Aris Pasigai, S.E., M.M.
NIDN: 0008056301

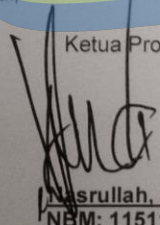

Ismail Rasulong, S.E., M.M.
NIDN: 0929037901

Mengetahui,

Dekan

Ketua Program Studi


Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651507


Nasrullah, S.E., M.M.
NBM: 1151132



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : Muh. Nur Iqbal, Nim : 105721100819 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 65.05/A.2-III/1445/2023 M, Tanggal 25 Muharram 1445 H/ 12 Agustus 2023 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 30 Muharram 1445 H
17 Agustus 2023 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M.Acc
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji :
 1. Dr. H. M. Najib Kasim, S.E., M.Si
 2. Dr. Ir Ahmad AC., ST., M.M
 3. Hj. Nurinayah., ST., M.M
 4. Masrullah., S.E., M.Ak

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651507



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 Telp (0411) 866972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Nur Iqbal
Stambuk : 105721100819
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Roemah Sablon Gowa

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 17 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,

Muh. Nur Iqbal

NIM: 105721100819

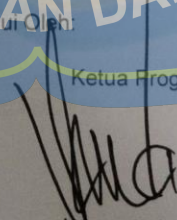
Diketahui Oleh:

Dekan



Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si
NBM: 651507

Ketua Program Studi



Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 1151132

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Muhammadiyah Makassar, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muh. Nur Iqbal
NIM : 105721100819
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Makassar **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Rumah Sablon Gowa

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Makassar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Makassar, 17 Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan,



Muh. Nur Iqbal

NIM: 105721100819

KATA PENGANTAR



Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul “Analisis strategi pemasaran produk pada Roemah Sablon Gowa”.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada orang tua/wali penulis Bapak Nurdin Dg Gama dan Ibu Syamsinar yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Nasrullah, S.E.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Moh Aris Pasigai, S.E., M.M, selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Ismail Rosulong, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan Asisten Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Manajemen Angkatan 2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
9. Kepada seluruh informan dan UMKM Roemah Sablon Gowa memberikan waktu serta informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada orang tua yang tidak henti-hentinya memberikan segenap kasih sayang serta dukungan baik moral maupun materi sehingga penulis bisa sampai pada penyelesaian studi ini.

11. Kepada Saudari Anggriana Irwan yang senantiasa turut andil kebersamai penulis menyelesaikan penelitian ini.
12. Kepada teman-teman yang telah memberi masukan dalam proses pembuatan Skripsi.
13. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan Skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa Skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan Skripsi ini.

Mudah-mudahan Skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater tercinta Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii Sabilil Haq, Fastabiqul Khairat, Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, 04 Juli 2023

Penulis

ABSTRAK

MUH.NUR IQBAL.2023. *Analisis Strategi Pemasaran Produk pada Roemah Sablon Gowa*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Moh Aris Pasigai dan Ismail Rosulong.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Roemah Sablon Gowa. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Dengan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian ini adalah Manajemen (pemilik/pemimpin) Percetakan Roemah Sablon Gowa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis lingkungan internal pada Roemah Sablon Gowa, maka percetakan tersebut memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor internal yang menjadi kekuatan bagi percetakan roemah sablon Gowa yaitu, memiliki semangat kerja karyawan tinggi, pelayanan yang baik, sudah memiliki pelanggan tetap, harga terjangkau, kualitas prdouk yang baik. adapun faktor internal yang menjadi kelemahan percetakan Roemah Sablon Gowa, kurangnya jumlah karyawan, produksi masih dilakukan secara manual, lahan parkir untuk pelanggan yang sempit. Sedangkan berdasarkan dari analisis lingkungan eksternal pada Roemah Sablon Gowa, percetakan ini memiliki peluang serta ancaman. Adapun faktor strategi eksternal yang menjadi peluang adalah, tinggi minat konsumen pada percetakan roemah Sablon Gowa, memiliki pelanggan yang tetap, loyalitas pelanggan. Sedangkan faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman, adanya persaingan usaha yang sejenis, persaingan harga yang kompetitif, adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi baru.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

MUH. NUR IQBAL. 2023. *Product Marketing Strategy Analysis at Roemah Sablon Gowa. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by: Moh Aris Pasigai and Ismail Rosulong.*

The purpose of this research is to find out the marketing strategy applied by Roemah Sablon Gowa. The type of research used in this research is qualitative. With data collection methods in the form of observation, interviews and documentation. The informant of this research is the Management (owner/leader) of the Gowa Roemah Sablon Printing. The results showed that the analysis of the internal environment at Roemah Sablon Gowa, the printing has strengths and weaknesses. The internal factors that become strengths for the Gowa screen printing house printing are, having high employee morale, good service, already having regular customers, affordable prices, good product quality. As for the internal factors that are the weaknesses of Roemah Sablon Gowa printing, the lack of number of employees, production is still done manually, parking space for customers is narrow. Meanwhile, based on an analysis of the external environment at Roemah Sablon Gowa, this printing house has both opportunities and threats. The external strategic factors that become opportunities are high consumer interest in Gowa Screen Printing House printing, having regular customers, customer loyalty. While external strategic factors that pose a threat, there is similar business competition, competitive price competition, changes in government policy regulations, new technological developments.

Keywords: *Marketing Strategy, MSME*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Masalah.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Pemasaran.....	5
2. Strategi Pemasaran.....	6
3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	8
B. Tinjauan Penelitian.....	10
C. Kerangka Pikir.....	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis Penelitian.....	19
B. Fokus Penelitian.....	19
C. Situs dan Waktu Penelitian.....	20
D. Jenis dan Sumber Data.....	20

E. Informan	20
F. Teknik Pengumpulan Data.....	22
G. Metode Analisis Data	22
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	24
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	24
1. Sejarah Singkat Percetakan Roemah Sablon Gowa	24
2. Visi dan Misi Percetakan Roemah Sablon Gowa	25
3. Struktur Organisasi Percetakan Roemah Sablon Gowa	25
4. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab	26
B. Hasil Penelitian	28
C. Pembahasan	37
D. Analisis SWOT	40
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	26



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Pedoman Wawancara Pihak Manajemen.....	21
Tabel 4.2 Kisi-kisi instrumen penelitian Strategi pemasaran Roemah Sablon Gowa	28
Tabel 4.3 Jenis Produk dan Bahan	31
Tabel 4.4 Harga Sablon Manual Plastison dan Kaos.....	32
Tabel 4.5 Harga PDH Lengan Panjang.....	32
Tabel 4.6 Harga Almamater.....	32
Tabel 4.7 Harga Jersey.....	33
Tabel 4.8 Harga Slayer dan Sablon Bahan American Drill.....	33
Tabel 4.9 Jenis Produk dan Bahan.....	39
Tabel 4.10 Matriks Analisis SWOT.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Coding Wawancara	54
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	56
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara.....	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Strategi pemasaran diperlukan pada berbagai lini usaha baik itu produk maupun jasa. Meski Strategi pemasaran produk atau barang berbeda dengan strategi pemasaran jasa. Bisnis jasa lebih cenderung memberikan pelayanan kepada konsumen yang diukur dari tingkat kepuasan konsumen yang diperolehnya. Strategi pemasaran disebut juga dengan membuat keputusan tentang biaya pemasaran dari anggaran pemasaran, dengan mempertimbangkan beberapa hal terkhusus kondisi lingkungan dan persaingan yang perlu diantisipasi setiap saat. Secara umum sukses tidaknya suatu usaha dilihat dari bagaimana UMKM atau perusahaan tersebut mampu memutuskan strategi pemasaran yang diterapkan dan tergantung juga pada analisis dan pengamatan yang tepat terhadap faktor yang mampu mempengaruhi strategi pemasaran yang diterapkannya. Setiap usaha harus mengetahui terlebih dahulu kelemahan dan kekuatan yang ada sehingga mampu mempersiapkan strategi dalam persaingan. Jika dalam strategi pemasaran sudah mampu menemukan posisi pemasaran yang menguntungkan bagi sebuah usaha atau UMKM maka dapat dikatakan bahwa strategi manajemennya sudah diterapkan dengan sangat baik. Akan tetapi, jika hal tersebut belum direalisasikan, UMKM Perlu menerapkan prinsip yang lebih unggul dari UMKM ataupun perusahaan yang lain seiring dengan persaingan yang ketat sehingga perusahaan atau UMKM perlu mendobrak kebiasaan lama yang tidak berhasil dan mengembangkan inovasi dalam

strategi pemasaran. Sebab, era sekarang bukan era produsen mampu memaksa kehendaknya pada konsumen, tetapi di era dimana konsumen memaksakan kehendaknya pada produsen (Rambe & Aslami, 2022).

Roemah Sablon Gowa merupakan Unit bisnis UMKM di Kabupaten Gowa yang bergerak dibidang fashion. Roemah Sablon Gowa berdiri pada tahun 2018. dan terletak di BTN Tamarunang Indah Block F6 No.25. Roemah Sablon gowa menawarkan produk berupa kaos dengan desain yang unik dan menarik serta menawarkan jasa pembuatan seragam kaos, PDH, dan Fashion kekinian sesuai dengan keinginan. Produk Kaos yang ditawarkan Roemah Sablon gowa terbuat dari jenis cotton combed (20s/24s/30s/).

Jasa sablon merupakan usaha yang sangat berkembang di Kabupaten Gowa sebab Gowa merupakan salah satu wilayah yang strategis bagi perantau yang hendak mencari kehidupan maupun menempuh pendidikan. Banyak kalangan yang senantiasa beralih profesi ke dunia bisnis karena bisnis merupakan sebuah pekerjaan yang cukup menjanjikan. Hal ini tentu menimbulkan persaingan bisnis yang sangat ketat. Persaingan yang mendorong produsen untuk menawarkan keunggulan yang tidak dimiliki oleh produsen lain. Termasuk dengan menawarkan desain yang unik, menarik, kreatif, serta inovatif. Sehingga diperlukan strategi pemasaran yang baik.

Dunia bisnis bagaikan sebuah jantung perekonomian. Arus globalisasi di Indonesia sudah tidak dipungkiri lagi masuk ke berbagai bisnis usaha, sehingga sudah saatnya segala kegiatan usaha serta mampu melakukan pembaruan dan perbedaan agar usaha tersebut tidak jauh ketinggalan oleh zaman terkhusus dalam bidang UMKM. Salah satu bagian terpenting dalam mengembangkan perekonomian suatu negara maupun daerah, terkhusus di

Indonesia ialah dengan mengembangkan UMKM. UMKM merupakan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi.

Perkembangan UMKM memberikan keistimewaan tersendiri dalam mengusahakan pertumbuhan ekonomi yang lebih baik sebab UMKM sangat menjanjikan menciptakan pertumbuhan dan lapangan kerja. Peranan UMKM yang besar tersebut mengharuskan performa UMKM itu harus ditingkatkan lebih baik lagi. UMKM yang mampu bertahan ialah UMKM yang senantiasa mampu menerapkan tata kelola manajemen secara baik. Secara umum, pengeolaan manajemen mencakup bidang pemasaran, produksi, sumber daya manusia (SDM) serta keuangan.

Konsep, strategi dan rancangan merupakan faktor keberhasilan sebuah UMKM. Analisis Strategi disebut juga “Segitiga Strategi”, yaitu : Pelanggan, Pesaing dan Perusahaan. Namun, Kebanyakan UMKM melakukan kegiatan usahanya hanya fokus terhadap pembuatan produk saja. UMKM seharusnya juga mampu memperhatikan strategi usaha guna mempertahankan usaha yang ada agar mampu bersaing secara nasional maupun internasional (Agustian et al., 2020).

Melihat uraian sebelumnya maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Produk Pada Roemah Sablon Gowa**”.

B.Rumusan Masalah

Melihat latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu, bagaimana analisis strategi pemasaran yang diterapkan Roemah Sablon Gowa?

