

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH
PERCETAKAN** (Studi Kasus UKM Percetakan *The Bejos Screen
Printing*, Kota Palopo, Sulawesi Selatan)

Oleh:
DIAN NIRMASARI
105720558015



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA KECIL MENENGAH
PERCETAKAN** (Studi Kasus UKM Percetakan *The Bejos Screen
Printing*, Kota Palopo, Sulawesi Selatan)

SKRIPSI

Sebagai Salahsatu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan Oleh

DIAN NIRMASARI

105720558105

Kepada

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
2019**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo Sulawesi Selatan)

Nama Mahasiswa : DIAN NIRMASARI

NIM : 10572 05580 15

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah diperiksa dan diajukan di depan Panitia Penguji Skripsi Strata Satu (S1) pada hari Jumat tanggal 30 Agustus 2019 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, Agustus 2019

Menyetujui :

Pembimbing I

Prof. Dr. Syafiuddin, M.S.
NIDN: 0011115712

Pembimbing II

Safaruddin, S.E., M.M.
NIDN: 0929118403

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Sholah Rasulong, S.E., M.M.
NBM: 909 078

Ketua Program Studi Manajemen

Muh. Nur R., S.E., M.M.
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini atas nama **DIAN NIRMASARI**, NIM: **10572 05580 15**, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar No. 0011/SK-Y/61201/091004/2019 M, tanggal 29 Dzulhijjah 1440 H/30 Agustus 2019 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi** pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

29 Dzulhijjah 1440 H
Makassar, 30 Agustus 2019 M

Panitia Ujian :

Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Abdul Rahman Rahim, S.E., M.M.
(Rektor Unismuh Makassar)

Ketua : Ismail Rasulong, SE., M.M.
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Sekretaris : Dr. Agus Salim HR., S.E., M.M.
(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Penguji : 1. Prof. Dr. Syaifuddin, M.S.

2. Dr. Buyung Romadhoni, SE., M.Si.

3. Samsul Rizal, S.E., M.M.

4. Irwan Abdullah, S.Sos., M.M.

Disahkan oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, S.E., M.M.

NBM: 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Alamat: Jl. Sultan Alauddin No. 259 Fax. (0411)860 132 Makassar 90221

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DIAN NIRMASARI

Stambuk : 10572 05580 15

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : Analisis Strategi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo Sulawesi Selatan)

Dengan ini menyatakan bahwa :

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

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

Makassar, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Dian Nirmasari

Diketahui Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi Manajemen



Ismail Rasufong, S.E., M.M.
NBM: 903078

Muh. Nur R., S.E., M.M.
NBM : 1085576

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, sebagai rasa syukur dan terima kasih yang tulus kupersembahkan karya ilmiah ini untuk:

- Kepada orang Tuaku bapak Serda Muh Munir Anwar dan Ibu Rubiyem tercinta dan tersayang
- Kakakku Muhammad Bibin S.pi, M.SI , Adik Muhammad Irkam
- Almameter Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah makassar yang saya Banggakan.

“Yaa Allah berikan Aku kesempatan untuk melihat orang-orang yang aku sayangi ini bangga kepadaku, bahagia karenaku, dan semoga pencapaianku, menjadi kesuksesan kelak. Amin Yarabbal Alamin”

MOTTO HIDUP

Barang siapa menghendaki (Kebahagiaan) di dunia hendaklah dituntut dengan ilmu dan barang siapa mengendaki (kebahagiaan) diakhirat hendaklah dituntut dengan ilmu dan barang siapa megendaki (kebahagiaan) dunia akhirat hendaklah dituntut dengan ilmu

(H.R AHMAD)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hambanya-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 penulis skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo)”**.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Serjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak Sertu Muh.Munir Anwar dan ibu Rubiyem yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus tak pamrih dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, dukungan 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 didunia dan diakhirat.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Abd Rahman Rahim,SE,.MM,. Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Bapak Ismail Rasullog,SE,.MM,. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Muh. Nur R,.SE,.MM Selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar
4. Bapak Prof. Dr. Syafiuddin, M.S, Selaku Pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga Skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Syafaruddin,S.E,.MM., 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 Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
8. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen kelas MAN i-15 seluruh mahasiswa Manajemen angkatan

2019 yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.

9. Terimakasih untuk semua kerabat yang tidak bisa saya tuliskan 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 kata kesempurnaan oleh karna 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 Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

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

Makassar ,

Penulis

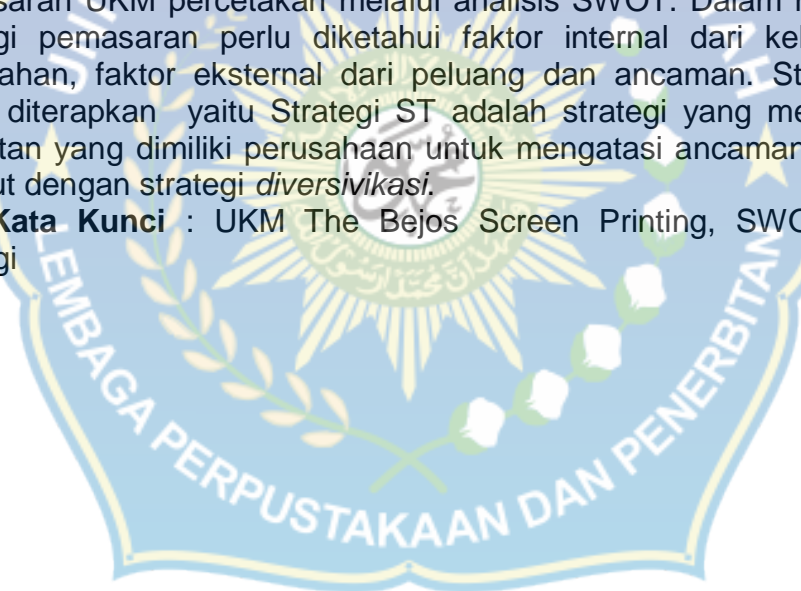


ABSTRAK

DIAN NIRMASARI, Tahun 2019 Analisis Startegi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo, Sulawesi Selatan), Skripsi program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Syafiuddin, dan Pembimbing II Syafaruddin.

Percetakan The Bejos Screen Printing merupakan salah satu UKM yang berlokasi di Kota Palopo, Sulawesi Selatan yang telah berkembang sejak tahun 2013, percetakan The Bejos Screen Printing memproduksi Sablon baju Sejak mengawali bisnisnya Percetakan The Bejos Screen Printing senatisa dihadapkan dengan berbagai macam rintangan dan hambatan, banyaknya perusahaan sejenis yang muncul membuat Percetakan The Bejos Screen Printing sulit untuk mempertahankan posisi produknya karena persaingan industri yang semakin ketat. Kondisi persaingan yang ketat merupakan masalah yang dihadapi Percetakan The Bejos Screen Printing. Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pemasaran UKM percetakan melalui analisis SWOT. Dalam menentukan strategi pemasaran perlu diketahui faktor internal dari kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal dari peluang dan ancaman. Strategi yang dapat diterapkan yaitu Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman atau biasa disebut dengan strategi *diversifikasi*.

Kata Kunci : UKM The Bejos Screen Printing, SWOT Analisis, strategi pemasaran



ABSTRACT

DIAN NIRMASARI, 2019 Marketing Strategy Analysis in Small and Medium Enterprises Printing (Case Study of Printing UKM The Bejos Screen Printing Palopo City, South Sulawesi), Thesis Management Study Program Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Syafiuddin, and Supervisor II Syafaruddin.

Printing The Bejos Screen Printing is one of the SMEs located in Palopo City, South Sulawesi, which has been developing since 2013, The Bejos Screen Printing printing has been printing clothes. Since starting its printing business, The Bejos Screen Printing has always been faced with various obstacles and obstacles, many similar companies that appeared to make Printing The Bejos Screen Printing difficult to maintain the position of its products due to increasingly fierce industry competition. The condition of intense competition is a problem faced by The Bejos Screen Printing. The purpose of this study was to determine the marketing strategy of printing SMEs through a SWOT analysis. In determining the marketing strategy, it is necessary to know the internal factors of strengths and weaknesses, external factors of opportunities and threats. The strategy that can be applied is the ST Strategy is a strategy that uses the strength of the company to overcome threats or commonly called diversification strategies.

Keywords: The Bejos Screen Printing UKM, SWOT Analysis, marketing strategy

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| SAMPUL..... | |
| i | |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN..... | iii |
| HALAMAN | |
| PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN | |
| PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK BAHASA INDONESIA..... | viii |
| ABSTRACT | ix |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 3 |
| C. Tujuan Penelitian | 3 |
| D. Manfaat Penelitian | 3 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| A. Defenisi Usaha Kecil Menengah (UKM) | 5 |
| B. Pemasaran..... | 5 |
| C. Sistem Pemasaran..... | 7 |
| D. Strategi Pemasaran | 7 |

| | |
|---|-----------------|
| E. Elemen-Elemen Pemasaran | 8 |
| F. Konsep Bauran Pemasaran | 12 |
| G. Manajemen Strategis | 13 |
| H. Analisis Lingkungan Usaha | 14 |
| I. Analisis SWOT (Strenghts-Weakness-Opportunities-Threaths) | 15 |
| J. Tinjaun Emipris | 17 |
| K. Kerangka Konsep..... | 18 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 20 |
| A. Jenis Penelitian..... | 20 |
| B. Fokus penelitian..... | 20 |
| C. Pemilihan lokasi dan situs penelitian..... | 21 |
| D. Sumber Data..... | 21 |
| E. Pengumpulan Data | 22 |
| F. Instrumen Penelitian | 23 |
| G. Teknik Analisis | 25 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 27 |
| A. Gambaran umum Objek Penelitian | 27 |
| B. Penyajian Data (Hasil Penelitian)..... | 32 |
| C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)..... | 68 |
| D. Analisis SWOT | 74 |
| BAB V PENUTUP | 83 |
| A. Kesimpulan..... | 83 |
| B. Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| DAFTAR | LAMPIRAN |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|------------|
| Tabel | 1.1 |
| Penelitian Terdahulu | 18 |
| Tabel | 2.2 |
| Matriks SWOT..... | 26 |
| Tabel | 2.3 |
| Kisi-Kisi Penelitian Strategi Pemasaran the Bojes Screen Printing | 33 |
| Tabel | 2.4 |
| Jenis Produk dan Bahan Percetakan the Bojes Screen Printing..... | 41 |
| Tabel | 2.5 |
| Penetapan Harga Produksi | 42 |
| Tabel | 2.6 |
| Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Pelanggan the Bojes Screen Printing | 46 |
| Tabel | 2.7 |
| Matriks SWOT..... | 78 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|------------|
| Gambar | 1.1 |
| Bauran Pemasaran | 12 |
| Gambar1.2 | |
| Kerangka Pemikiran..... | 17 |
| Gambar | 1.3 |
| Logo The Bojes Screen Printing..... | 28 |
| Gambar | 1.4 |
| Struktur Organisasi | 29 |
| Gambar | 1.5 |
| Langkah-Langkah Proses Produksi Percetakan Sablon Kaos Polos..... | 36 |
| Gambar 1.6 Kuadran Strategi | 81 |