C. Tujuan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Roemah Sablon Gowa.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan ilmu pengetahuan penulis terkhusus tentang strategi pemasaran produk pada roemah sablon gowa.
- b. Sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut terkait strategi pemasaran produk

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap penelitian ini mampu dijadikan Informasi dan bahan pertimbangan bagi UMKM dalam membuat keputusan strategi pemasaran yang lebih baik yang mampu meningkatkan daya saing suatu usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pemasaran

Pemasaran ialah suatu proses manajerial yang membuat sebuah individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menawarkan, menciptakan serta menukarkan sebuah jasa atau produk yang bernilai kepada pihak lain atau segala kegiatan menyangkut penyampaian produk atau jasa mulai dari produsen sampai ke konsumen.

Berikut merupakan beberapa definisi mengenai pemasaran:

- a. Pemasaran, suatu sistem menyeluruh dari kegiatan sebuah usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang ataupun jasa untuk memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Staton,2000).
- b. Pemasaran, sebuah proses dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan serta menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai antara satu dengan yang lain(Bovee, Houston, & Thill, 1995)
- c. Pemasaran, sebuah fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham (*American Marketing Association*).

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dari individu dan kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran nilai produk dengan pihak lain. Sehingga diharapkan mampu memberikan kepuasan terhadap konsumen. Proses pemasaran dimulai jauh sebelum barang-barang diproduksi. Pemasaran tidak dimulai pada saat selesainya sebuah proses produksi dan berakhir pada saat penjualan dilakukan akan tetapi proses pemasaran ialah proses yang terus berlanjut dalam kegiatan usaha (Ngatno, 2017).

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan kegiatan memasarkan sebuah produk, baik itu barang maupun jasa dengan menggunakan pola perencanaan dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan jauh lebih tinggi. Strategi pemasaran dapat diartikan sebagai upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai sebuah tujuan karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Ada tiga faktor penentu nilai harga barang dan jasa, yaitu:

- a. Produksi
- b. Pemasaran
- c. Konsumsi

Pada dasarnya tujuan akhir dari sebuah pemasaran akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Ada 5 Konsep Strategi Pemasaran:

- a. Segmentasi Pasar, setiap konsumen memiliki sebuah kebutuhan yang berbeda-beda sehingga perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang bersifat heterogen menjadi satuan pasar yang bersifat homogen.

b. *Market Positioning*, tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar. Sehingga perusahaan harus mempunyai pola spesifik untuk mendapatkan posisi yang kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen paling menguntungkan diantara beberapa segmen.

c. *Market Entry Strategy*, adalah strategi perusahaan untuk bisa masuk pada segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakukan adalah

- a) Membeli perusahaan lain
- b) Internal Development
- c) Kerja Sama dengan perusahaan lain

d. *Marketing Mix Strategy*, adalah kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan dan pendapat konsumen. Beberapa variabel tersebut diantaranya,

- 1) *Product*
- 2) *Price*
- 3) *Place*
- 4) *Promotion*
- 5) *Participant*
- 6) *Process*
- 7) *People*
- 8) *Physical Evidence*

e. *Timing Staretyg*

Pemilihan waktu dalam pemasaran sangatlah penting untuk diperhatikan. Perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik

dibidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat dalam mendistribusikan produk kepasar (Fawzi,et.al, 2022).

3. Usaha Mikro Kecil Menengah

Menurut UUD 1945 yang dikuatkan melalui TAP MPR No. XVI/MPR-RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha mikro, kecil, dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategi untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibuatlah pengertian UMKM melalui Undang-Undang No. 9 Tahun 1999 dan perkembangan yang semakin dinamis maka diubahlah ke UU No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah. Maka Pengertian UMKM adalah sebagai berikut.

- a. Usaha Mikro, ialah usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang.
- b. Usaha kecil, ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang tertuang dalam undang-undang.
- c. Usaha menengah, ialah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang tidak berupa anak perusahaan atau cabang dari perusahaan yang dimiliki, dikuasai,

atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjual tahunan sesuai undang-undang.

d. Usaha Besar, ialah usaha yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah aset bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha bersama, dan usaha asing yang berkegiatan ekonomi di Indonesia.

e. Dunia usaha, ialah usaha mikro, kecil, menengah, dan besar yang berkegiatan ekonomi di Indonesia serta berdomisili di Indonesia.

Berdasarkan kesimpulan, yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) adalah sebuah unit kegiatan usaha produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua lini perekonomian. (Hanım, 2018).

B. Tinjauan Empiris

Penelitian terdahulu dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian, perspektif ilmiah, dan sebagai pengarah dalam pengumpulan serta pengelolaan data selanjutnya, dengan ini penelitian terdahulu yang menjadi acuan penulis untuk mencari dan mengkaji skripsi yang ada tersebut yaitu antara lain :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1.	Gheany Andrea Taroreh, Lisbeth Mananeke, Ferdy Roring	Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander pada Pt. Bosowa Berlianmotor Kairagi	Metode penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang telah diterapkan PT. Bosowa Berlian Motor Kairagi berupa bauran pemasaran yang di dalamnya terdiri dari produk, harga, promosi tempat, orang, proses, dan bukti fisik berdampak meningkatkan penjualan Mitsubishi Xpander. Bagi PT. Bosowa Berlian Motor Kairagi, sebaiknya memberikan perhatian yang lebih terhadap Sumber Daya yang ada. SDM yang ramah dan cekatan dalam menawarkan produk kepada pelanggan akan memberikan nilai tambahan sehingga pelanggan pun terpengaruh untuk membeli mobil Mitsubishi Xpander Mitsubishi Xpander di PT. Bosowa Berlian Motor Kairagi.
2	Feibe Kereh, Altje L, Tumbel dan Sjendry S.R Loindong (2018)	Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha SAM Ratulangi	Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan fenomenologi	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan berupa bauran pemasaran yang dalamnya berupa produk, harga, promosi, tempat, orang, proses dan

				bukti fisik berdampak terhadap peningkatan penjualan. Sehingga sebaiknya tetap memelihara dengan baik bauran pemasaran yang sudah diterapkan.
3	Rizky Ananda Ariza dan Nuri Islami (2021)	Analisis Strategi Pemasaran Usha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini yaitu, bahwa industri kuliner, fashion, dan tour and travel menggunakan nilai tambah dan strategi diferensiasi untuk produk dan layanan mereka, serta pendekatan harga yang kompetitif. Di industri perdagangan, di sisi lain, mereka lebih cenderung menggunakan strategi harga untuk bersaing di pasar dan memilih ceruk pasar untuk mengembangkan target pasar mereka.
4	Yuni Afandrianti Maulida dan Habiburahman (2022)	Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada UMKM Keripik Sumber Rezeki)	Penelitian Kualitatif	akibat analisis SWOT, UKM Keripik Sumber Rezeki menggunakan taktik SO sebab berada di Kuadran I yaitu menggunakan memanfaatkan kekuatan buat menangkap peluang ada, menggunakan memanfaatkan UKM Keripik Sumber Rezeki buat mempertinggi kualitas produk, buat

				menarik konsumen supaya membeli pada jumlah banyak, menjaga loyalitas pelanggan buat mempertinggi penjualan serta laba usaha, menjaga kebersihan serta pelayanan baik, mempertinggi pelayanan baik buat menarik lebih banyak pelanggan, bekerja sama dengan baik menggunakan pemasok, serta menjaga pengelolaan keuangan baik.
5	Lila Bismala (2014)	Analisis Strategi Pemasaran pada UMKM di Sumatera Utara untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM	Penelitian Kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan secara umum UMKM belum mengaplikasikan manajemen pemasaran, namun masih berdasarkan pemahaman dan pengetahuan yang diketahui saja
6	Syamsudin Noor (2014)	Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang (Studi Kasus pada PT. Astra International Tbk,-Daihatsu Malang)	Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi produk berada pada koordinat 3,582 dan 3,551. Koordinat tersebut terletak pada kuadran I yang mendukung strategi pertumbuhan dengan konsentrasi melalui integrasi vertikal. Dari matrik SWOT dapat kita lihat strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan pemasaran dan volume penjualan

				<p>Daihatsu Luxio yaitu meningkatkan hubungan kerjasama dengan pihak bank dan leasing, menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan serta sumber daya perusahaan.</p> <p>Diharapkan dengan strategi yang diterapkan tersebut pangsa pasar Daihatsu Luxio meningkat dan volume penjualan dapat meningkat. Disarankan pada PT Astra International Tbk. – Daihatsu Malang sebaiknya meninjau kembali faktor-faktor yang menjadi kelemahan dari Daihatsu Luxio, maka kedepannya diharapkelemahan-kelemahan tersebut dapat berkurang sehingga kepuasan pelanggan dapat meningkat dan tentunya volume penjualan dapat meningkat. Untuk mempertahankan posisi Daihatsu Luxio, PT Astra International Tbk. – Daihatsu Malang hendaknya terus meningkatkan kualitas di segala bidang yang mempengaruhi Daihatsu Luxio dari segi internal maupun eksternal.</p>
--	--	--	--	--

7	Nyoman Padma Widyantara dan Gusti Agung Ketut Sri Ardani (2017)	Analisis Strategi Pemasaran Telur yam (Studi Kasus di Desa Pesedahan dan Desa Bugbug, Kabupaten Karangsem)	Penelitian Kualitatif	Berdasarkan hasil analisis ditemukan bahwa posisi perusahaan berada pada kuadran I. Ini berarti posisi perusahaan sangat menguntungkan. Peternakan ayam petelur di Desa Pesedahan dan Desa Bugbug memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif
8	Iston Dwija Utama (2019)	Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era digital di Kota Bandung	Penelitian Kualitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa untuk industri kuliner, fashion, serta tour and travel, mereka memberikan nilai tambah dan diferensiasi pada produk dan layanan yang diberikan, sedangkan dalam sisi harga, mereka menerapkan harga yang kompetitif dan bersaing. Berbeda dengan industri trading, mereka lebih banyak menggunakan strategi harga yang bersaing dan kompetitif, selain itu mereka juga memiliki pasar sasaran yang

				<p>cenderung mengarah pada niche market agar produk mereka dapat diterima oleh pasar. Penerapan teknologi juga lebih banyak digunakan pada industri kuliner, fashion, serta tour and travel melalui website dan media sosial untuk menjalin hubungan baik dan berkomunikasi dengan konsumen para serta audiences.</p>
9	Akhmad Fahrur Rozi (2017)	Analisis Strategi Pemasaran pada Djawa Batik Solo	Penelitian Kualitatif	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan sudah sesuai dengan prosedur untuk meningkatkan daya saing.</p>
10	Mirza Fahmi, Akhmad Baihaqi dan Irwan A Kadir (2013)	Mirza Fahmi, Akhmad Baihaqi dan Irwan A Kadir (2013)	Penelitian Kualitatif	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa dapat dirumuskan beberapa kesimpulan : 1) Faktor Internal dalam Pemasaran yang berpengaruh dibidang Industri Bergendaal koffie ialaha, kualitas, promosi, harga, kryawan, pangsa pasar, lokasi, teknologi serta sumber daya manusia. Dengan kelebihan utama adalah kualitas. 2)Faktor-faktor eksternal pemasaran</p>