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha percetakan adalah sektor usaha industri kreatif yang cukup banyak jenisnya seperti, sablon manual/digital, graphic design, digital printing, media cetak, dan advertising. Bisnis percetakan semakin dipermudah eksistensinya, baik itu dari segi teknologi cetak, operasionalisasi, dan tenaga pendesain. Tidak hanya sekedar jasa mencetak saja, percetakan juga memperhatikan desain dari setiap produk yang dihasilkan. (Dirganoro, 2001). Dalam perkembangannya, usaha percetakan tidak hanya di dominasi oleh perusahaan besar saja, namun usaha kecil dan menengah pun memberikan andil dalam perkembangan perekonomian Kota Palopo. Oleh karena itu diperlukan adanya pengembangan dan pembinaan yang berkesinambungan untuk meningkatkan kemajuan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) percetakan agar mampu mandiri dan menjadi usaha yang tangguh. Usaha kecil menengah, diharapkan juga memiliki keunggulan didalam memberikan kepuasan konsumen serta dapat menciptakan peluang pasar yang lebih besar.

Peluang bisnis percetakan di Kota Palopo cukup menjanjikan, banyak kalangan usaha yang beralih ke dunia bisnis ini. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat mendorong produsen untuk menawarkan kelebihan yang tidak dimiliki oleh produsen lain. Termasuk dengan menawarkan desain yang menarik, kreatif, dan inovatif.

Percetakan The Bejos Screen Printing merupakan salah satu UKM yang berlokasi di Kota Palopo, Sulawesi Selatan yang telah berkembang sejak tahun

2013, percetakan The Bejos Screen Printing memproduksi sablon baju. Dengan jumlah karyawan 3 orang. Dalam menjalankan usahanya Percetakan The Bejos Screen Printing mendapatkan pembinaan serta pengembangan dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Palopo.

Sejak mengawali bisnisnya Percetakan The Bejos Screen Printing senantiasa dihadapkan dengan berbagai macam rintangan dan hambatan, banyaknya perusahaan sejenis yang muncul membuat Percetakan The Bejos Screen Printing sulit untuk mempertahankan posisi produknya karena persaingan industri yang semakin ketat. Kondisi persaingan yang ketat merupakan masalah yang dihadapi Percetakan The Bejos Screen Printing. Untuk itu Percetakan The Bejos Screen Printing harus dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi perusahaan. Menurut Kotler (2002) untuk mencapai suatu posisi yang lebih unggul dibandingkan pesaing, perusahaan harus mengetahui tujuan, kekuatan dan kelemahan serta pola reaksi perusahaan terhadap pesaing, sehinggadapat dirumuskan suatu strategi yang sesuai. Oleh karena itu, proses perumusan strategi sangat di perlukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Proses perumusan strategi, perusahaan harus mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan serta faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan perusahaan. Menurut David 2011 dengan mengetahui faktor-faktor tersebut diharapkan perusahaan dapat membuat sejumlah strategi alternatif untuk perusahaan dan memilih strategi tertentu untuk digunakan.

Melihat uraian diatas,maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah**

Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo Sulawesi Selatan)”

B. Rumusan Masalah

Pemasaran memiliki peranan penting bagi suatu usaha untuk mengkomunikasikan keberadaan produk dan perusahaan kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan adalah penyusunan strategi pemasaran UKM Percetakan The Bejos Screen Printing yang efektif dan handal untuk mencapai sasaran bisnis yang telah ditetapkan. Strategi pemasaran merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dan sasaran suatu usaha percetakan dengan cara mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar yang dimasuki, maka dapat disusun rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Bagaimanakah sistem strategi pemasaran yang telah di terapkan UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo ?
2. Bagaimanakah alternatif Strategi Pemasaran yang tepat dalam pengembangan bisnis Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui kondisi strategi pemasaran bisnis Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo
2. Merumuskan alternatif Strategi Pemasaran yang tepat dalam pengembangan bisnis Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo.

D. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Sebagai informasi dan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat keputusan strategi Pemasaran lebih lanjut untuk pengembangan bisnis serta meningkatkan daya saing usaha.
2. Sebagai suatu kesempatan bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan dibidang ilmu manajemen pemasaran, khususnya dalam bidang bisnis percetakan



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Definisi Usaha Kecil Menengah (UKM)

Pengertian Usaha Kecil menurut Undang-undang No 9 tahun 1995 adalah usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak satu milyar rupiah per tahun, serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas 50 juta rupiah sampai dengan 500 juta rupiah. Menurut Keputusan Presiden RI No.99 tahun 1998, pengertian Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil yang perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat.

Usaha Mikro menurut Keputusan Menteri Keuangan NO. 40/KMK.06/2003 yaitu usaha produktif milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak 100 juta rupiah per Tahun. Usaha Mikro dapat mengajukan kredit kepada bank paling banyak 50 juta rupiah. Sedangkan pengertian Usaha Kecil dan Menengah menurut Inpres No. 10 tahun 1998 adalah usaha bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari 200 juta rupiah sampai dengan paling banyak sebesar 10 milyar rupiah tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kedit dari bank sebesar 500 juta rupiah sampai dengan 5 milyar rupiah.

B. Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa

yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2005). Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, dan penyaluran gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi. Menurut definisi ini, pemasaran bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen melalui suatu proses pertukaran, di mana pertukaran tersebut dapat berupa uang dan semua bentuk kombinasi lainnya dari pertukaran.

Menurut Assauri (2007) pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Pengertian pemasaran menurut Saladin (2003) adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Pengertian pemasaran mengandung beberapa konsep pokok, diantaranya:

1. Kebutuhan, adalah suatu keadaan akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan akan disadari.
2. Keinginan, adalah hasrat untuk memperoleh pemuas-pemuas tertentu untuk kebutuhan yang lebih mendalam.
3. Permintaan, adalah keinginan terhadap produk atau jasa tertentu yang didukung oleh suatu kemampuan atau kemauan untuk membeli produk.
4. Produk, adalah segala sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan baik berwujud maupun tidak berwujud.
5. Pertukaran, adalah penentuan untuk memuaskan kebutuhan-kebutuhan dan keinginan seseorang dengan cara tertentu.

C. Sistem Pemasaran

Seperti halnya dengan fungsi-fungsi lain, dalam sistem pemasaran ini juga terdapat beberapa factor yang saling bergantung dan saling berinteraksi satu sama lain, yaitu:

1. Organisasi yang melakukan tugas-tugas pemasaran
2. Sesuatu (barang, jasa, ide, orang) yang sedang dipasarkan
3. Pasar yang dituju
4. Para perantara yang membantu dalam pertukaran (arus) antara organisasi pemasaran dan pasarnya. Mereka ini adalah pengecer, pedagang besar, lembaga keuangan, agen pengangkutan dan sebagainya
5. Factor-faktor lingkungan seperti factor demografi, kondisi perekonomian, factor social dan kebudayaan, kekuatan politik dan hukum, teknologi dan persaingan.

Dengan adanya kelima factor tersebut, maka sistem pemasaran adalah kumpulan lembaga-lembaga yang melakukan tugas pemasaran, barang, jasa, ide, orang dan factor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan membentuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya (Stanton, 1993).

D. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah (Assauri, 2007). Menurut David (2006) strategi pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya. Proses

manajemen strategis terdiri atas tiga tahap : formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan. Implementasi strategi sering kali disebut tahap pelaksanaan dalam manajemen strategis. Melaksanakan strategi berarti memobilisasi karyawan dan manager untuk menempatkan strategi yang telah diformulasikan menjadi tindakan.

Evaluasi strategi adalah tahap final dalam manajemen strategis. Manajer sangat ingin mengetahui kapan strategi atau tidak dapat berjalan seperti yang diharapkan, evaluasi strategi adalah alat utama untuk mendapatkan informasi ini. Menurut McCarthy dalam Kotler (2005) strategi pemasaran adalah strategi yang disatukan, luas, terintegrasi, dan komperhensif yang dirancang untuk menghasilkan bahwa tujuan dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan pemasaran yang tepat oleh organisasi.

E. Elemen-Elemen Pemasaran

1. Segmentasi Pasar, *Targeting*, *Positioning*

Produsen pada dasarnya melakukan penciptaan nilai sekaligus penyerahan nilai. Kotler (2005) menggabungkan proses penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen dalam bentuk yang disebut STP, yaitu *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning*. Segmentasi pasar merupakan suatu usaha untuk meningkatkan ketepatan pemasaran perusahaan. Sebuah perusahaan tidak dapat melayani seluruh pelanggan di pasar yang sangat luas,

dan jika pelanggan terlalu banyak tuntutan pembelian mereka banyak dan berbeda-beda. Perusahaan perlu mengidentifikasi segmen pasar yang dapat dilayaninya secara paling efektif.

Menurut Kasali (2001) segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar. Sedangkan *targeting* adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Menyeleksi pasar sangat ditentukan oleh bagaimana pemasar melihat pasar itu sendiri. Dengan demikian pasar yang dilihat oleh dua orang yang berbeda, yang didekati oleh metode segmentasi yang berbeda dan menghasilkan peta yang berbeda pula. Segmentasi adalah proses mengkotak-kotakan pasar yang heterogen ke dalam kelompok-kelompok *potential customer* yang memiliki respon yang sama dalam membelanjakan uangnya. Apabila segmentasi telah dilakukan, maka perusahaan melakukan pemilihan satu atau beberapa segmen yang akan dimasuki.

Segmentasi pasar yaitu usaha pemisahan pasar pada kelompok-kelompok pembeli menurut jenis produk tertentu dan dengan bauran pemasaran tertentu (Saladin, 2003). 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.

Targeting merupakan kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu dari segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan. Menurut Kotler (2005), bahwa perusahaan dapat memilih segmen mana yang dijadikan sasaran,

perusahaan dapat memilih untuk memusatkan perhatian pada satu segmen, beberapa segmen produk yang spesifik, pasar yang spesifik, atau seluruh pasar. Menurut Saladin (2003), *targeting* adalah kegiatan menilai dan memilih satu arah atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki.

Setelah pasar sasaran dipilih, maka proses selanjutnya adalah melakukan *positioning*. Menurut Kasali (2007) *positioning* pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen. *Positioning* biasanya tidak menjadi masalah dan tidak dianggap penting selama barang-barang yang tersedia dalam suatu masyarakat tidak begitu banyak, dan persaingan belum menjadi sesuatu yang penting. *Positioning* menurut Saladin (2003) adalah kegiatan merumuskan penempatan produk dalam persaingan dan menetapkan bauran pemasaran yang terinci.

Menurut Wind dalam Saladin (2003), memberikan enam alternatif strategi dasar penempatan produk (*positioning*), yaitu :

- a) Berdasarkan penampilan produk
- b) Berdasarkan manfaat, pemecahan masalah, atau kebutuhan
- c) Berdasarkan kategori pemakai
- d) Berdasarkan kesempatan khusus
- e) Melawan produk lain
- f) Pemisahan diri dari kelas produk

2. Unsur Taktik Pemasaran

- a) Diferensiasi

Diferensiasi sebenarnya merupakan sebuah upaya untuk mengintegrasikan tiga hal yang harus mendukung satu sama lain. Tiga hal tersebut meliputi content (apa yang ditawarkan pada pelanggan), context (bagaimana kita menawarkan),

infrastructure (factor-faktor pemungkin untuk diferensiasi). Diferensiasi juga diartikan kemampuan untuk menyediakan nilai unik dari superior kepada pembeli dari segi kualitas, keistimewaan atau ciri-ciri khusus atau layanan purna jual.

b) Bauran pemasaran

Salah satu unsur dalam strategi pemasaran terpadu adalah bauran pemasaran. Menurut Kotler (2003) bauran pemasaran adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Lubis dan Erlina (2004) mendefinisikan bauran pemasaran adalah kombinasi variable atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran, variable mana dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pasar sasarannya. Menurut definisi tersebut bauran pemasaran adalah kombinasi instrument yang tepat untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan yang terutama terfokus kepada target pasar yaitu konsumen perusahaan.

c) Unsur Nilai Pemasaran

1. Merek atau *brand*

Merek bukanlah nama yang disandang oleh sebuah produk, tetapi juga sebagai alat penanda bagi penjual ataupun produsen, untuk mengidentifikasi produk yang kita tawarkan kepada pelanggan

2. Pelayanan atau *service*

Pelayanan merupakan nilai yang berkaitan dengan pembelian jasa pelayanan kepada konsumen (Rangkuti, 2004)

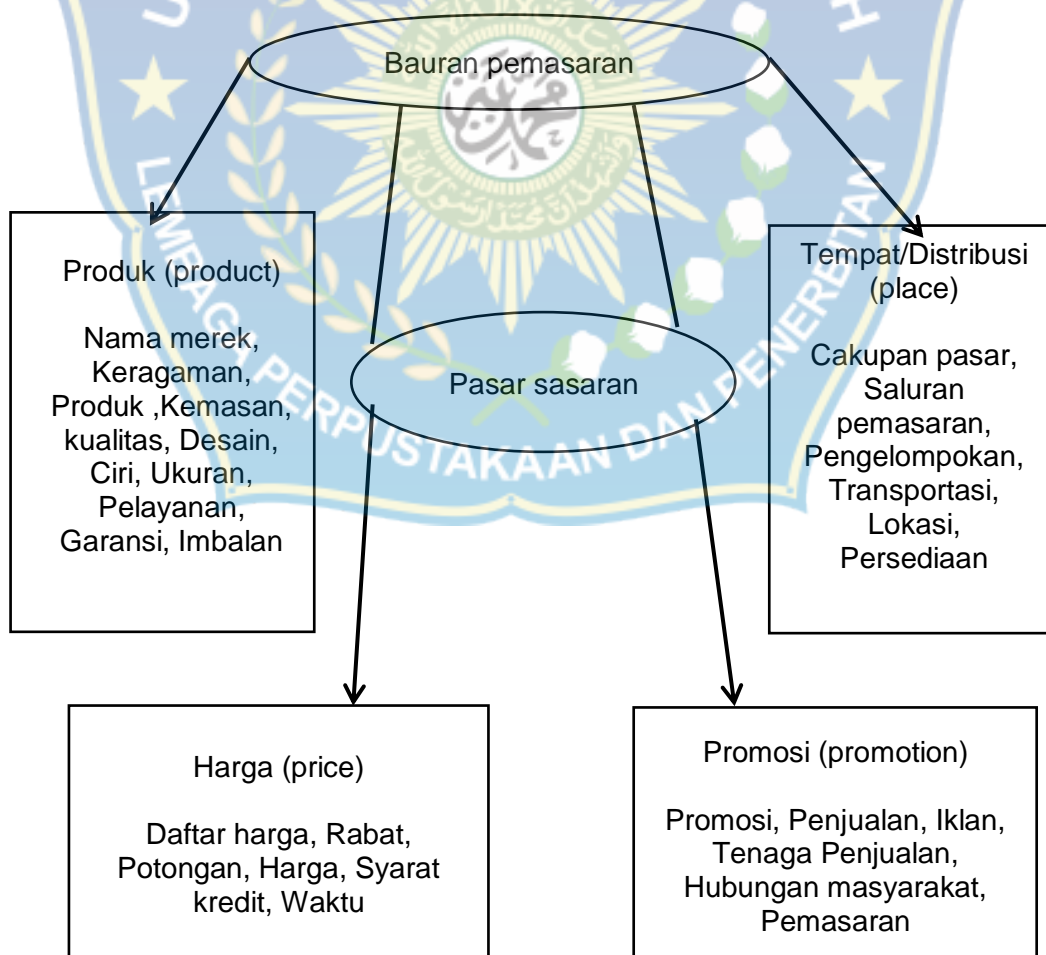
3. Proses

Proses merupakan nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung (Rangkuti, 2004)

F. Konsep Bauran Pemasaran

Menurut Kotler (2005), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai seperangkat alat pemasaran digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari apa saja yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya.

Mc Carthy dalam Kotler (2005), mengemukakan bahwa bauran pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang luas dikenal dengan empat P, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Dari masing-masing unsur empat P tersebut terdapat elemen-elemen di dalamnya, masing-masing unsur P ditunjukkan pada Gambar 1.



Kempat komponen pemasaran tersebut dirasakan efektif untuk membantu menetapkan strategi pemasaran perusahaan yang apabila digunakan secara tepat agar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Perusahaan mempersiapkan sebuah bauran pemasaran dimulai dari produk, pelayanan, dan harga serta memanfaatkan bauran promosi yang terdiri dari promosi penjualan, iklan, tenaga penjualan, hubungan masyarakat, surat menyurat secara langsung, dan telemarketing untuk mencapai saluran distribusi dan pelanggan sasaran

G. Manajemen Strategis

Manajemen strategis sebagai suatu bidang ilmu menggabungkan kebijakan bisnis dengan lingkungan dan tekanan pada strategi. Hunger *et al* (2003) mendefinisikan manajemen strategis adalah keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka waktu panjang. Strategi meliputi pengalaman lingkungan, perumusan strategi (perencanaan strategis atau perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Philip Kotler (2000) mengartikan manajemen strategi sebagai proses manajerial untuk mengembangkan dan menjaga agar tujuan, keahlian dan sumberdaya organisasi sesuai dengan peluang pasar yang terus berubah. Tujuan utama dari perencanaan strategis adalah untuk membentuk serta menyempurnakan usaha bisnis dan produk perusahaan sehingga memenuhi target laba dan pertumbuhan.

Dari defenisi tersebut dapat dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai cara melaksanakannya, yang dibuat oleh

manajemen puncak dan di implementasikan oleh seluruh jajaran dalam sebuah organisasi mencapai tujuannya.

H. Analisis Lingkungan Usaha

Menurut (Dirganoro 2001) analisis lingkungan dilakukan dengan tujuan utama adalah untuk melihat kemungkinan-kemungkinan peluang (*opportunity*) yang bisa muncul serta kemungkinan-kemungkinan ancaman (*threat*) yang biasa terjadi akibat perubahan-perubahan lingkungan bisnis atau industri maupun lingkungan internal organisasi. Analisis juga dilakukan terhadap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang ada dalam organisasi untuk melihat seberapa besar organisasi dapat memanfaatkan peluang yang ada atau mengantisipasi ancaman dan tantangan yang muncul.

1. Lingkungan eksternal

David (2006) menyatakan bahwa lingkungan eksternal dibagi menjadi lima kekuatan, yaitu (1) kekuatan ekonomi, (2) kekuatan social, budaya, demografis, dan lingkungan, (3) kekuatan politik, pemerintahan, dan hukum, (4) kekuatan teknologi, dan (5) kekuatan kompetitif. Lingkungan eksternal menekankan pada pengenalan dan evaluasi kecenderungan peristiwa yang berada diluar kendali sebuah perusahaan. Tujuan analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan suatu daftar peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindarinya.

2. Lingkungan internal

Umar (2005) menyatakan bahwa analisis internal terdiri dari sumberdaya manusia, pemasaran, keuangan, serta kegiatan produksi-operasi. Lingkungan internal perusahaan adalah lingkungan yang berada di dalam perusahaan tersebut dan secara normal memiliki implikasi langsung dan khusus pada

pencapaian tujuannya. Lingkungan internal dapat menentukan kinerja perusahaan sesuai dengan sumberdaya yang dimiliki, kapabilitas dan kompetensi inti. Analisis lingkungan internal dimaksudkan untuk mengembangkan daftar kekuatan yang dimanfaatkan oleh perusahaan dan daftar kelemahan yang harus diatasi oleh perusahaan tersebut.