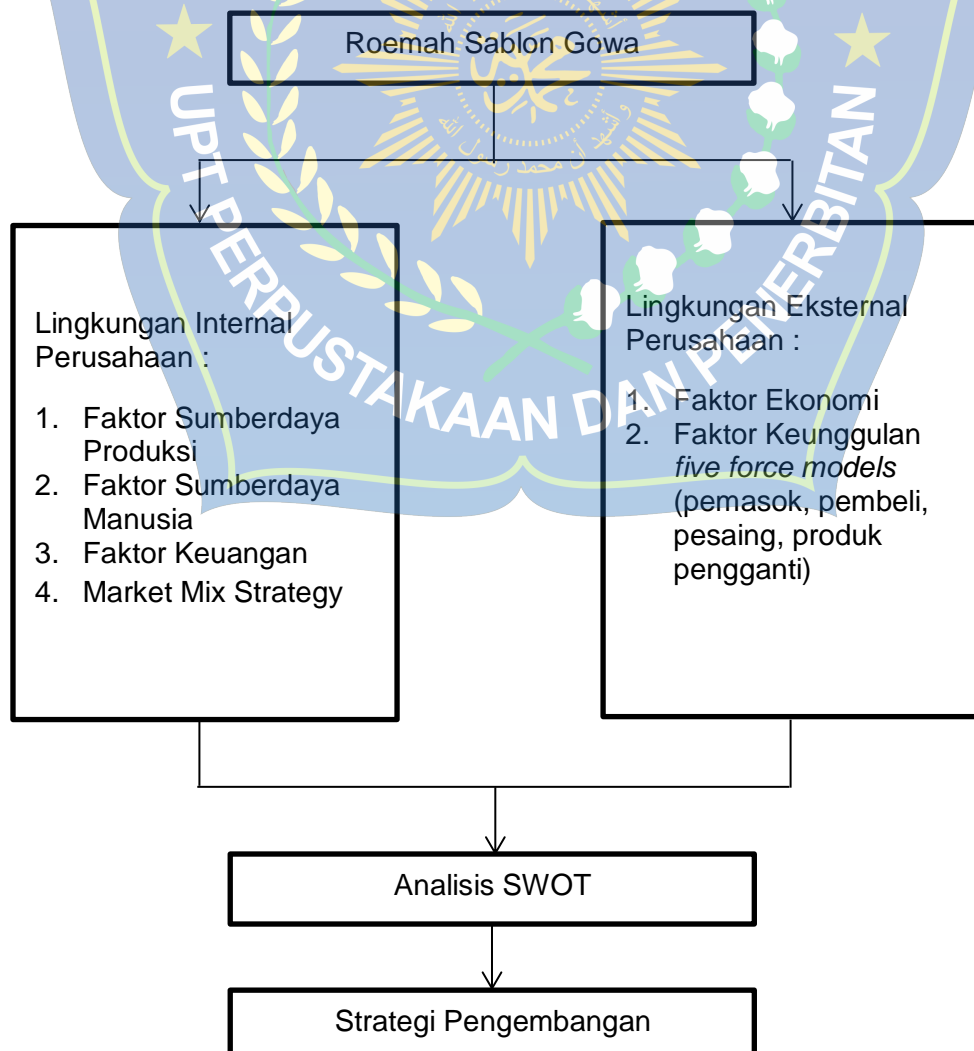
				<p>yang mempengaruhi di industri Bergendaal Koffie yaitu faktor peluang dengan sub faktor kemudahan memperoleh bahan baku, permintaan terhadap kopi meningkat, adanya mitra kerja baru, meningkatnya pemasaran produk kopi olahan, dan model pemasaran yang semakin dinamis, sedangkan faktor yang menjadi ancaman adalah peraturan pemerintah, stabilitas ekonomi, banyaknya produk palsu di pasaran, dan banyaknya pesaing.</p>
--	--	--	--	---

Sumber: Hasil *Literatur Review* oleh Penulis

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka berfikir disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Kerangka berfikir merupakan aargumentasi kita dalam merumuskan hipotesis, maka kerangka berpikir menggunakan logika deduktif (untuk metode kuantitatif) dengan memakai pengetahuan ilmiah sebagai premis-premis dasarnya. Kerangka berfikir adalah buatan kita sendiri, yaitu cara kita berargumentasi dalam merumuskan hipotesis. Argumentasi itu harus analitis, sistematis, dan menggunakan teori yang relevan.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Kerangka pikir ini diawali dengan identifikasi visi, misi, serta tujuan perusahaan. Kemudian peneliti mengidentifikasi faktor serta fungsi internal dan eksternal yang harus dan perlu dipertimbangkan perusahaan dalam pemilihan alternatif strategi. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk menilai hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk menentukan hal yang menjadi peluang serta ancaman bagi perusahaan. Kemudian dari hasil tersebut dirumuskan konsep strategi yang baik untuk perusahaan.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Yusuf, 2014). Pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambar kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Yusuf, 2014). Anggito dan setiawan (2010), mengemukakan bahwa kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui dan menjelaskan secara menyeluruh mengenai visi, misi dan tujuan organisasi serta mengidentifikasi lingkungan perusahaan dalam menetapkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman utama yang dihadapi oleh percetakan Roemah sablon gowa serta untuk memperoleh strategi dan prioritas alternatif strategi pada matriks SWOT.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi studi kualitatif sekaligus membatasi penelitian guna memilih mana data yang relevan dan

mana tidak relevan (Moleon, 2010). Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini lebih didasarkan pada tingkat kepentingan/urgensi dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Penelitian ini akan difokuskan pada “Analisis Strategi Pemasaran Terhadap UMKM Roemah Sablon Gowa” yang objek utamanya merupakan usaha kecil menengah (UKM).

C. Situs dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Roemah Sablon Gowa yang berlokasi BTN.Tamarunang Indah Block F6 No.25,Gowa, Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa percetakan Roemah Sablon Gowa merupakan salah satu usaha dibidang media cetak dan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, sehingga perlu melakukan perumusan strategi pengembangan bisnis.

D. Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan datasekunder yang bersifat kualitatif serta berasal dari sumber internal dan eksternal perusahaan. Data primer diperoleh langsung dari pihak manajemen atau pemilik dan pelanggan dari Roemah Sablon Gowa melalui wawancara, laporan internal perusahaan, pengamatan secara langsung (observasi). Datasekunder diperoleh melalui literatur ataupun studi pustaka yang mendukung penelitian. Data tersebut bersumber dari data surat kabar, situs-situs internet, buku teks manajemen strategis, perpustakaan dan data-data dari beberapa instansi terkait lainnya.

E. Informan

- a. Adapun Informan dari penelitian ini berjumlah 3 orang ialah Pihak manajemen, *Marketing Executive* dan *kepala Produksi* Roemah Sablon Gowa.

Tabel 3. 1 Pedoman Wawancara Pihak Manajemen

No	Pertanyaan Wawancara
1	<p>Audit manajemen</p> <p>a. Apakah struktur organisasi yang anda terapkan sudah sesuai? b. Apakah deskripsi kerja dan spesifikasi pekerjaan sudah jelas?</p>
2	<p>Produksi Percetakan</p> <p>a. Apa saja yang diproduksi usaha percetakan ? b. Bagaimana Proses Produksi percetakan? c. Apa fasilitas, perlengkapan mesin usaha dalam baik?</p>
3	<p>Keuangan</p> <p>a. Bagaimana memperoleh modal usaha ? b. Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?</p>
4	<p>Sumber Daya Manusia (SDM)</p> <p>a. Berapa jumlah karyawannya? b. Apakah semangat kerja para karyawan tinggi? c. Apa masalah ketenagakerjaan yang dihadapi?</p>
5	<p>Bauran Pemasaran</p> <p>a. Produk - Jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan roemah sablon gowa? - Apakah ada pengklasifikasian produk?</p> <p>b. Harga - Siapa Menentukan Harga? - Bagaimana cara penetapan harga tersebut?</p> <p>c. Tempat/Distribusi - Pada segmen manakah usaha percetakan roemah sablon gowa? - Apakah usaha pecetakan telah menetapkan targetting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki?</p> <p>d. Promosi - Kegiatan apa saja yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan roemah sablon Gowa? - Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?</p>

6	Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan Roemah Sablon Gowa

F. Teknik Pengumpulan

Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung, melihat dan mengambil suatu data yang dibutuhkan di tempat penelitian itu dilakukan. Observasi juga bias diartikan sebagai proses yang kompleks.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka langsung dengan narasumber dengan cara tanggung jawab langsung. Wawancara dilakukan pemilik perusahaan dan pelanggan dari percetakan Remah Sablon Gowa. Pelanggan memiliki peran penting dalam kemajuan penelitian

3. Dokumentasi

Suatu pengumpulan data dengan cara melihat langsung sumber-sumber dokumen yang terkait. Dengan arti lain bahwa dokumentasi sebagai pengambilan data melalui dokumen tertulis maupun elektronik digunakan sebagai mendukung kelengkapan data yang lain.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Analisis SWOT merupakan alat yang penting untuk membantu manajemen mengembangkan empat tipe strategi, yaitu SO (*Strengths-Opportunities*), WO (*Weaknesses- Opportunities*), ST (*Strengths-Threats*), dan WT (*Weaknesses- Threats*). Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Strategi ST menggunakan kekuatan perusahaan untuk menghindari atau mengurangi pengaruh dari ancaman eksternal. Strategi SWOT adalah taktik *defensive* yang diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Percetakan Roemah Sablon Gowa

UMKM mempunyai peran yang sangat penting bagi pertumbuhan perekonomian di Indonesia, sehingga pengembangan UMKM Perlu mendapatkan perhatian lebih dari pemerintah maupun masyarakat agar perkembangan lebih kompetitif bersama pelakulainnya.

Percetakan adalah proses industri untuk produksi massal Menulis dan menggambar, khususnya dengan tinta di atas kertas, menggunakan a printer. Percetakan merupakan bagian penting dari penerbitan dan pencetakan dan pencetakan acara. Banyak buku, surat kabar, brosur dan selebaran Majalah masa kini biasanya dicetak menggunakan proses cetak offset. Gambar yang akan dicetak dicetak pada lembaran kemudian dipindahkan ke pelat cetak. Warna masing-masing dapat ditumpangkan dengan beberapa pola warna piring offset demi satu

UMKM percetakan roemah sablon gowa berdiri sejak 2018. Pemilik bisnis percetakan roemah sablon gowa Munawir Latief. Orderan pertama percetakan roemah sablon gowa yaitu orderan baju pengkaderan salah satu jurusan di universitas negeri islam alauddin. Tahun 2019, mulailah naik perlahan lahan dikenal dikhalayak mahasiswa percetakan roemah sablon gowa. Hasil prodok dari percetakan roemah sablon gowa yaitu menyediakan kaos dan berupa jasa sablon cetak,bordir, dan jenis percetakan. Dari awal berdirinya pada tahun 2018 sampai sekarang Bisnis

percetakan ini terus berkembang yang ditandai oleh bertambahnya jumlah karyawan, bertambahnya jumlah alat cetak sablon serta konsumen semakin banyak hingga sampai saat ini.

2. Visi dan Misi percetakan Roemah Sablon Gowa

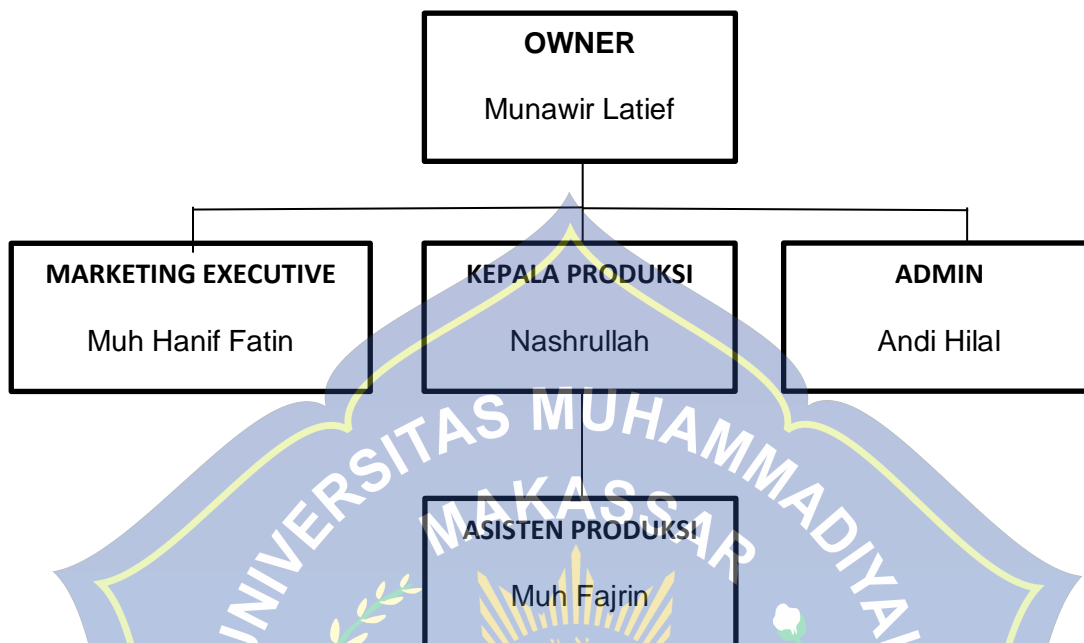
Melalui hasil observasi penelitian ini, visi dan misi dalam sebuah Sangat penting bahwa organisasi juga memandu tujuan organisasi langkah-langkah yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan, visi dan misi Tujuan harus dikomunikasikan dengan baik kepada semua pihak visi dan realisasi visi. Saat dibentuk dan diimplementasikan Ungkapan visi, misi dan tujuan memiliki efek positif Pencapaian tujuan dan sasaran organisasi.