I. Analisis SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunities-Threats*)

1. Variabel SWOT

- a. *Strengths* adalah faktor perusahaan yang menguntungkan untuk mencapai sasaran yang termasuk dalam unsur-unsur ini adalah:
 - a) Pangsa pasar yang meningkat
 - b) Saluran distribusi yang jelas
 - c) Kebijakan harga
 - d) Semangat kerja yang tinggi
 - e) Tersedianya sumberdaya yang mencukupi
- b. *Weaknesses* adalah faktor yang menghambat atau membatasi organisasi dalam mencapai sasaran. Yang termasuk dari unsur ini adalah:
 - a) Semangat kerja yang rendah
 - b) Mutu prroduk yang tidak memenuhi standar
 - c) Budaya kerja yang buruk
- c. *Opportunies* adalah keadaan eksternal perusahaan yang memberi kesempatan berkembangnya atau berhasilnya perusahaan dalam mencapai sasaran. Yang termasuk dalam unsur ini adalah:
 - a) Daya beli konsumen yang meningkat
 - b) Mesin cetak baru
 - c) Persaingan harga

- d) Tingkat pertumbuhan industri
 - e) Hubungan antar wilayah terjalin dengan baik
- d. *Threats* adalah factor-faktor eksternal yang mengancam atau menghambat perusahaan dalam mencapai sasaran. Yang termasuk dalam unsur ini adalah:
- a) Perkembangan teknologi
 - b) Tingkat inflasi
 - c) Ketatnya persaingan dalam industry
 - d) Kebijakan pemerintah
 - e) Situasi politik yang kacau.

Menurut Kotler dan Keller (2009) analisis SWOT (*Strengths-Weakness-Opportunities-Threats*) adalah sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi. yaitu

1. Strategi SO (kekuatan-peluang)

Strategi ini merupakan strategi yang memadukan kekuatan yang dimiliki perusahaan dan memanfaatkan peluang yang ada

2. Strategi WO (kelemahan-peluang)

Strategi ini meminimalkan kelemahan yang dimiliki perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada dilingkungan perusahaan.

3. Strategi ST (kekuatan-ancaman)

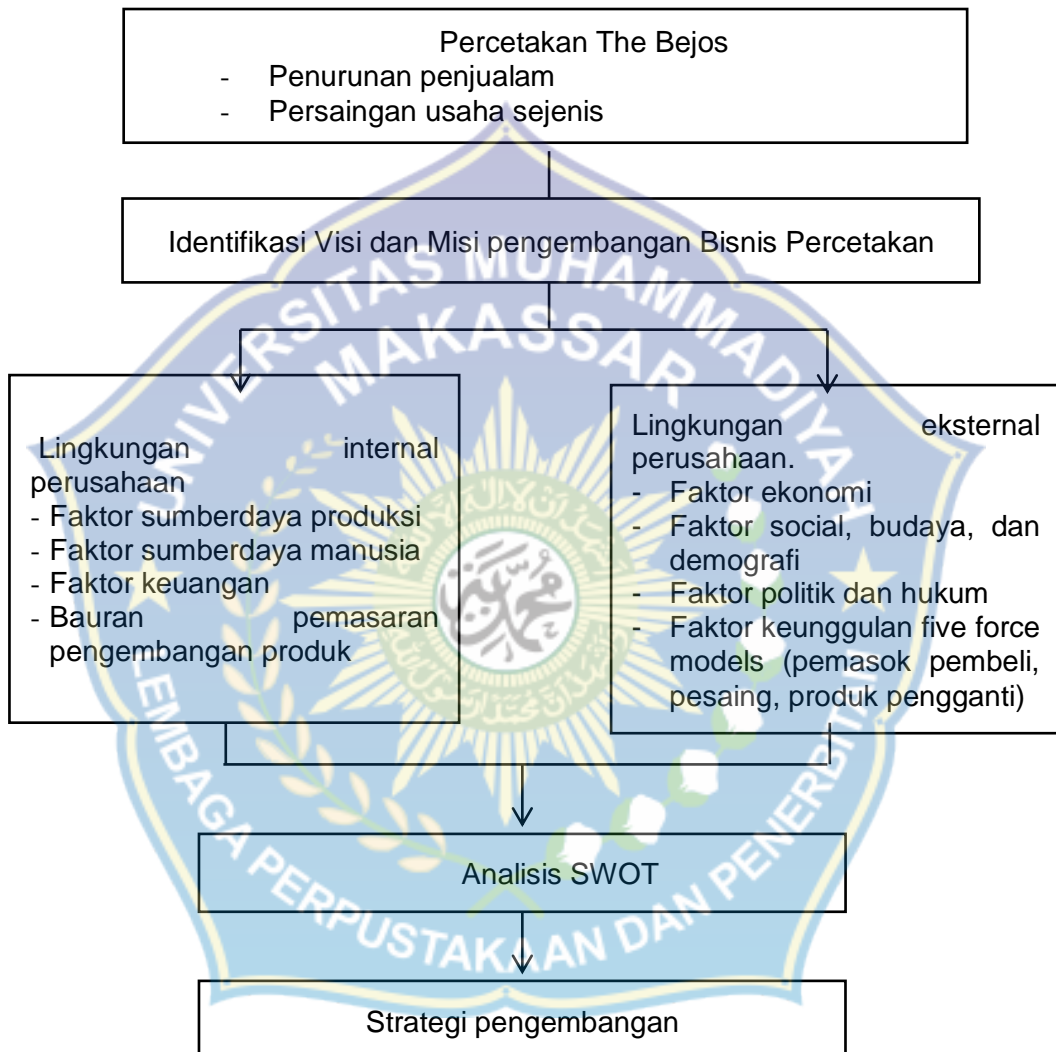
Strategi ini mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki perusahaan dalam menghindari ancaman yang ada di lingkungan perusahaan

4. Strategi WT (kelemahan-ancaman)

Strategi ini adalah strategi dengan meminimalkan kekurangan yang ada di perusahaan dan berusaha menghindari ancaman yang ada.

J. Kerangka Konsep

Berdasarkan latar belakang dan rumusan permasalahan yang telah diuraikan maka skema kerangka pemikiran penelitian dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 2 Kerangka pemikiran

Alur kerangka pemikiran ini diawali dengan identifikasi visi, misi dan tujuan perusahaan, kemudian penelitian langsung diarahkan dengan mengidentifikasi faktor-faktor fungsi internal dan eksternal yang perlu

dipertimbangkan perusahaan dalam pemilihan alternatif strategi. Analisis lingkungan internal dilakukan untuk menilai hal-hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk menentukan hal-hal yang menjadi peluang dan ancaman bagi perusahaan. Dari hasil identifikasi tersebut kemudian akan dimasukkan kedalam kerangka konsep perumusan strategi.

K. Tinjauan Empiris

Penelitian Terdahulu

Tabel 2

| No | Nama/Tahun | Judul | Metode penelitian | Hasil |
|----|----------------------|--|--|---|
| 1 | Kurniawan (2016) | Strategi pengembangan bisnis percetakan pada CV Cahaya ibu | kualitataif | -Perkembangan bisnis percetakan cahaya ibu yaitu terdapat kekuatan yang saat ini dimiliki oleh perusahaan seperti manajemen bersifat kekeluargaan dan kerja sama yang cukup bagus. |
| 2 | zainul Arifin (2015) | Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (studi pada batik diajeng solo) | Penelitian Deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kualitatif | - target pasar produk Batik Diajeng solo adalah konsumen batik seragam dan bagi perusahaan,event organizer,pabrik,hotel instansi dan pemerintah maupun sekolah - posisi pasar batik diajeng tetap mefokuskan menjadi alternatif utama produk batik,terutama batik seragam dan kombinasi dengan memberikan kualitas produk yang baik. |

| | | | | |
|---|---|---|-------------|--|
| 3 | Arlina Nurbaity lubis (2014) | Strategi pemasaran dalam persaingan | kuantitatif | -perusahaan dapat menentukan dengan baik strategi pemasarannya, serta strategi bersaingnya, untuk tetap maju dan berkembang ditengah tengah persaingan |
| 4 | Hany Setyorini,mas"ud effendi,imam santoso (2016) | Analisis strategi pemasaran menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (studi kasus restoran WS Seokarno Hatta Malang) | kuantitatif | - Persaingan semakin meningkat, terutama disepanjang jalan Seokarno Hatta yang terdapat diberbagai macam restoran sehingga kuat persaingan didaerah tersebut -warung (WS) sudah melakukan berbagai macam pemasaran tetapi masih dilakukan secara kontiyu. |
| 5 | Raditya (2014) | Analisis Strategi pengembangan bisnis UMKM (studi kasus: bisnis narrow fabric PT. Mitra Galang Sejahterah) | kualitatif | -Merumuskan strategi pengembangan bisnis narrow fabric dengan menggunakan analisi swot bahwa usaha bahwa usaha tersebut termasuk usaha ke dalam tahap tumbuh kembang. |

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian 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 gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami (Yusuf, 2014). Anggito dan Setiawan (2010), mengemukakan bahwa metode 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 The Bejos Screen Printing 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 (Moleong, 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 Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo)” yang objek utamanya merupakan usaha kecil menengah (UKM) Percetakan The Bejos Screen Printing di Kota Palopo.

C. Pemilihan Lokasi dan Situs Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Percetakan The Bejos Screen Printing yang berlokasi di Jalan Sungai Preman 2, Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Percetakan The Bejos Screen Printing merupakan salah satu usaha dibidang media cetak dan menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, sehingga perlu melakukan perumusan strategi pengembangan bisnis.

D. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder yang bersifat kualitatif serta berasal dari sumber internal dan external perusahaan. Data primer diperoleh langsung dari pihak manajemen atau pemilik dan pelanggan dari Percetakan The Bejos Screen Printing melalui wawancara, laporan internal perusahaan, pengamatan secara langsung (observasi). Data sekunder diperoleh melalui literature 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. Pengumpulan Data

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 tanya jawab langsung. Wawancara dilakukan dengan pemilik perusahaan dan pelanggan dari Percetakan The Bejos Screen Printing. Pelanggan memiliki peran penting dalam kemajuan perusahaan

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.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Instrumen yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini adalah instrumen pokok dan instrumen penunjang. Instrumen pokok adalah

manusia itu sendiri sedangkan instrumen penunjang adalah pedoman observasi dan pedoman wawancara.

1. Instrumen pokok dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai instrumen dapat berhubungan langsung dengan responden dan mampu memahami serta menilai berbagai bentuk dari interaksi di lapangan. Menurut Moleong (2007) Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya. Ciri-ciri umum manusia sebagai instrumen mencakup sebagai berikut:

- a. Responsif, manusia responsif terhadap lingkungan dan terhadap pribadi-pribadi yang menciptakan lingkungan.
- b. Dapat menyesuaikan diri, manusia dapat menyesuaikan diri pada keadaan dan situasi pengumpulan data.
- c. Menekankan keutuhan, manusia memanfaatkan imajinasi dan kreativitasnya dan memandang dunia ini sebagai suatu keutuhan, jadi sebagai konteks yang berkesinambungan dimana mereka memandang dirinya sendiri dan kehidupannya sebagai sesuatu yang real, benar, dan mempunyai arti.
- d. Mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan, manusia sudah mempunyai pengetahuan yang cukup sebagai bekal dalam mengadakan penelitian dan memperluas kembali berdasarkan pengalaman praktisnya.
- e. Memproses data secepatnya, manusia dapat memproses data secepatnya setelah diperolehnya, menyusunnya kembali, mengubah arah inkuiri atas dasar penemuannya, merumuskan hipotesis kerja ketika di lapangan, dan mengetes hipotesis kerja itu pada respondennya.

- f. Memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasikan dan mengikhtisarkan, manusia memiliki kemampuan untuk menjelaskan sesuatu yang kurang dipahami oleh subjek atau responden.
- g. Memanfaatkan kesempatan untuk mencari respons yang tidak lazim dan disinkratik, manusia memiliki kemampuan untuk menggali informasi yang lain dari yang lain, yang tidak direncanakan semula, yang tidak diduga sebelumnya, atau yang tidak lazim terjadi.

Untuk membantu peneliti sebagai instrumen pokok, maka peneliti membuat instrumen penunjang. Dalam penyusunan instrumen penunjang tersebut pemilihan metode yang akan digunakan peneliti ditentukan oleh tujuan penelitian, sampel penelitian, lokasi, pelaksana, biaya dan waktu, dan data yang ingin diperoleh. Dari tujuan yang telah dikemukakan tersebut, dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Setelah ditentukan metode yang digunakan, maka peneliti menyusun instrumen pengumpul data yang diperlukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

- 2. Instrumen kedua dalam penelitian ini adalah dengan metode wawancara. Secara umum, penyusunan instrumen pengumpulan data berupa pedoman wawancara dilakukan dengan tahap-tahap berikut ini :
 - a. Mengadakan identifikasi terhadap variabel-variabel yang ada di dalam rumusan judul penelitian atau yang tertera di dalam problematika penelitian.
 - b. Menjabarkan variabel menjadi sub atau bagian variabel
 - c. Mencari indikator setiap sub atau bagian variabel.
 - d. Menderetkan deskriptor menjadi butir-butir instrumen.
 - e. Melengkapi instrumen dengan pedoman atau instruksi dan kata pengantar

3. Instrumen ketiga dalam penelitian ini adalah dengan observasi. Secara umum, penyusunan instrumen pengumpulan data berupa observasi dilakukan dengan tahap-tahap berikut ini :
- a. Mengadakan identifikasi terhadap variabel-variabel yang ada di dalam rumusan judul penelitian atau yang tertera di dalam problematika penelitian.
 - b. Menjabarkan variabel menjadi sub atau bagian variabel.
 - c. Mencari indikator setiap sub atau bagian variabel.
 - d. Menderetkan deskriptor menjadi butir-butir instrument
 - e. Melengkapi instrumen dengan pedoman atau instruksi dan kata pengantar (Suharsimi Arikunto, 2005)

G. Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik 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.

Tabel 2.2 Matriks SWOT

| | | |
|--------------------------------------|--|---|
| Analisis Internal | Kekuatan (S) faktor-faktor kekuatan | Kelemahan (W) faktor-faktor kelemahan |
| Analisis Eksternal | | |
| Peluang (O) faktor-faktor peluang | S-O Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang | W-O Strategi mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang |
| Ancaman (T) faktor-faktor ancaman | S-T Strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman | W-T Strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman |

Sumber David (2006)

Terdapat delapan tahapan dalam membentuk matriks SWOT, yaitu:

1. Menuliskan peluang eksternal perusahaan yang menentukan
2. Menuliskan ancaman eksternal perusahaan yang menentukan
3. Menuliskan kekuatan internal perusahaan yang menentukan
4. Menuliskan kelemahan internal perusahaan yang menentukan
5. Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat
6. Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat
7. Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat
8. Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.

Hasil dari matriks SWOT ini diharapkan dapat memberikan beberapa alternatif strategi dalam pengembangan usaha yang dapat dipilih oleh pihak manajemen perusahaan, agar tujuan awal dari organisasi tercapai dan kegiatan usaha perusahaan mampu memberikan hasil yang maksimal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo

Usaha kecil dan menengah (UKM) Mempunyai peran strategis dalam pembangunan ekonomi Nasional , oleh karna selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan peyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Pengembangan UKM perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya.

Percetakan adalah sebuah proses industri untuk memproduksi secara massal tulisan dan gambar, terutama dengan tinta diatas kertas menggunakan sebuah mesin cetak. Percetakan merupakan sebuah sebagian penting dalam penerbitan dan percetakan dan percetakan transaksi. Banyak buku, koran, brosur, flyer dan majalah sekarang ini biasanya dicetak menggunakan teknik percetakan offset. Image yang akan dicetak di print diatas film lalu ditransfer ke plat cetak. Warna-warna bisa didapatkan dengan menimpakan beberapa pola warna dari setiap plat offset sekaligus.

Bisnis Percetakan The Bejos Screen Printing Kota palopo Merupakan usaha kecil menengah keluarga Bapak Zamsuddin rasyid yang berdiri sejak tahun 2013 dan nama Bisnisnya dahulu adalah Percetakan Matajang. Namun pada tahun 2017 bisnis percetakan diambil alih dan berubah kepemilikan serta berubah nama menjadi Percetakan The Bejos Screen Printing. Percetakan The Bejos Screen Printing bergerak dibidang industri kreatif percetakan yang berada dijalan sungai pereman 2 kota palopo, yang memliki hasil produksi sablon baju,

sablon Totebag dan stringbag. Dari tahun 2013 sampai sekarang Bisnis percetakan ini terus berkembang yang ditandai oleh bertambahnya jumlah karyawan, bertambahnya jumlah alat cetak sablon serta jumlah konsumen yang semakin banyak hingga sampai saat ini.

Gambar 1.3



2. Visi, Misi dan tujuan percetakan The Bejos Screen Printing

Dengan hasil Observasi penelitian ini, Visi dan Misi dalam sebuah organisasi sangatlah penting untuk mengarahkan tujuan organisasi serta langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan, visi dan misi dan tujuan harus dikomunikasikan dengan baik kepada seluruh pihak yang terlibat dalam menjalankan visi dan misi tersebut. Jika dirumuskan dan dijalankan dengan baik, pernyataan visi, misi dan tujuan akan memiliki dampak yang positif dalam pencapaian target dan tujuan organisasi.

The Bejos Screen Printing memiliki visi, misi dan tujuan yang jelas secara tertulis. Meskipun demikian, bukan berarti The Bejos Screen Printing tidak memiliki tujuan yang jelas. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik didapatkan bahwa visi The Bejos Screen Printing yaitu :

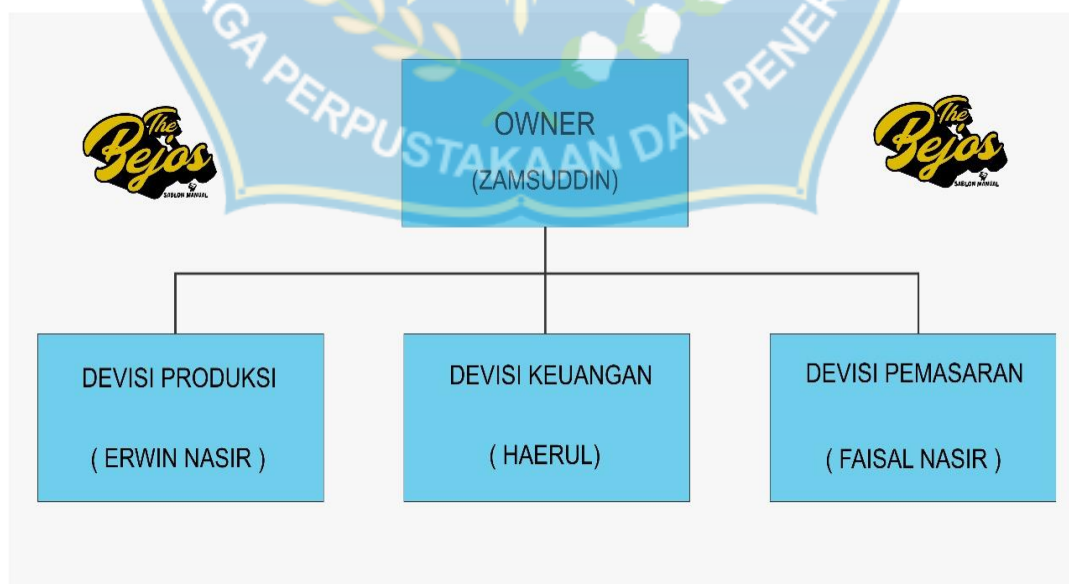
“Memajukan usaha sablon dan professional dalam melayani konsumen”, dan misi The Bejos Screen Printing yaitu, memberikan kebebasan konsumen dalam memilih jenis kain, sablon dan gambar, melayani pembuatan desain gambar

sablon. Sedangkan tujuan dari bisnis percetakan The Bejos Screen Printing ini adalah untuk memuaskan pelanggan dengan hasil sablon yang berkualitas,serta mengembangkan hobi dan talenta yang dimiliki dan menjadikan suatu bisnis menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lingkungan sekitar,sehingga mampu meningkatkan taraf hidup mereka.

3. Struktur Organisasi The Screen Printing Kota palopo

Organisasi dapat diartikan sebagai wadah,sistem atau kegiatan kelompok orang yang saling berkerja sama untuk mencapai satu tujuan tertentu yang memerlukan suatu struktur dalam pengaturan dan tanggung jawab. The Bejos Screen Printing merukan usaha kecil yang memiliki struktur organisasi yang sangat sederhana. Struktur organisasi The Bejos Screen Printing terdiri dari owner,devinisi produksi,devinisi keuangan dan devinisi pemasaran.