Percetakan Roemah Sablon memiliki visi, misi dan tujuan yang jelas dan tertulis. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik didapatkan bahwa visi Percetakan Roemah Sablon Gowa yaitu, "Menjadikan industri sablon dan kaos polos terbesar dan profesional di Indonesia timur yang berdaya saing di pasar lokal maupun nasional", dan misi Percetakan Roemah sablon Gowa yaitu, "memberi layanan dan kualitas terbaik kepada customer, mengedepankan keberkahan di tiap aktivitas usaha, menciptakan suasana kerja yang nyaman bagi tim kerja dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar."

3. Struktur Organisasi Percetakan Roemah Sablon Gowa

Struktur organisasi merupakan tingkatan atau susunan yang meliputi pembagian tugas, fungsi dan peran anggota organisasi sesuai dengan kedudukannya. Tujuan dari struktur ini adalah untuk memfasilitasi proses kerja setiap elemen organisasi agar bekerja secara efektif, efisien dan optimal.

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



4. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

b. Pimpinan Perusahaan (owner)

Pimpinan Percetakan Roemah Sablon Gowa adalah Munawir Latief, yang merupakan juga pemilik Roemah Sablon Gowa, memiliki wewenang dalam merencanakan strategi dan mengambil keputusan untuk kelangsungan usaha. Pimpinan usaha memiliki tugas dalam menetapkan rencana kerja, menentukan produk yang diproduksi, membeli bahan baku, asesoris serta peralatan. Selain itu pimpinan Roemah Sablon Gowa bertanggung jawab dalam proses produksi, menetapkan harga produk, mengkoordinir penjualan, memegang keuangan dan menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja maupun konsumen.

c. Marketing Executive

Bagian *Marketing Executive* percetakan Roemah Sablon Gowa adalah Muh Nur Fatin. *Marketing Executive* bertugas untuk

mengembangkan strategi marketing sebuah brand atau perusahaan. Tugasnya mulai dari menulis artikel, menguasai SEO, bertemu calon klien, menganalisis target audiens, sampai juga mempresentasikan ide dan strategi-strategi marketing.

d. Kepala Produksi

Bagian Kepala Produksi percetakan Roemah Sablon Gowa adalah Nashrullah. Bertanggung jawab dan mengawasi pelaksanaan proses produksi, mulai dari bahan baku awal sampai menjadi barang jadi. Menjaga dan mengawasi agar mutu bahan baku dalam proses dan mutu barang jadi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan.

e. Admin

Bagian Admin Percetakan Roemah Sablon Gowa adalah Andi Hilal. Seorang kerja administrasi bertugas untuk mencatat serta memeriksa status data penjualan yang telah masuk dan yang belum masuk dengan tujuan untuk mempermudah dalam menindaklanjuti kekurangannya. Menginputkan data penjualan sehari-hari secara cermat benar dan juga relevan.

f. Asisten Produksi

Bagian Asisten produksi Percetakan Roemah Sablon Gowa adalah Muh Fajrin. Asisten Produksi (PA) adalah seorang yang bertanggung jawab atas segala kebutuhan program, membantu mempersiapkan kebutuhan produksi serta mengatur keuangan program acara. proses pra produksi, hingga pasca produksi. Baik bertanggung jawab atas proses teknis, maupun non teknis.

B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu pendekatan pemecahan masalah dengan berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka, diperoleh antara lain dari berbagai informasi- informasi mengenai Percetakan Roemah Sablon gowa.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data skunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan wawancara dan diskusi terfokus (FGD) secara langsung dengan pemilik atau Percetakan Roemah Sablon Gowa. Dan data skunder yaitu data yang diperoleh dari studi pustaka yang mendukung penelitian. Data tersebut bersumber dari data surat kabar, situs-situs internet, buku teks manajemen strategis di perpustakaan yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Data dari hasil penelitian ini, didapatkan dari melalui wawancara biasa yang dilakukan oleh peneliti. Dimana informan yang melakukan wawancara adalah Pihak manajemen (pemilik/ pemimpin) percetakan Roemah Sablon Gowa. Adapun hasil wawancara oleh pihak manajemen (pemimpin/pemilik) usaha Percetakan Roemah Sablon Gowa.

Tabel 4.2 Kisi-kisi instrumen penelitian Strategi pemasaran Roemah Sablon Gowa

Variabel Penelitian	Indikator
Strategi pemasaran Roemah Sablon Gowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Audit manajemen 2. Produksi Percetakan 3. Keuangan 4. Sumber daya manusia (Sdm) 5. Bauran Pemasaran 6. Kenggulan, peluang dan ancaman dari percetakan Roemah Sablon Gowa 7. Strategi Pemasarannya

Informan oleh pihak manajemen (prmpimpin/pemilik) usaha percetakan Roemah Sablon Gowa atas nama Munawir Latief, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa indikator pertanyaan sebagai berikut.

1. Audit Manajemen Percetakan Roemah Sablon Gowa

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada bapak Munawir Latief selaku pemimpin/pemilik usaha percetakan Roemah Sablon Gowa menanyakan tentang bagaimana Audit manajemen yang dimiliki oleh usaha percetakan Roemah Sablon Gowa. Dari indikator pertanyaan tersebut bapak Munawir memberikan jawaban sebagai berikut.

“Sampai saat ini Struktur Organisasi yang diterapkan usaha kami sudah sesuai dengan tugasnya masing-masing, yang dimana saya sendiri sebagai owner (pemilik/pemimpin) usaha percetakan ini sekaligus juga yang memegang kendali dalam setiap progres pengerjaan dan bagian devisa *Marketing Executive* Muh Hanif Fatin, devisa Admin Andi Hilal, devisa produksi Nashrullah dan Muh Fajrin. Karyawan memiliki pekerjaan masing-masing semua melaksanakan pekerjaannya sesuai tanggung jawab masing-masing.

2. Produksi percetakan Roemah Sablon Gowa

Kemudian peneliti lebih lanjut melakukan wawancara kepada informan mengenai apa saja yang diproduksi dalam usaha percetakan, serta bagaimana proses [roduksi percetakan Roemah Sablon Gowa? Dan apa fasilitas,perlengkapan mesin dalam kondisi baik?Beliau menjawab

“Pertama yang dilakukan itu mendesain gambar di aplikasi, kemudian gambar yang sudah di buat di print, mengaduk screen sablon dengan obat screen, memindahkan gambar yang tadi diprint ke screen sablon yang telah diberi obat, kemudian sediaan media yang akan disablon, setelah itu masukkan tripleks yang sudah di lem meja kedala kaos, ambil pasta yang ingin digunakan kemduain tuangkan kedalam screen. Letakkan screen diatas media yang akan disablon, tarik perlahan pasta yang ada discreen dengan menggunakan rakel. Percetakan Roemah Sablon Gowa menawarkan beberapa produksi kepada masyarakat yaitu antara lain, desain sablon baju,kaos,pdh,slayer dan jersey. Tetapi yang paling banyak permintaan pelanggan yaitu Sablon baju.”

3. Keuangan Percetakan Roemah Sablon Gowa

Modal mempunyai peranan yang penting dan selalu diperlukan sebagai langkah awal mendirikan sebuah usaha. Peneliti melanjutkan penelitian lebih lanjut dengan menanyakan kepada informan mengenai bagaimana usaha percetakan memperoleh modal usaha serta bagaimana perkembangan kondisi keuangan bisnis usaha? Beliau menjawab bahwa:

“Modal awal yang digunakan dalam mendirikan usaha percetakan roemah sablon gowa berasal dari bantuan keluarga pemilik. Didalam pengelolaan keuangan percetakan roemah sablon gowa masih menggunakan pembukuan secara sederhana, setiap pembelian yang dilakukan dicatat oleh admin. Pembayaran secara langsung diberikan kepada admin. Namun, pembayaran secara kredit ditransfer pada rekening pemilik usaha. Sehingga tidak diketahui secara jelas berapa kenaikan pendapatan dari tahun ke tahun akan tetapi secara umum Percetakan Roemah Sablon Gowa mengalami peningkatan pendapatan jika dilihat dari segi perkembangan percetakan roemah sablon gowa. Pengelolaan keuangan belum melakukan pembukuan secara terperinci. Pengeluaran pribadi dan pengeluaran produksi tidak ada perhitungan yang terpisah.”

4. Sumber Daya Manusia Percetakan Roemah Sablon Gowa

Berdasarkan indikator wawancara selanjutnya yang dilakukan peneliti terkait sumber daya manusia dalam usaha percetakan yaitu, berapa jumlah karyawan?, bagaimana semangat kerja para karyawan? Dan apa masalah yang sering dihadapi karyawan?

Sumber Daya Manusia yang terdapat di UMKM Percetakan Roemah Sablon Gowa berjumlah Lima orang, yaitu Munawir Latif sebagai Owner atau Pimpinan usaha memiliki tugas dalam menetapkan rencana kerja, menentukan produk yang diproduksi, membeli bahan baku, asesoris serta peralatan. Selain itu pimpinan Roemah Sablon Gowa bertanggung jawab dalam proses produksi, menetapkan harga produk, mengkoordinir penjualan, memegang keuangan dan menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja

maupun konsumen. Muh. Hanif Fatin sebagai *Marketing Executive*, bertugas untuk mengembangkan strategi marketing sebuah *brand* atau perusahaan. Tugasnya mulai dari menulis artikel, menguasai SEO, bertemu calon klien, menganalisis target audiens, sampai juga mempresentasikan ide dan strategi-strategi marketing. Nashrullah sebagai Kepala Produksi Bertanggung jawab dan mengawasi pelaksanaan proses produksi, mulai dari bahan baku awal sampai menjadi barang jadi. Menjaga dan mengawasi agar mutu bahan baku dalam proses dan mutu barang jadi sesuai dengan standar yang telah ditetapkan perusahaan. Semua memiliki tupoksi masing-masing dalam menjalankan tugasnya.

Semangat kerja karyawan lumayan tinggi dikarenakan karyawan saling support serta pemilik usaha juga turut memberikan fasilitas yang baik. Adapun masalah yang sering terjadi yaitu ketika orderan menumpuk, karyawan harus ekstra bekerja sehingga terkadang semua karyawan harus bekerja tidak sesuai tupoksi dalam artian saling membantu satu sama lain mengerjakan orderan yang menumpuk.

5. Bauran Pemasaran Percetakan Roemah Sablon Gowa

a) Produk

Berdasarkan hasil wawancara terkait produksi yang terdapat pada usaha percetakan, kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai jenis produk apa saja yang dihasilkan pada percetakan roemah sablon gowa?, Apakah terdapat pengklasifikasian produk? Berikut adalah jawaban dari hasil wawancara bapak Munawir selaku informan peneliti.

“Adapun produk yang dihasilkan pada percetakan ini yaitu, menerima pelayanan jasa sablon, kaos, PDH, slayer serta Jersey. Terkait pengklasifikasian, semua produk sudah di klasifikasikan sesuai dengan *typenya*.”