Gambar 1.4 struktur organisasi



4. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab

a. Pimpinan Perusahaan (owner)

Pimpinan The Bejos Screen Printing adalah bapak Zamsuddin Rasyid, yang juga merupakan pemilik The Bejos Screen Printing kota Palopo, 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, aksesoris serta peralatan. Selain itu pimpinan The Bejos bertanggung jawab dalam proses produksi, menetapkan harga produk, mengkoordinir penjualan, memegang keuangan dan menjaga hubungan baik dengan tenaga kerja maupun konsumen.

b. Devinis Produksi

Bagian Produksi The Bejos Screen Printing adalah bapak Erwin Nasir memiliki tugas untuk melakukan kegiatan produksi sesuai dengan instruksi pimpinan. Tugas Devinis produksi pada The Bejos Screen Printing antaranya melakukan proses produksi dari pembuatan pola Desain, menyiapkan barang dalam pembuatan sablon, mengerjakan hasil produksi sampai selesai. Devinis Produksi juga wajib melapor apabila ada kerusakan pada mesin dan memastikan mesin yang biasa digunakan dalam keadaan baik.

c. Devinis keuangan

Bagian Keuangan adalah bapak Herul. Bagian Tenaga kerja yang merupakan tenaga kerja yang biasanya merupakan memberi upah dari hasil kerja karyawan diambil per hari. Penilaian untuk pemberian upah dilihat dari keterampilan dalam bekerja, tingkat kesulitan pekerjaan dan lamanya bekerja. Ada juga pembayaran sistem borongan apabila ada kegiatan tertentu seperti

misalnya The Bejos Screen Printing sedang mendapatkan order dari pihak lain untuk membuat Sablon baju dan Totebag baik dari instansi, Sekolah dan lainnya, devinis keuangan merupakan tenaga kerja yang mengatur pembelian bahan baku percetakan dan mengendalikan keuangan antara penerimaan dan pengeluaran.

d. Bagian Pemasaran

Bagian Pemasaran The Bejos Screen Printing adalah bapak Faisal Nasir bertugas untuk menawarkan produk kepada konsumen, mencatat orderan dan jangka waktu pembuatan, mengantarkan produk sampai tempat konsumen dan memperluas pemasaran. Tenaga kerja Bagian Pemasaran The Bejos Screen Printing merupakan tenaga kerja yang tugasnya mempromosikan bisnis dengan membagikan brosur, dan mempromosikan lewat media sosial dan merumuskan riset pemasaran sesuai trend yang terjadi dipasar khususnya pada produk pesaing yang serupa.

e. Jenis sablon percetakan The Bejos Screen Printing

Dari hasil wawancara dengan pemilik Bisnis Percetakan The Bejos Screen Printing, mengerjakan sablon baju secara Manual, walaupun jenis sablon manual ada beberapa macam unit yang ada dipercetakan The Bejos Screen printing. Kebanyakan orang hanya mengetahui semuanya secara umum sebagai sablon yang dilakukan dengan cara manual, sehingga percetakan The Bejos Screen Printing Menawarkan beberapa unit kepada pelanggan yaitu :

1. Sablon Plastisol

Sablon tersebut adalah sablon Plastisol dengan jenis tinta *oil based*.

Sablon ini memiliki karakteristik hasil yang tebal dan tahan lama dibandingkan sablon lain.

2. Sablon Rubber

Sablon yang satu ini menggunakan bahan dasar karet (*rubber*) desain kaos yang dicetak dengan teknik sablon rubber memiliki sifat yang elastis dan lembut saat diraba.

3. Sablon CMWK

Jenis sablon ini memiliki hasil yang lebih halus dan menyerap dengan baik permukaan kaos. Hanya saja hasil warna sablonnya tidak terlalu terang dibandingkan sablon lain.

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 The Bejos Screen Printing Kota Palopo.

Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara mengadakan wawancara dan diskusi terfokus (FGD) secara langsung dengan pemilik atau masyarakat pelanggan Percetakan The bejos Screen Printing. Dan data sekunder 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 seluruh informan yang melakukan wawancara adalah Pihak manajemen (pemilik/ pemimpin) serta masyarakat pelanggan percetakan The Bejos screen Printing Kota Palopo. Adapun hasil

wawancara oleh pihak manajemen (pemimpin/pemilik) usaha Percetakan The Bejos Screen Printing dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 2.3
kisi-kisi instrumen penelitian Strategi pemasaran The Bejos Screen Printing

| variabel penelitian | Indikator |
|--|--|
| Strategi pemasaran The Bejos Screen Printing Kota Palopo | 1. Audit manajemen 2. Produksi Percetakan 3. Keuangan 4. Sumber daya manusia (Sdm) 5. Bauran Pemasaran 6. Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan The Bejos Screen Printing 7. Strategi pemasarannya |

Sumber : Dioalah penulis, 2019

Informan oleh pihak manajemen (pemimpin/pemilik) usaha percetakan The Bejos Screen Printing atas nama Zamsuddin rasyid, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa indikator pertanyaan sebagai berikut.

1. Audit Manajemen Percetakan The Bejos Screen printing

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada bapak Zamsuddin nasir selaku pemimpin/ pemilik usaha peretakan The Bejos Screen Printing menanyakan tentang bagaimana Audit manajemen yang dimiliki oleh usaha pecertakan The Bejos screen Printing. Dari indikator pertanyaan tersebut bapak Zamsuddin 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 bagian devisi keuangan,dan devisi bagian produksi diambil alih tidak lain oleh adik saya sendiri Erwin nasir dan devisi pemasaran oleh Faisal nasir,dan deskripsi kerja dan spesifikasi pekerjaan di usaha kami sudah jelas semua 3

karyawan memiliki masing pekerjaan yaitu bagian desain, bagian cetak, dan bagian mengeringkan semua melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawab masing-masing". (wawancara pada hari kamis 14 juni 2019)

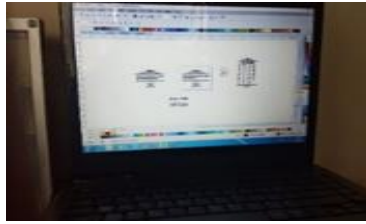
2. Produksi percetakan The Bejos Screen Printing

Kemudian peneliti lebih lanjut melakukan wawancara kepada informan mengenai apa saja yang diproduksi dalam usaha percetakan, serta Bagaimana Proses Produksi percetakan The Bejos Screen Printing? Dan apa fasilitas, perlengkapan mesin dalam kondisi baik? Beliau menjawab “

Percetakan The Bejos menawarkan beberapa produksi kepada masyarakat yaitu antara lain, desain sablon baju, sablon Tote bag dan string Bag. Tetapi yang paling banyak permintaan pelanggan hanyalah Sablon baju. Pada usaha percetakan The Bejos Screen Printing” memiliki produksi khusus, karena di usaha ini tidak hanya menerima orderan sablon baju tetapi juga menerima orderan sablon Tote bag dan String Bag. Jika ada pelanggan memiliki pilihan jenis kain dan jenis desain gambar sendiri maka mengerjakan desain Sablon sesuai dengan permintaan pelanggannya tersebut. Kemudian pihak informan memberikan jawaban secara rinci mengenai bahan baku apa saja dipergunakan saat mendesain sablon dan memperlihatkan proses produksi Percetakan The Bejos Screen Printing beserta gambarnya sebagai berikut. Bahan baku dalam percetakan yaitu, Emulsi, rubber, minyak tanah, tinta, penguat screen, top coat dan blinder.

Gambar 1.5 Langkah-langkah Proses Produksi percetakan Sablon kaos polos, totebag dan Spring Bag sebagai berikut :

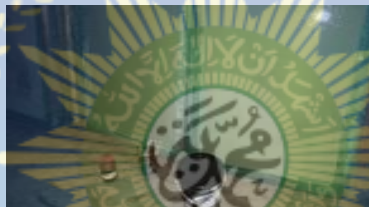
a) Desai gambar dengan corel draw



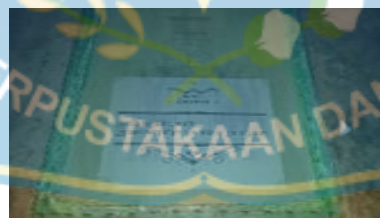
b) mencetak gambar melalui Printer



c) Mengafdruk screen sablon dengan obat screen



d) memindah gambar yang sudah diprint ke screen sablon yang sudah diberi obat



e) Sediakan media yang akan disablon



f) Masukkan triplex yang sudah diberi lem meja dalam kaos



g). Ambil pasta pasta yang akan digunakan



h) Tuangkan kedalam screen



i) Letakan screen diatas media yang akan disablon



j) tarik perlahan pasta yang ada discreen dengan menggunakan raket



k) Keringkan



“Kalau fasilitas apa saja dan kondisi perlengkapan mesinnya lumayan baik semuanya kalau fasilitasnya yang ada it meja sablon, screen, rakel, leptop, Cpu, Print, alat semprot Screen (watergun), hotgun, tinta sablon dan obat afdruck sablon.

3. Keuangan The Bejos Screen Printing Palopo

Modal mempunyai peranan yang penting dan selalu diperlukan sebagai langkah awal mendirikan sebuah usaha. Sama halnya seperti peneliti melanjutkan pertanyaan kepada informan mengenai bagaimana usaha percetakan The Bejos memperoleh modal usaha? Dan Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?. Beliau menjawab sebagai berikut:

Modal awal yang dipergunakan untuk mendirikan usaha percetakan The Bejos Screen Printing berasal dari tabungan pribadi. Di dalam pengaturan keuangan The Bejos Screen Printing masih menggunakan pembukuan secara sederhana, setiap ada pembelian masih dicatat secara manual. Jadi berapa kenaikan dari tahun ke tahun tidak dapat diketahui secara pasti. Dalam hal pengelolaan keuangan usaha The Bejos Screen Printing tidak pernah melakukan pembukuan seperti membuat laporan keuangan harian maupun bulanan serta laporan laba rugi dan penjualan dalam mengelola keuangan untuk keperluan pribadi dengan keperluan pengeluaran produksi pun tidak ada perhitungan terpisah. Apabila ada sejumlah pemasukan, maka akan digunakan untuk

membeli bahan baku dan memberi upah tenaga kerja yang dibayarkan secara peroderan sablon baju. Kalau mengenai Kondisi keuangan usaha percetakan The Bejos menurut saya setiap tahunnya kondisinya stabil ,apa lagi disaat setiap masuk tahun ajaran baru percetakan The Bejos dapat pelanggan yang cukup banyak sehigga usaha mendapatkan pemasukka yang lumayan cukup banyak.