Tabel 4.3 Jenis Produk dan Bahan

Jenis Produk	Bahan
Kaos	Cotton combad dari kapas
PDH	American Drill
Slayer	American Drill
Jersey	Kain malino

b) Harga

Harga berupa sejumlah uang sebagai sebuah alat tukar dalam memperoleh produk maupun jasa. Harga dapat dikatakan sebagai penentu nilai suatu produk dalam benak seorang pembeli atau konsumen. Setiap usaha harus menetapkan harga secara tepat. Selanjutnya dalam informasi yang didapatkan peneliti dengan memberikan pertanyaan tentang siapa yang menentukan harga?, Serta bagaimana penetapan harga tersebut? Informan menjawab sebagai berikut.

“Dalam penentu harga, saya sendiri sebagai owner yang menentukan harga. Akan tetapi harga yang ditentukan sesuai dengan *type* kain dan *designnya*. Serta tergantung pada jumlah orderan yang masuk. Penetapan harga usaha percetakan Roemah Sablon Gowa pada tiap produksinya.”

1) Sablon Manual Plastisol + Kaos

Tabel 4.4 Sablon Manual Plastisol + Kaos

Jumlah Order	Harga
12-24 Pcs	Rp. 65.000
25-60 Pcs	Rp. 63.000
61-99 Pcs	Rp. 61.000
>100 Pcs	Rp. 58.000
>500 Pcs	Rp. 56.000

2) PDH Lengan Panjang

Tabel 4.5 PDH Lengan Panjang

Jumlah Order	Harga
12-23 Pcs	Rp. 140.000
24-60 Pcs	Rp. 135.000
61- 100 Pcs	Rp. 130.000
>100	Rp. 125.000

3) Almamater

Tabel 4.6 Almamater

Jumlah Order	Harga
12-23 Pcs	Rp. 140.000
24-60 Pcs	Rp. 135.000
61- 100 Pcs	Rp. 130.000
>100	Rp. 125.000

4) Jersey Sublim dan Stelan

Tabel 4.7 Jersey Sublim dan Stelan

Jumlah Order	Stelan + Sablon	Sublim
12 Pcs	Rp. 130.000	Rp. 150.000
50 Pcs	Rp. 125.000	Rp. 145.000

5) Slayer + Sablon bahan *American Drill***Tabel 4.8 Slayer + Sablon bahan *American Drill***

Jumlah Order	Harga
15-39 Pcs	Rp. 45.000
40-99 Pcs	Rp. 40.000
>100 Pcs	Rp. 35.000

c) Tempat/Distribusi

Peneliti selanjutnya memberikan pertanyaan kepada informan mengenai Pada segmen manakah usaha percetakan Roemah Sablon Gowa? Beliau menjawab sebagai berikut: Segmentasi pasar yaitu usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis produk tertentu dan dengan bauran pemasaran tertentu. Dasar-dasar utama pengelompokan pasar, yaitu pertama variabel geografi diantaranya wilayah, ukuran daerah, ukuran kota, kepadatan iklim. Kedua variabel demografi diantaranya umur, keluarga, siklus hidup, pendapatan,

pendidikan dan lain-lain. Ketiga adalah variabel psikologis diantaranya kelas sosial gaya hidup, kepribadian. Keempat adalah variabel perilaku pembeli, diantaranya manfaat yang dicari, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan, siap pada produk. Informa pun mengerti apa yang peneliti jelaskan beliau menjawab;

“Percetakan Roemah Sablon Gowa membagi segmen pasarnya berdasarkan wilayah kota makassar dan gowa serta gaya hidup pelangganya, dan dari jawaban informan tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa usaha Percetakan Roemah Sablon Gowa berada pada segmen variabel geografis dan variabel psikologis”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai apakah usaha percetakan telah menetapkan targetting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki? Beliau menjawab.

“Target pasar Roemah sablon Gowa adalah pelanggan atau masyarakat yang memiliki komunitas dan organisasi yang membutuhkan kaos sablon untuk event,sekolah,kampus tahun ajaran baru yang mencari sablon kaos untuk seragam olahraganya dan suatu instansi dan perusahaan yang memiliki banyak karyawan”.

d) Promosi

Setelah peneliti melakukan wawancara tentang tempat/ distribusi Percetakan Roemah Sablon Gowa kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai Kegiatan promosi seperti apa yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan Roemah Sablon Gowa? Serta Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?. Informa pun menjawab:

“Kegiatan promosi yang dilakukan usaha Roemah Sablon Gowa dengan cara memperkenalkan dan memberitahukan dari mulut kemulut serta senantiasa mengikuti event-event berupa pameran. Kalau soal media yang digunakan Roemah Sablon Gowa dalam mempromosikan usaha ini dengan menggunakan media promosi di sosial media seperti Instagram, facebook,twitter serta tiktok.”

6. Keunggulan, peluang dan ancaman dari Roemah Sablon Gowa

Berdasarkan kegiatan wawancara yang telah dilakukan kepada informan tentang keunggulan peluang dan ancaman apa saja yang dihadapi percetakan Roemah Sablon Gowa, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- a. Karakteristik bisnis percetakan sangat berbeda dibandingkan bisnis lainnya. Hal ini disebabkan karena bisnis percetakan adalah sebuah bisnis berdasarkan pesanan masing-masing konsumen, sehingga produk/jasa yang dihasilkan sangat variatif dan mempunyai ciri pembeda dengan produk/jasa dari bisnis lainnya. Maka Usaha percetakan membuat proses produksi berdasarkan sistem pesanan, sehingga hasil produk akan sangat berbeda antar konsumen, bersifat sangat fleksibel, variatif dan menuntut kreatifitas yang tinggi.
- b. Dengan banyaknya pesaing, maka pihak manajemen harus dapat memenangkan persaingan untuk mempertahankan bahkan menguatkan posisinya di pasar. Untuk itulah diperlukan sebuah analisa mengenai Kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman dari usaha percetakan The Bejos Screen Printing tersebut. Hasil peneliti dengan melakukan diskusi terfokus mengenai keunggulan, peluang dan ancaman The Bejos Screen Printing dengan beberapa pelanggan dan pihak manajemen menunjukkan bahwa :
 - 1) Kekuatan bisnis percetakan Roemah Sablon Gowa adalah pada tingkat pelayanan, kreativitas desain serta Kualitas produksi gambar desain yang bagus dengan mengutamakan keinginan pelanggan, Mengganti produk yang rusak dengan yang baru apabila ada cacat, Modal awal yang digunakan untuk membuka usaha adalah dari

tabungan pribadi, Adanya keakraban antara pemilik toko dengan karyawan sehingga karyawan memberikan tenaganya untuk bekerja secara maksimal dan sudah memiliki beberapa pelanggan tetap.

- 2) Kelemahan bisnis percetakan Roemah Sablon Gowa yang saya dapat dari pihak manajemen dan pelanggan percetakan Roemah Sablon Gowa yaitu, Belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, Lokasi bisnis dan Lahan Parkir Untuk Pelanggan Yang Terbatas, Pemasaran dan kegiatan promosi belum meluas dan belum dilakukan secara maksimal dan kurangnya jumlah karyawan.
- 3) Peluang bisnis percetakan yaitu Tingginya minat konsumen pada percetakan Roemah Sablon Gowa, dapat lebih cepat mengembangkan usahanya karena menggunakan modal sendiri, memiliki pelanggan yang tetap, Dapat membuka usaha sejenis di tempat lain untuk menguasai pasar, Dapat melakukan strategi promosi yang lebih baik untuk menarik banyak konsumen, dan Memperluas saluran distribusi dan pemasaran untuk bisa meningkatkan penjualan sehingga pendapatanpun akan bertambah.
- 4) Ancaman bisnis percetakan roemah sablon Gowa, Persaingan usaha sejenis yang ketat, pemilik sulit untuk mengetahui secara pasti perkembangan usaha dari bulan ke bulan karena belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, belum maksimalnya promosi maka dikhawatirkan tidak adanya perkembangan pembeli baru yang akan datang, berkembangnya teknologi baru.

7. Strategi pemasaran Percetakan Roemah Sablon Gowa

Keberhasilan usaha akan sangat ditentukan oleh kemampuan usaha Percetakan Roemah Sablon Gowa untuk memasarkan usaha bisnis percetakannya. Kemudian peneliti lebih menggali informasi kepada informan dengan mempertanyakan tentang strategi yang digunakan dalam memasarkan produk Percetakan Roemah Sablon Gowa? Beliau menjawab Jadi terkait Strategi pemasaran dalam bisnis percetakan Roemah Sablon Gowa pasti terdapat persaingan antara Bisnis percetakan yang sejenis lainnya, sehingga dalam menghadapi persaingan tersebut, bisnis Percetakan Roemah Sablon Gowa memberikan pelayanan, kualitas produksi dan harga yang terbaik bagi pelanggan tetap maupun pelanggan baru. Selain itu, Roemah Sablon Gowa juga selalu memberikan diskon dengan orderan diatas 1 lusin mendapatkan 1 buah produk sesuai tipe pemesanan secara *free*.

Dalam strategi pemasaran percetakan Roemah sablon Gowa itu ada beberapa dikenal 4P, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat(*place*) dan promosi (*promotion*). Strategi dalam bidang pemasaran yang dilakukan pemilik bisnis percetakan Roemah Sablon Gowa dari produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi, dan dilihat dari dari sudut pandang strategi segmentasinya dan target pasarnya ada juga dilihat dari sisi posisinya.

C. Pembahasan

Hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti bahwa penerapan strategi pemasaran percetakan Roemah Sablon Gowa sudah dilakukan dengan baik. akan tetapi masih terdapat kekurangan. Pemilik usaha menghadapi masalah yaitu lokasi bisnis dan lahan parkir pelanggan yang

terbatas sebab lokasi percetakan berada diperumahan dengan jalan sempit tanpa lahan kosong disekitarnya sehingga jika kendaraan pelanggan diparkir dipinggir jalan akan mengganggu aktivitas kendaraan lain yang ingin keluar masuk dilorong perumahan.

Strategi Pemasaran UMKM Percetakan Roemah Sablon Gowa sudah berusaha memaksimalkan hasil sablon dengan kualitas yang baik sesuai keinginan pelanggan. Walau dalam percetakan sebagian masih menggunakan cara manual serta printing. Usaha percetakan Roemah Sablon Gowa selalu berusaha mengerti dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Strategi pemasaran UMKM Percetakan Roemah Sablon Gowa sudah tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.

Adapun Strategi pemasaran yang digunakan dalam UKM percetakan The Bejos Screen Printing terdiri dari strategi sementasi pasar, penetapan target pasar (*targeting*), dan *positioning* selain itu juga menggunakan marketing mix jasa yang berupa *product, price, place, and promotion*.

1. STP (Segmentasi, *targeting*, *positioning*) Roemah Sablon Gowa

Percetakan ini membagi segmennya berdasarkan letak variabel geografis yaitu wilayah Makassar dan Gowa, serta pada variabel psikologis yaitu kelas sosial dan gaya hidup pelanggan. Setiap segmen, manager berperan dalam membuat rancangan secara efektif. Percetakan Roemah Sablon Gowa memiliki organisasi dan tupoksi yang jelas sehingga tugas pekerjaan masing-masing sesuai deskripsi kerja meski dalam kegiatan mendesak harus kolektif kolegial. Adapun sasaran konsumen percetakan ini adalah masyarakat mahasiswa, siswa, serta masyarakat secara luas yang membutuhkan jasa sablon. Walau fasilitas

belum terlalu mudah, seta karyawan masi sedikit percetakan roemah sablon gowa selalu berusaha memberikan kualitas produk yang baik.

Target pasar percetakan ini adalah pelanggan yang memiliki komunitas, seperti mahasiswa, siswa serta yang membutuhkan kaos sablon untuk event-event. Positioning Percetakan Roemah Sablon Gowa adalah berdasarkan kesempatan khusus, melawan usaha sejenis dengan meningkatkan pelayanan yang baik kepada konsumen, memberikan kebebasan konsumen dalam memilih jenisain, sablon dan gambar dan memuaskan pelanggan dengan hasil sablon yang berkualitas.

2. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Percetakan Roemah Sablon Gowa

a) Produk

Adapun jenis produk dengan klasifikasi bahannya yaitu,

Tabel 4.9 Jenis Produk dan Bahan

Jenis Produk	Bahan
1. Kaos	Cotton combad dari kapas
2. PDH	American Drill
3. Slayer	American Drill
4. Jersey	Kain malino

Jenis bahan yang digunakan dipilih pemilik dalam produksi barangnya agar kualitas yang diberikan kepada konsumen relatif baik serta sesuai dengan kenyamanan konsumen.

b) Harga (*Price*)

Harga yang ditetapkan percetakan Roemah Sablon Gowa tergantung pada jumlah pesanan pelanggan, selain itu jika pelanggan membeli barang sebanyak 2 lusin maka akan ada *free* satu barang sejenis yang diberikan kepada pelanggan.

c) Tempat (*Place*)

Percetakan Roemah sablon gowa beralamat di BTN Tamarunang Indah *Block* F6 No.25.

d) Promosi

Percetakan Roemah Sablon Gowa dalam menentukan promosi menggunakan sistem perkenalan dari mulut ke mulut, serta memanfaatkan relasi yang ada. Tidak hanya itu, percetakan roemah sablon gowa juga senantiasa selalu mengikuti kegiatan event pameran. Adapun media promosi yang digunakan percetakan ini yaitu dengan mengandalkan platform Digital seperti instagram, facebook, twiter, serta tiktok.

D. Analisis SWOT

1. Faktor internal

a) Kekuatan (*Strenght*)

- 1) Faktor sumber daya manusia (SDM), semangat kerja karyawan tinggi serta karyawan memberikan pelayanan yang baik.
- 2) Faktor sumber daya produksi, kualitas produksi gambar terbilang bik dengan mengutamakan keinginan pelanggan serta pilihan gambar desain yang kreatif dan beragam.
- 3) Faktor Pemasaran, memiliki pelanggan tetap, melakukan promosi secara langsung serta melalui platform digital, lokasi usaha dekat dengan pusat kota Makassar dan Gowa.
- 4) Faktor keuangan : modal usaha berasal dari keluarga, harga produk relatif terjangkau, adanya sistem free bagi pelanggan yang membeli minimal dua lusin produk.

b) Kelemahan (*Weakness*)

- a) Faktor Sumberdaya manusia yaitu masih terkendala dalam jumlah karyawan sebab karyawan masih sedikit di percetakan ini.
- b) Faktor sumberdaya produksi, kegiatan produksi masih minim dalam memproduksi secara modern, teknologi yang kurang.
- c) Faktor Pemasaran, pemasaran yang dilakukan belum meluas bahkan belum menjangkau sulawesi selatan secara umum, lahan parkir yang tidak tersedia sehingga menyulitkan pelanggan untuk berkunjung ke Roemah sablon Gowa.
- d) Faktor keuangan, pencatatan belum baik karena pengelolaan uang tunai dipegang oleh admin, sedangkan jika ada yang membayar via transfer melalui rekening pribadi pemilik, pengeluaran pribadi dan perusahaan belum dipisahkan.

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (*Opportunities*)

- 1) Faktor ekonomi, tingginya minat konsumen pada percetakan Roemah Sablon Gowa yaitu, sudah memiliki pelanggan yang tetap, harga terjangkau bagi pelanggan
- 2) Faktor sosial,budaya dan lingkungan, kepercayaan pelanggan, memiliki kerja sama yang baik kepada pelanggan, hubungan antar wilayah terjalin dengan baik.
- 3) Faktor Politik, pemerintah dan hukum, kebijakan pemerintah dalam memberikan dukungan pengembangan.
- 4) Faktor Teknologi, memiliki mesin cetak baru

b. Ancaman (*Threats*)

- 1) Faktor ekonomi, yaitu persaingan usaha sejenis, Persaingan harga yang kompetitif
- 2) Faktor sosial, budaya dan lingkungan, yaitu kegiatan promosi dan layanan inovatif dan menarik yang dilakukan pesaing, Pelanggan berpindah pada usaha percetakan lain.
- 3) Faktor politik, pemerintah dan hukum, yaitu adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah
- 4) Faktor teknologi yaitu, Perkembangan Teknologi baru.

Tabel Matriks 4.10 Analisis SWOT

Analisis Internal /	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<p>Analisis Eksternal</p>	<p>Faktor-faktor kekuatan</p> <p>a) Faktor sumber daya manusia (SDM), semangat kerja karyawan tinggi serta karyawan memberikan pelayanan yang baik.</p> <p>b) Faktor sumber daya produksi, kualitas produksi gambar terbilang baik dengan mengutamakan keinginan pelanggan</p>	<p>Faktor-faktor kelemahan</p> <p>a) Faktor Sumberdaya manusia yaitu masih terkendala dalam jumlah karyawan sebab karyawan masih sedikit di percetakan ini.</p> <p>b) Faktor</p>

	<p>serta pilihan gambar desain yang kreatif dan beragam.</p> <p>c) Faktor Pemasaran, memiliki pelanggan tetap, melakukan promosi secara langsung serta melalui platform digital, lokasi usaha dekat dengan pusat kota Makassar dan Gowa.</p> <p>d) Faktor keuangan modal usaha berasal dari keluarga, harga produk relatif terjangkau, adanya sistem free bagi pelanggan yang membeli minimal dua lusin produk.</p>	<p>sumberdaya produksi, kegiatan produksi masih minim dalam memproduksi secara modern, teknologi yang kurang.</p> <p>c) Faktor Pemasaran, pemasaran yang dilakukan belum meluas bahkan belum menjangkau sulawesi selatan secara umum, lahan parkir yang</p>
--	---	---

		<p>tidak tersedia sehingga menyulitkan pelanggan untuk berkunjung ke Roemah sablon Gowa.</p> <p>Faktor keuangan, pencatatan belum baik karena pengelolaan uang tunai dipegang oleh admin, sedangkan jika ada yang membayar via transfer melalui rekening pribadi pemilik, pengeluaran pribadi dan</p>
--	--	---

		perusahaan belum dipisahkan
Peluang (O)	S-O	W-O
Faktor-faktor	Strategi	Strategi
peluang	menggunakan	kelemahan
Faktor ekonomi,	kekuatan	dengan
tingginya minat	untuk	memanfaatkan
konsumen pada	memanfaatkan peluang	peluang
percetakan Roemah	a) Mempertahankan	a) Memiliki
Sablon Gowa yaitu,	semangat kerja	mesin cetak
sudah memiliki	karyawan	terbaru
pelanggan yang	b) Menjaga	b) Melakukan
tetap, harga	produksi agar tetap	kegiatan
terjangkau bagi	unggul dan	promosi yang
pelanggan	berkualitas	maksimal ke
Faktor sosial,budaya	c) Meningkatkan	masyarakat
dan lingkungan,	pelayanan yang baik	c) Memperluas
kepercayaan	dan ramah	lahan parkir
pelanggan, memiliki	d) Memberikan harga	untuk
kerja sama yang baik	yang kompetitif	pelanggan
kepada pelanggan,	terhadapa	d) Mempunyai
hubungan antar	pelanggan	karyawan
wilayah terjalin	e) Menjaga	yang tetap
dengan baik.	kepercayaan	
	pelanggan dalam	
	menyelesaikan	

<p>Faktor Politik, pemerintah dan hukum, kebijakan pemerintah dalam memberikan dukungan pengembangan.</p> <p>Faktor Teknologi, memiliki mesin cetak baru</p>	<p>pesanan</p> <p>f) Memperluas pemasaran dengan kegiatan-kegiatan promosi</p> <p>g) Memiliki mesin cetak baru</p>	
<p>Ancaman (T)</p> <p>Faktor-faktor ancaman</p> <p>a) Faktor ekonomi, yaitu persaingan usaha sejenis, Persaingan harga yang kompetitif</p> <p>b) Faktor sosial, budaya dan lingkungan, yaitu kegiatan promosi dan layanan inovatif dan menarik</p>	<p>S-T Strategi</p> <p>menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman</p> <p>a) Meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan</p> <p>b) Melakukan kegiatan promosi melalui media sosial</p> <p>c) Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan</p>	<p>W-T Strategi</p> <p>untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p> <p>a) Mengusahakan menambar karyawan</p> <p>b) Menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan</p> <p>c) Lebih</p>

yang dilakukan pesaing, Pelanggan berpindah pada usaha percetakan lain.	d) Terus menambar kreatifitas desain dalam percetakan	memperhatikan kualitas produksi sesuai keinginan pelanggan
c) Faktor politik, pemerintah dan hukum, yaitu adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah	e) Menjaga kualitas produksi agar tetap unggul	d) Memiliki mesin cetak sablon baru
d) Faktor teknologi yaitu, Perkembangan Teknologi baru	f) Memiliki mesin cetak baru	

Berdasarkan matriks Berdasarkan matriks SWOT tersebut dapat disusun empat strategi utama yaitu strategi SO (*Strenght-opportunities*), strategi ST (*Strenght-threats*), strategi WO (*weakness-oppotunities*) , WT (*Weakness-threats*).

- a) Strategi SO dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat agresif yang dimana jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Berdasarkan kekuatan dan peluang tersebut maka terdapat alternatif strategi bagi UKM percetakan Roemah Sablon Gowa yaitu dengan Menjaga hasil produksi agar tetap berkualitas dan unggul, Meningkatkan pelayanan yang baik terhadap pelanggan, Menjaga kepercayaan Pelanggan Memperluas pemasaran dengan meningkatkan kegiatan promosi dan dapat membuka usaha baru ditempat lain.
- b) Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman atau biasa disebut dengan strategi diversifikasi. Berdasarkan kekuatan dan ancaman tersebut maka alternatif strategi bagi UKM percetakan Roemah Sablon Gowa adalah, Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan serta selalu Meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan, terus menambah kreatifitas desain dalam percetakan Mengembangkan strategi pemasaran yang baik sesuai dengan visi dan misi serta Menjaga kualitas produksi agar tetap unggul, dan berusaha Memiliki mesin cetak baru.
- c) Strategi WO ini berdasarkan pada kegiatan turn around diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Berdasarkan kelemahan dan peluang tersebut maka alternatif strategi bagi UKM Percetakan Roemah Sablon Gowa, Mengusahakan menambah karyawan saat banyaknya minat

konsumen, perhatian pemerintah dalam hal bantuan alat produksi (teknologi) agar produktifitas meningkat, melakukan kegiatan promosi yang maksimal ke masyarakat, memperluas lahan parkir untuk pelanggan Menjamin kerusakan barang konsumen, berani mengambil resiko dengan menambah modal dengan melakukan pinjaman ke pemerintah melalui BUMN.

- d) Strategi WT ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensiv dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Berdasarkan kelemahan dan ancaman tersebut maka terdapat beberapa alternatif strategi untuk UKM percetakan Roemah Sablon yaitu dengan Menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan lebih memperhatikan kualitas dan keinginan pelanggan hasil desain sablon dan mutu pelayanan yang baik terhadap pelanggan kebijakan pemerintah dalam mengembangkan UKM dalam hal bantuan alat produksi (teknologi).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Analisis serta Interpretasi yang dikemukakan terkait analisis strategi pemasaran produk pada Roemah Sablon Gowa, maka dapat disimpulkan bahwa analisis lingkungan internal pada Roemah Sablon Gowa, maka percetakan tersebut memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor internal yang menjadi kekuatan bagi percetakan roemah sablon Gowa sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari analisis lingkungan internal pada percetakan Roemah Sablon Gowa yaitu memiliki semangat kerja karyawan tinggi, pelayanan yang baik, sudah memiliki pelanggan tetap, harga terjangkau, kualitas produk yang baik. adapun faktor internal yang menjadi kelemahan percetakan Roemah Sablon Gowa, kurangnya jumlah karyawan, produksi masih dilakukan secara manual, lahan parkir untuk pelanggan yang sempit.
2. Berdasarkan dari analisis lingkungan eksternal pada percetakan Roemah Sablon Gowa, percetakan ini memiliki peluang serta ancaman. Adapun faktor strategi eksternal yang menjadi peluang adalah, tinggi minat konsumen pada percetakan roemah Sablon Gowa, memiliki pelanggan yang tetap, loyalitas pelanggan. Sedangkan faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman, adanya persaingan usaha yang sejenis, persaingan harga yang kompetitif, adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah, perkembangan teknologi baru.