4. Sumber Daya Manusia The Bejos Screen Printing

Berdasarkan indikator wawancara selanjutnya yang dilakukan peneliti terhadap Sumber daya manusia usaha percetakan tentang Berapa jumlah karyawannya ?dan Apakah semangat kerja para karyawan selalu tinggi?

Usaha The Bejos Screen Printing, dimana pemilik usaha Percetakan dalam menjalankan usahanya memliki 3 orang karyawan tetap. Tenaga kerja tersebut direkrut oleh pemilik usaha percetakan The bejos yaitu dari teman dekat, dan tetangga. Mengenai alasan mengapa pekerja dari tetangga atau saudara sendiri adalah karena masih banyak yang belum mendapatkan pekerjaan.

Semangat para kerja karyawannya untuk sampai saat ini selalu tinggi dengan menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan benar. Adapun masalah yang disampaikan oleh informan terhadap ketenaga kerjaan yang dihadapi usaha percetakan The Bejos yaitu, tidak menetapnya permintaan pelanggan yang datang secara tiba tiba sehingga dengan 3 orang karyawan yang dimiliki The Bejos tidak mampu meyelesaikan sablonan yang cukup banyak sehingga pemilik usaha berusaha mencari teman dekat atau tetangga terdekat yang mempunyai waktu luang untuk membantu mengerjakan pekerjaan sablon.Ttidak mudah untuk informan mencari pekerja karna kadang mereka memiliki kesibukkan masing-masing.

5. Bauran pemasaran The Bejos Screen Printing

a. Produk

Dengan hasil wawancara tentang Produksi yang ada di usaha percetakan Bapak zamsudin, kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan The Bejos Screen Printing? apakah ada pengklasifikasian produknya?. Berikut jawaban dari hasil wawancara bapak zamsuddin sebagai informan peneliti.

“Seperti saya sudah jelaskan tadi, sejauh ini Produk yang dihasilkan di usaha percetakan kami yaitu hanya menawarkan beberapa produksi kepada masyarakat yaitu antara lain, desain sablon baju, sablon Tote bag dan string Ba. Tetapi yang paling banyak permintaan pelanggan hanyalah Sablon baju. Pada usaha percetakan The Bejos Screen Printing” memiliki produksi khusus, karena di usaha ini tidak hanya menerima orderan sablon baju tetapi juga menerima orderan sablon Tote bag dan String Bag. Tentang pengklasifikasian produknya Adapun jenis produk bahan kain yang kami tawarkan dalam produksi sablon kaos, Tote Bag, Spring Bag yang dipasarkan oleh The Bejos Screen Printing pada tabel berikut.

Tabel 2.4. jenis produk dan bahan percetakan The bejos Screen Printing.

| Jenis Produk | Bahan |
|--------------------------------|---|
| Kaos Tote Bag Spring Bag | cotton combed 24s dan 30s Kain drill Kain drill |

Selain itu Kebanyakan pelanggan hanya mengetahui semuanya secara umum sebagai sablon yang dilakukan dengan cara manual, tidak memiliki variasi jenis gambar sablon sehingga percetakan The Bejos Screen Printing

Menawarkan beberapa unit kepada pelanggan jenis model sablon sebagai berikut :

1. Sablon Plastisol

Sablon tersebut adalah sablon Plastisol dengan jenis tinta *oil based*. Sablon ini memiliki karakteristik hasil yang tebal dan tahan lama dibandingkan sablon lain.

2. Sablon Rubber

Sablon yang satu ini menggunakan bahan dasar karet (*rubber*) desain kaos yang dicetak dengan teknik sablon rubber memiliki sifat yang elastis dan lembut saat diraba.

3. Sablon CMWK

Jenis sablon ini memiliki hasil yang lebih halus dan menyerap dengan baik permukaan kaos. Hanya saja hasil warna sablonnya tidak terlalu terang dibandingkan sablon lain.

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga dikatakan penentu nilai suatu produk dibenak konsumen. Setiap usaha harus menetapkan harganya secara tepat. Selanjutnya peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang Siapa yang Menentukan Harga? Serta Bagaimana cara penetapan harga tersebut? Beliau menjawab sebagai berikut.

“Yang menentukan harga dalam usaha ini adalah saya sendiri sebagai pemilik usaha percetakan ini, harga yang kami tetapkan tergantung pada jumlah banyaknya orderan sablon kaos, tote bag dan Spring bag. Selain itu harga juga mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan produk yang

dipasarkan maka sablon kaos,totebag, Spring bag diatas 1 lusin mendapatkan potong harga sekitar 5%-10%. Jadi penetapan harga oleh pemilik Bisnis usaha percetakan The Bejos Screen Printing untuk tiap produksinya sebagai berikut:

Tabel 2.5 penetapan harga produksi

| Jenis Produk | Harga (RP) |
|-------------------------------|--------------------------|
| Kaos Sablon dibawah 1 lusin | Rp. 85.000,00 /pcs |
| Kaos sablon diatas 1 lusin | Rp. 75.000,00 /pcs |
| Tote Bag / lusin dan satuan | Rp. 50.000 / pct,satuan |
| String Bag / lusin dan satuan | Rp. 50.000 / pct ,satuan |

c. Tempat/Distribusi

Peneliti selanjutnya memberikan pertanyaan kepada informan mengenai Pada segmen manakah usaha percetakan The Bejos Screen printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“Pihak informan awalnya tidak mengerti atas pertanyaan peneliti, peneliti pun memberikan penjelasan tentang segmen pasar yang dimana Segmentasi pasar merupakan suatu usaha untuk meningkatkan ketepatan pemasaran perusahaan. segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar. Apabila segmentasi telah dilakukan, maka perusahaan melakukan pemilihan satu atau beberapa segmen yang akan dimasuki.

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 "The Bejos Screen Printing membagi segmen pasarnya berdasarkan wilayah kota Palopo dan gaya hidup pelangganya, dan dari jawaban informa tersebut peneliti menarik kesimpulan bahwa usaha Percetakan The Bejos berada pada segmen variabel geografis dan variabel psikologis.

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

"Target pasar The Bejos Screen Printing 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 The Bejos kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai Kegiatan promosi seperti apa yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan The Bejos Screen Printing? Serta Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?. Informa pun menjawab:

"kegiatan promosi yang dilakukan usaha percetakan The Bejos dengan cara memperkenalkan dan memberitahukan dari mulut kemulut serta dengan membagi-bagikan Brosur kepada masyarakat. Kalau soal media yang digunakan percetakan The Bejos Screen Printing dalam mempromosikan usaha

ini dengan menggunakan media promosi di sosial media seperti istagram, facebook,dan twitter.”

6. Keunggulan, peluang dan acaman dari percetakan The Bejos Screen Printing

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

1. 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.
2. 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 :

- a. Kekuatan bisnis percetakan The Bejos Screen Printing adalah pada tingkat pelayanan, kreativitas 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 seperti distrik distro, rumah kaos polos palopo, toko mulia, dan toko usaha abadi
- b. Kelemahan bisnis percetakan The bejos screen Printing yang saya dapat dari pihak manajemen dan pelanggan percetakan The Bejos yaitu, Belum melakukan pencatatan keuangan secara teratur, Kurangnya Teknologi Terbaru karna usaha percetakan The Bejos Screen Printing masih melakukan sablon secara manual, Lokasi bisnis dan Lahan Parkir Untuk Pelanggan Yang Terbatas, Pemasaran dan kegiatan promosi belum meluas dan belum dilakukan secara maksimal dan kurangnya jumlah karyawan.
- c. Peluang bisnis percetakan yaitu Tingginya minat konsumen pada percetakan The bejos Screen Printing, 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.

- d. Ancaman bisnis percetakan The Bejos, 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 The Bejos Screen Printing Kota Palopo

Keberhasilan usaha akan sangat ditentukan oleh kemampuan usaha The Bejos Screen Printing untuk memasarkan usaha bisnis percetakannya. Kemudian peneliti lebih menggali informasi kepada informan dengan mempertanyakan tentang strategi yang digunakan dalam memasarkan produk The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab

Jadi terkait Strategi pemasaran dalam bisnis percetakan The Bejos pasti terdapat persaingan antara Bisnis percetakan yang sejenis lainnya, sehingga dalam menghadapi persaingan tersebut, bisnis Percetakan The Bejos Screen Printing memberikan pelayanan, kualitas produksi dan harga yang terbaik bagi pelanggan tetap maupun pelanggan baru. Selain itu, The bejos Screen Printing juga selalu memberikan diskon dengan orderan diatas 1 lusin dapat potongan harga 5-10%, teman atau orang yang membawa pelanggan untuk menyablون di percetakan The Bejos Screen Printing kami dan yang telah mempromosikan bisnis percetakan The bejos mendapatkan hadiah Totebag dengan sesuai nama sebagai tanda terima kasih, sehingga bisa saling menguntungkan.

Dalam strategi pemasaran percetakan The Bejos itu ada beberapa dikenal 4P, yaitu: produk (product), harga (price), tempat(place) dan promosi (promotion). Strategi dalam bidang pemasaran yang dilakukan pemilik bisnis

percetakan The Bejos Screen Printing dari produk, harga, tempat atau distribusi dan promosi, dan dilihat dari sudut pandang strategi segmentasinya dan target pasarnya ada juga dilihat dari sisi posisinya atau bisa juga disebut positioning, nah itu beberapa strategi pemasaran The Bejos Screen Printing.

Tabel 2.6

kisi-kisi instrumen penelitian Pelanggan The Bejos Screen Printing

| variabel penelitian | Indikator |
|--|---|
| UKM Percetakan The Bejos Screen Printing | 1. informasi mengenai Percetakan The Bejos Screen Printing 2. kualitas hasil percetakan 3. harga yang ditawarkan 4. lokasi usaha percetakan 5. Ketepatan waktu pemesanan 6. Kesetiaan pelanggan 7. Tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing |

Sumber: Diolah penulis 2019

1. Informan pertama, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Ririn Rizal

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Ririn Rizal pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“saya mendapatkan informasi tentang percetakan The Bejos Screen Printing dari teman/ kerabat yang juga pelanggan The Bejos” (wawancara pada hari senin 17 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“Menurut saya kualitas desainnya cukup kreatif dan bagus sesuai dengan keinginan saya dan bahan kaosnya sangat bagus kain kaosnya tidak panas, pokoknya sesuai harapan hasilnya.”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan?