B. Saran

1. Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan peneliti yaitu, diharapkan penelitian ini mampu menjadi referensi serta pertimbangan dalam pengembangan usaha tekhusus usaha percetakan.
2. Diharapkan Percetakan Roemah Sablon Gowa mampu mempertahankan strategi serta meningkatkan strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Afandrianti Maulida, Y., & Habiburahman, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Keripik Pisang Di Era Pandemi Covid-19 (Studi Pada Umkm Keripik Sumber Rezeki). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(4), 303–314. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i4.34>
- Ananda Ariza, R., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada Era Digital di Kota Medan. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(2), 188–194. <https://doi.org/47467>
- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Di, K., & Bener, K. (2013). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN KOPI ARABIKA 'BERGENDAAL KOFFIE' DI KABUPATEN BENER MERIAH* Mirza Fahmi*, Akhmad Baihaqi** dan Irwan A Kadir**. 1.
- Hanim, L. (2018). *UMKM dan Bentuk-Bentuk Usaha*. http://research.unissula.ac.id/file/publikasi/210303041/6318UMKM_dan_Bentuk_-_Bentuk_Usaha.pdf
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya
- Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group: Jakarta.
- Ngatno, D. D. (2017). *Manajemen Pemasaran* (p. 361).
- Noor, S. (2014). Penerapan Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA*, 14(2), 102–209.
- Offset: Bandung Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya: Bandung.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmutjama.v1i2.853>.

- Rozi, A. F. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Pada Djawa Batik Solo Analysis Marketing Strategies on Djawa Batik Solo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(2), 173–186. <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/JMBI/article/view/1204/966>.
- Setiawan, Anggito. 2018 Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Suparyanto dan Rosad (2015. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Pada Umkm Di Sumatera Utara Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Taroreh, G. A., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Mitsubishi Xpander Pada Pt. Bosowa Berlianmotor Kairagi Marketing Strategy Analysis in Increasing the Sales Volume of Mitsubishi Xpander Cars At Pt. Bosowa Berlian Motor Kairagi. *Analisis Strategi..... 3683 Jurnal EMBA*, 6(4), 3683–3692.
- Utama, I. D. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pada Era Digital di Kota Bandung. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v7i1.3829>
- Widyantara, I. N. P., & Ardani, I. G. A. K. S. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Telur Ayam (Studi Kasus di Desa Pesedahan dan Desa Bugbug, Kabupaten Karangasem). *Manajemen Unud*, 6(7), 3766–3793. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/30255/19191>

LAMPIRAN

Lampiran I. Coding Wawancara

Fokus	Aspek/Indikator	Pertanyaan	Informan
Strategi Pemasaran Produk pada UMKM Roemah Sablon Gowa	Audit Manajemen	1. Apakah struktur oraganisasi yang anda terapkan sudah sesuai?	ML, MH,N
	Produksi Percetakan	1. Apa saja yang diproduksi usaha percetakan ?	ML, MH, N
		2. Bagaimana Proses Produksi percetakan?	ML, MH, N
		3. Apa fasilitas, perlengkapan mesin usaha dalam baik?	ML, MH,N
	Keuangan	1. Bagaimana memperoleh modal usaha ?	ML, MH, N
		2. Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?	ML, MH, N
	Sumber daya manusia (Sdm)	1. Berapa jumlah karyawannya?	ML, MH, N
		2. Apakah semangat kerja para karyawan tinggi?	ML, MH,N
		3. Apa masalah ketenagakerjaan yang dihadapi?	ML, MH, N
	Bauran	a. Produk	

Pemasaran	Jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan roemah sablon gowa?	ML, MH, N
	Apakah ada pengklasifikasian produk?	ML, MH, N
	b.Harga	
	Siapa Menentukan harga	ML, MH, N
	Bagaimana cara penetapan Harga	ML, MH
	c.Tempat/Distribusi	
	Para segmen manakah usaha percetakan roemah sablon gowa?	ML, MH, N
	Apakah usaha pecetakan telah menetapkan targetting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki?	ML, MH, N
	a. Promosi	
	Kegiatan apa saja yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan roemah sablon gowa?	ML, MH, N
	Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?	ML, MH, N
Analisis SWOT	Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan roemah sablon gowa?	ML, MH, N

Lampiran II. Transkrip Wawancara

Nama : MUNAWIR LATIF

Coding : ML

Jabatan : Owner Percetakan Roemah Sablon Gowa

1. Pertanyaan : Apakah struktur organisasi yang anda terapkan sudah sesuai?

Jawaban : “Sampai saat ini Struktur Organisasi yang diterapkan usaha kami sudah sesuai dengan tugasnya masing-masing, yang dimana saya sendiri sebagai owner (pemilik/pemimpin) usaha percetakan ini sekaligus juga yang memegang kendali dalam setiap progres pengerjaan dan bagian divisi *Marketing Executive* Muh Hanif Fatin, divisi Admin Andi Hilal, divisi produksi Nashrullah dan Muh Fajrin. Karyawan memiliki pekerjaan masing-masing semua melaksanakan pekerjaannya sesuai tanggung jawab masing-masing”

2. Pertanyaan : Apa saja yang diproduksi usaha percetakan ?

Jawaban : “Adapun produk yang dihasilkan pada percetakan ini yaitu, menerima pelayanan jasa sablon, kaos, PDH, slayer serta Jersey. Terkait pengklasifikasian, semua produk sudah di klasifikasikan sesuai dengan *typenya*.”

3. Bagaimana Proses Produksi percetakan?

Jawaban : “pertama yang dilakukan itu mendesain gambar di aplikasi, kemudian gambar yang sudah di buat di print, mengaduk screen sablon dengan obat screen, memindahkan gambar yang tadi di print ke screen sablon yang telah diberi obat, kemudian sediaan media yang akan disablon, setelah itu masukkan tripleks yang sudah di lem meja kedala kaos, ambil pasta yang ingin digunakan kemudian tuangkan kedalam screen. Letakkan screen diatas media yang akan disablon, tarik perlahan pasta yang ada discreen dengan menggunakan rakel.”

4. Apa fasilitas, perlengkapan mesin usaha dalam baik?,

Jawaban : “terkait fasilitas semua baik, karena kan masih baru juga

5. Bagaimana memperoleh modal usaha ?

Jawaban : “Modal usaha berasal dari keluarga”

6. Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?

Jawaban : “Kondisi keuangan roemah sablon gowa stabil, akhir-akhir ini banyak orderan yang masuk.”

7. Berapa Jumlah Karyawan?

Jawaban : Ada 5

8. Apakah semangat kerja Karyawan Tinggi?

Jawaban : “Semangat kerja karyawan lumayan tinggi dikarenakan karyawan saling support dan para karyawan selalu profesional dalam usaha percetakan ini.”

9. Apa Masalah ketenaga kerjaan yang dihadapi?

Jawaban: “yaitu ketika orderan menumpuk, karyawan harus ekstra bekerja sehingga terkadang semua karyawan harus bekerja tidak sesuai tupoksi dalam artian saling membantu satu sama lain mengerjakan orderan yang menumpuk”

10. Jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan roemah sablon gowa?

Jawaban : “Adapun produk yang dihasilkan pada percetakan ini yaitu, menerima pelayanan jasa sablon, kaos, PDH, slayer serta Jersey”

11. Apakah ada pengklasifikasian produk?

Jawabannya : “Ada, Terkait pengklasifikasian, semua produk sudah di klasifikasikan sesuai dengan *typenya*”

12. Siapa Menentukan harga?

Jawaban : “Dalam penentu harga, saya sendiri sebagai owner yang menentukan harga. Akan tetapi harga yang ditentukan sesuai dengan *type* kain dan *designnya*. Serta tergantung pada jumlah orderan yang masuk”

13. Bagaimana cara penetapan Harga?

Jawaban : “Penetapan harga usaha percetakan Roemah Sablon Gowa pada tiap produksinya”

14. Para segmen manakah usaha percetakan roemah sablon gowa?

Jawaban : “Percetakan Roemah Sablon Gowa membagi segmen pasarnya berdasarkan wilayah kota makassar dan gowa serta gaya hidup pelangganya, dan dari jawaban informan tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa usaha Percetakan Roemah Sablon Gowa berada pada segmen variabel geografis dan variabel psikologis”

15. Apakah usaha pecetakan telah menetapkan targetting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki?

Jawaban : “Target pasar Roemah sablon Gowa adalah pelanggan atau masyarakat yang memliki komunitas dan organisasi yang membutuhkan kaos sablon untuk event, sekolah, kampus tahun ajaran baru yang

mencari sablon kaos untuk seragam olahraganya dan suatu instansi dan perusahaan yang memiliki banyak karyawan”

16. Kegiatan promosi apa saja yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan roemah sablon gowa?

Jawaban : “Kegiatan promosi yang dilakukan usaha Roemah Sablon Gowa dengan cara memperkenalkan dan memberitahukan dari mulut kemulut serta senantiasa mengikuti event-event berupa pameran. Kalau soal media yang digunakan Roemah Sablon Gowa dalam mempromosikan”

17. Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?

Jawaban : usaha ini dengan menggunakan media promosi di sosial media seperti Instagram, facebook, twitter serta tiktok”

18. Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan roemah sablon gowa?

Jawaban : ya bisa dijelaskan sendiri lah terkait itu sesuai dengan apa yang saya sampaikan tadi.



Nama : MUH HANIF FATIN

Coding : MH

Jabatan : *Marketing Executive* Percetakan Roemah Sablon Gowa

1. Pertanyaan : Apakah struktur organisasi yang anda terapkan sudah sesuai?
Jawaban : “yah udah sesuai dengan job karyawan masing-masing yang dimana saya sendiri sebagai *Marketing Executive* usaha percetakan ini yang memasarkan produk.”
2. Pertanyaan : Apa saja yang diproduksi usaha percetakan ?
Jawaban : “Ada beberapa produk yang ada pada percetakan ini yaitu, jasa sablon, PDH, kaos, Jersey dan slayer.”
3. Bagaimana Proses Produksi percetakan?
Jawaban : “yah pertama kali kita lakukan menentukan kaos yang akan disablon,kemudian kita desain gambar,kemudian desain itu di buat di print,mengolah screen sablon,kemudian gambar yang udah di print kita pindahkan ke screen sablon,selanjutnya sediaan media yang akan kita sablon,seanjutnya di masukkan tripleks yang sudah ke dalam kaos,selanjutnya kita pakai pasta yang akan digunakan,selanjutnya pasta kita tuangkan ke screen,selanjutnya screen di taroh ke atas tempat sablon dan di tarik pasta secara perlahan.
4. Apa fasilitas, perlengkapan mesin usaha dalam baik?,
Jawaban : “persoalan mesin yang ada di percetakan ini alhamdulillah baik semua apalagi ada mesin baru”
5. Bagaimana memperoleh modal usaha ?
Jawaban : “yah Modal pertama yang pemilik pakai ada pakai uang dari keluarganya.”
6. Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?
Jawaban : “Soal keuangan dari percetakan ini alhamdulillah mulai naik karena di tahun ini banyak orderan dari komunitas,anak-anak SMA,PDH dll.”
7. Berapa jumlah karyawannya
Jawaban : “Berjumlah 5 orang.”

8. Apakah semangat kerja para karyawan tinggi?
Jawaban : “Saya sendiri salah satu karyawan merasa semangat karena kita sesama karyawan saling membantu dan pemilik usaha memberikan fasilitas yang baik”.
9. Apa masalah ketenagakerjaan yang dihadapi?
Jawaban : “Ketka opesanan banyak karena di percetakan ini cuman ada 5 karyawan”
10. Jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : “Yaitu, menerima pelayanan jasa sabslon, kaos, PDH, slayer dan Jersey.”
11. Apakah ada pengklasifikasian produk?
Jawabannya : “Ada.”
12. Siapa Menentukan harga?
Jawaban : “Owner nya yang menentukan harganya”
13. Bagaimana cara penetapan Harga?
Jawaban : “Penetapan harga tergantung kualitas produksinya yang mengetahui harga yang di produksi yah kepala produksi dan owner yang tetapkan.”
14. Para segmen manakah usaha percetakan roemah sabton gowa?
Jawaban : “Pada segmen Gowa dan Makassar.”
15. Apakah usaha pecetakan telah menetapkan targeting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki?
Jawaban : “yah di percetakan ini mempunyai target pasar kepada seseorang yang mempunyai kelompok seperti komunitas,anak sekolah ataupun anak organisasi.”
16. Kegiatan promosi apa saja yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : “Persoalan promosi yang di lakukan percetakan ini yaitu,ketika ikut event atau kita share ke media sosial”
17. Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?
Jawaban : “Media seperti Instagram, facebook,twitter dan tiktok”
18. Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : “ Kalau keunggulan mempunyai karyawan tetap dan pelanggan tetap,peluangnya itu harga yang ada di percetakan ini sangat terjangkau,serta ancaman dari percetakan ini yah tentu persaingan harga dengan usaha percetakan lain.”

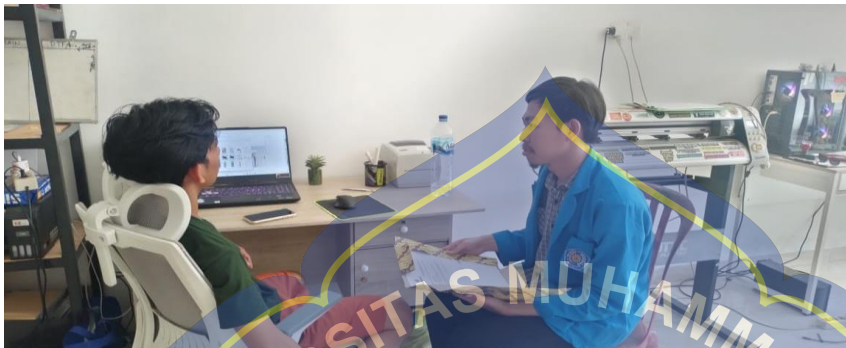
Nama : Nashrullah
 Coding : N
 Jabatan : Kepala Produksi Percetakan Roemah Sablon Gowa

1. Pertanyaan : Apakah struktur organisasi yang anda terapkan sudah sesuai?
 Jawaban : “Kalau terkait struktur organisasi itu sudah ada dan menurutku sudah sesuai kecuali kalau sedang lembur itu kami saling bantu membantu”
2. Pertanyaan : Apa saja yang diproduksi usaha percetakan ?
 Jawaban : “ya tentu jasa sablon, ada juga pembuatan kaos, PDH, Jersey ada juga slayer.
3. Bagaimana Proses Produksi percetakan?
 Jawaban : “ya tentu didesain lah mendesain gambar di aplikasi, kemudian gambar yang sudah di buat di print, mengaduk screen sablon dengan obat screen, memindahkan gambar yang tadi diprint ke screen sablon yang telah diberi obat, kemudian sediaan media yang akan disablon, setelah itu masukkan tripleks yang sudah di lem meja kedala kaos, ambil pasta yang ingin digunakan kemduain tuangkan kedalam screen. Letakkan screen diatas media yang akan disablon, tarik perlahan pasta yang ada discreen dengan menggunakan rakel.”
4. Apa fasilitas, perlengkapan mesin usaha dalam baik?,
 Jawaban : “semua fasilitas baru jadi masih bagus untuk digunakan
5. Bagaimana memperoleh modal usaha ?
 Jawaban : “modal usahanya menurut owner sendiri itu ada bantuan dari keluarganya”
6. Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?
 Jawaban : “kondisinya bisa dibilang baik karena banyak orderan masuk
7. Berapa jumlah karyawannya
 Jawaban : “ada 5”
8. Apakah semangat kerja para karyawan tinggi?
 Jawaban : “semangat tinggi karena kami bekerja untuk menghasilkan

9. Apa masalah ketenagakerjaan yang dihadapi?
Jawaban : “kalau menumpuk itu biasanya harus ekstra kerja dan juga kadang ada customer yang ribet itu”
10. Jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : “seperti yang tadi”
11. Apakah ada pengklasifikasian produk?
Jawabannya : “terkait pengklasifikasian disesuaikan dengan kemauan customer serta yang sesuai type”
12. Siapa Menentukan harga?
Jawaban : “ditentukan berdasarkan type, klasifikasi serta rincian keuangan dari owner
13. Bagaimana cara penetapan Harga?
Jawaban : “itu tadi sesuai produksi dan klasifikasi type”
14. Para segmen manakah usaha percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : “Setauku sesuai wilayahnya”
15. Apakah usaha percetakan telah menetapkan targetting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki?
Jawaban : “anak muda”
16. Kegiatan promosi apa saja yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : “membangun relasi yang baik diluar”
17. Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?
Jawaban : instagram, tiktok, fb
18. Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan roemah sablon gowa?
Jawaban : yah diklasifikasikan sesuai tadi

Lampiran III. Dokumentasi Wawancara

1. Saat Wawancara dengan Owner atau pemilik Roemah Sablon Gowa



Nama : Munawir Latif

Coding : ML

Jabatan : Owner Percetakan Roemah Sablon



Nama : Muh Hanif Fatin

Coding : MH

Jabatan : *Marketing Executive* Percetakan Roemah Sablon



Nama : Nashrullah

Coding : N

Jabatan : Kepala Produksi Percetakan Roemah Sablon

1. Dokumentasi pada saat proses sablon berlangsung



2. Dokumentasi Kumpulan Screen



3. Dokumentasi Hasil Cetakan Sablon





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
UPT PERPUSTAKAAN DAN PENERBITAN

Alamat kantor: Jl. Sultan Alauddin NO.259 Makassar 90221 Tlp.(0411) 866972,881593, Fax.(0411) 865588

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT

UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar,
Menerangkan bahwa mahasiswa yang tersebut namanya di bawah ini:

Nama : Muh.Nur Iqbal

Nim : 105721100319

Program Studi : Manajemen

Dengan nilai:

No	Bab	Nilai	Ambang Batas
1	Bab 1	8 %	10 %
2	Bab 2	10 %	25 %
3	Bab 3	8 %	10 %
4	Bab 4	0 %	10 %
5	Bab 5	0 %	5 %

Dinyatakan telah lulus cek plagiat yang diadakan oleh UPT Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar Menggunakan Aplikasi Turnitin.

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Makassar, 12 September 2023

Mengetahui,

Kepala UPT Perpustakaan dan Penerbitan,


Nuzulita S. Hum. M.I.P.
NBM. 964 591



BAB I - Muh. Nur Iqbal
105721100819
by Tahap Tutup

Submission date: 12-Sep-2023 08:13AM (UTC+0700)
Submission ID: 2163664534
File name: BAB_I_27.docx (31.32K)
Word count: 688
Character count: 4526

BAB I - Muh.Nur Iqbal 105721100819

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

2%

★ repository.unhas.ac.id

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



BAB II - Muh. Nur Iqbal

105721100819

by Tahap Tutup



Submission date: 12-Sep-2023 08:13AM (UTC+0700)

Submission ID: 2163665016

File name: BAB_II_29.docx (81.86K)

Word count: 1904

Character count: 13743

BAB II - Muh.Nur Iqbal 105721100819

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

10%

★ Submitted to UIN Raden Intan Lampung
Student Paper

Exclude quotes

Exclude bibliography

Exclude matches





BAB III - Muh.Nur Iqbal 105721100819

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

2%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

6%

★ Submitted to Institut Agama Islam Negeri Curup
Student Paper

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%





Submission date: 12-Sep-2023 08:27AM (UTC+0700)
Submission ID: 2163676933
File name: BAB_IV1.docx (106.45K)
Word count: 4302
Character count: 31267

BAB IV - Muh.Nur Iqbal 105721100819

ORIGINALITY REPORT

0%

SIMILARITY INDEX

0%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

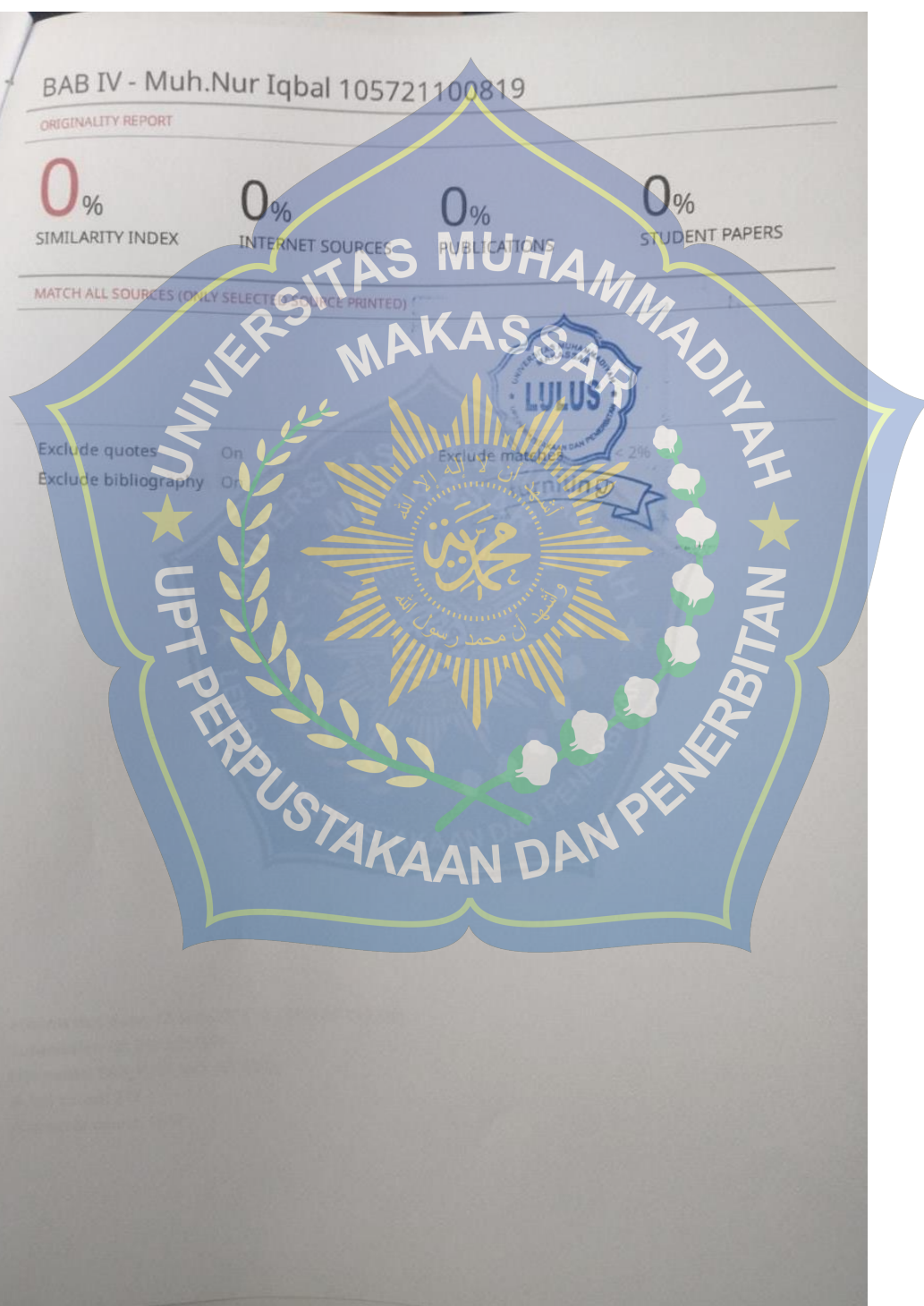
0%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%





BAB V - Muh.Nur Iqbal 105721100819

ORIGINALITY REPORT

0% SIMILARITY INDEX

0% INTERNET SOURCES

0% PUBLICATIONS

0% STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%