Beliau menjawab:

“Harganya cukup terjangkau, apa lagi saya diberikan diskon 10% karna saya banyak orderan baju yang saya sablon di sini, sesuai harga degan kualitasnya”.

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“Lokasinya mudah dijangkau karna ditengah kota dekat dari kantor saya, tapi kalau masalah tempatnya ini usaha kurang strategis tempatnya karna tidak ada lahan parkirnya untuk pelanggan krna letak usahanya digang sempit lorong lorong kecil jadi mobil ku tidak bisa masuk, jadi harus jalan kaki masuk ke sini”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“Sudah dua kali saya sablon baju disini dan Alhamdulillah” bisa terselesaikan dengan waktu yang telah saya tentukan dan hasilnya memuaskan”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah “anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“Ya.. tergantung bagaimana dengan kualitas kerjanya ini Percetakan, kalau tetap dia pertahankan kualitas desainya tetap bagus saya akan disini lagi meyablon karna sudah dua kali mi saya melakukan pemesanan sablon disini”.

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“Tanggapan saya itu lumayan bagus mi ini usaha perlu lagi ditingkatkan desainnya, pemiliknya juga ramah, mau na dengar masukkan pelanggannya memberikan kebebasan juga memilih desain gambar

berani juga bertanggung jawab pemiliknya kalau ada kesalahannya ,”Yaa,,, harapan saya smoga tetap di pertahankan kualitas variasi desainnya.

2. Informan kedua, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Rahmat

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Rahmat pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“saya mendapatkan informasi tentang percetakan The Bejos Screen Printing dari teman” (wawancara pada hari senin 17 juni 2019)
Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas

hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“Kualitas desainnya bagus sesuai dengan keinginan saya dan bahan kain kaosnya sangat bagus.”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“Iya cukup terjangkau, harga sesuai jii” dengan kualitasnya ”.

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab:

“Mudah didapat lokasinya karna ada tercantum alamatnya digoogle maps”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“Iya tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaanya”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“Iya nanti kalau ada ivent, lagi dikampus saya pesan lagi disini selama masih bagus desain sablonnya”.

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah bagus dan cukup kreatif cuman jenis sablonnya masih sedikit kalau bisa ditambahkan lagi, harapan saya semoga lebih na tingkatkan lagi kreasi sablonnya dan tetap na pertahankan kualitas sablonnya”.

3. Informan ketiga, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Adi suwandi

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Adi suwandi pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“Dari sosial media istagram”
(wawancara pada hari rabu 19 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Prinring? Beliau menjawab sebagai berikut:

“ menurut saya kualitas desainnya cukup kreatif dan bagus sesuai dengan keinginan saya dan pemilihan jenis bahas kaosnya bagus”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“ cukup terjangkau,”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“lokasinya mudah didapat karna tercantum di informasi istagram dan masih ditegah kota lokasinya”.

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“Yaa terselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“ diliat nanti kalau bagus terus hasil kerjanya sablonnya disini terus sya menyablon”

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“saya memberi tanggapan kalau bisa diperluas lagi lahan parkirnya atau cari lokasi yang lebih luas karna tempat parkirnya sempit sekali untuk pelanggan kadang saya parkir dipinggir jalan. Harapan saya ya terus tingkatkan desain yang kratif dan mepertahnkan hasil kerjanya yang bgus.”

4. Informan keempat, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Rudi Iswanto

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Adi suwandi pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“Saya dapat informasi dari sepupu saya kebetulan,sepupu saya kerja di percetakan The Bejos”
(wawancara pada hari kamis 20 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“ menurut saya kualitas desainnya cukup kreatif dan bagus sesuai dengan keinginan saya dan pemilihan jenis bahas kaosnya juga bagus”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“ cukup terjangkau,harganya sesuai dengan hasil yang diharapkan”
Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan

bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“mudah sekali saya temukan lokasinya karna dekat dari toko saya”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“Setiap saya melakukan pemesanan sablon baju disini selalu tepat waktu walaupun saya memesan dalam jumlah pemesanan yang cukup banyak” dan semua terselesaikan tepat waktu”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“ iya saya sudah berlanggan sejak lama disini percetakan The Bejos

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“ tanggap saya Yah.. karyawannya disini cukup paham dengan tugasnya masing, jadi selalu hasil dari kerjanya selalu bagus apa lagi pemilik usahanya ramah dan mau mendengar keinginan desain dari konsumennya, yah harapan saya mudah-mudahan tambah meningkat ini

usaha dan tetap baik dan pekerjaannya, kalau bisa cari tempat usaha yang bagus dan lebih luas soalnya kadang mobil tidak bisa masuk ka lorongnya sempit sekali.

5. Informan kelima, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Irman

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Irman pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“Saya dapat informasi dari Teman tentang percetakan The Bejos (wawancara pada hari jumat 21 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“ menurut saya kualitas desainnya cukup kreatif dan bagus sesuai dengan keinginan saya, dan jenis Tote bagnya cukup unik .

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“ cukup terjangkau, harganya sesuai dengan hasil yang diharapkan”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“menurut saya awalnya lokasinya susah untuk dicari bagi saya yang tinggal diluar kota palopo karna lokasi usahanya ditengah tengah pemukiman warga dan lorong-lorong yang kecil.

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iye tepat waktu”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya mungkin saya akan mememasan sablon Tote Bag disini”

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggap saya desain gambarnya sudah cukup bagus dan unik,harapannya percetakan The Bejos terus menghasilkan desain gambar yang kreatif dan tetap mementingkan kepuasan pelanggannya.

6. Informan keenam , pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Akbar Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Akbar pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatk informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“Saya dapat informasi dari brosur yang dibagikan (wawancara pada hari sabtu 22 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Prinring? Beliau menjawab sebagai berikut:

“ menurut saya kualitas desainnya cukup kreatif dan bagus sesuai dengan keinginan saya, dan jenis Tote bagnya cukup unik.

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“ cukup terjangkau,harganya sesuai degan hasil yang diharapkan”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“iya lokasinya mudah untuk dijangkau”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iye tepat waktu, sudah 3 kali saya sablon baju untuk ivent komunitas saya dan semua terselesaikan tepat pada waktu yang saya tentukan.”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing? beliau menjawab”

“iya saya sudah berapa kali melakukan pemesanan kembali diThe Bejos Screen Printing”

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“ Tanggap saya untuk para karyawan usaha percetakan untuk lebih meningkatkan kualitas desainnya karna biasa hasil sablonnya ada yang merembes,dan harapan saya The bejos dapat lebih meningkatkan kreatifitas desainnya agar dapat bersaing dengan usaha percetakan laiannya.

7. Informan ketujuh, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Yetty

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Yetty pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“saya mendapatkan informasi tentang percetakan The Bejos Screen Printing dari teman” (wawancara pada hari sabtu 22 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas desainnya sudah lumayan bagus, tetapi salah satu baju sablonannya yang merembes atau kurang tebal,”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“iya cukup terjangkau, harga sesuai ji” dengan kualitasnya”.

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“mudah didapat lokasinya karna ditegah kota ji,tetapi menurut saya lokasi usahanya kurang startegis tempatnya “

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iyee selalu tepat waktu menyelesaikan sablonnya”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melalukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya tergantung dari bagaimana hasil kerja sablonannya apakah tetap bagus apa malah sebaliknya, kalau bagus disini terus saya saya menyablon”.

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah bagus dan bertanggung jawab atas kesalaham yang ada pada sablonannya harapan saya mudah mudahnya bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonannya”.

8. Informan kedelapan, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Edi tolede

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Edi Tolede pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan

mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“saya mendapatkan informasi tentang percetakan The Bejos Screen Printing dari sosial media istagram dengan menghubungkan nomor yang tercantum dibio istagram saya langsung menghubungi owner dari usaha percetakan”

(wawancara pada senin 24 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printrng? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas desainnya sudah lumayan bagus, tetapi salah satu baju sablonannya yang rusak”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan?

Beliau menjawab:

“iya cukup terjangkau, harga sesuai dengan kualitasnya desain sablonnya”.

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“mudah didapat lokasinya, karna tercantum pada google maps“

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya tepat waktu dalam menyelesaikan pekerjaan sablon”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya saya akan melakukan pemesanan kembali “

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah bagus dan bertanggung jawab atas kesalaham yang ada pada sablonannya harapan saya mudah mudahnya bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonanya”.

9. Informan kesembilan, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama fahrul

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada fahrul pelanggan *The Bejos Screen Printing* tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“informasi yang saya dapatkan dari teman saya sendiri selaku pemilik usaha percetakan *The Bejos Screen printing*, saya berkerja sama dengan Zamsuddin”.(wawancara pada Kamis 27 Juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan *The Bejos Screen Printing*? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas sablonnya sudah bagus dan sesuai dengan keinginan saya”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“iya cukup terjangkau, harga sesuai dengan kualitasnya desain sablonnya”.apalagi saya selalu dapat potongan harga “

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“mudah didapat lokasinya,karna tercantum pada google maps“

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya tepat waktu , terselesaikan pada waktu yang telah saya tentukan”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya saya sudah berkali-kali melakukan pemesanan ulang “

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah sangat bagus dan bertanggung jawab atas pesan sablon pelanggannya harapan saya mudah mudahnya bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya”.

10. Informan kesepuluh, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Ahyar

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Ahyar pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“informasi yang saya dapatkan dari halaman istagram”. (wawancara pada jumat 28 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas sablonnya sudah bagus dan sesuai dengan keinginan saya”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan?

Beliau menjawab:

“iya cukup terjangkau, harga sesuai dengan kualitasnya desain sablonnya”.

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“mudah didapat lokasinya,karna tercantum pada google maps“

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya tepat waktu ,”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya nanti kalau ada ivent saya lagi“

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah sangat bagus dan bertanggung jawab atas pesanan sablon pelanggannya harapan saya mudah mudahnya bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya”.

11. Informan keseblas, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Cindhy

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada cindhy pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“informasi yang saya dapatkan dari teman saya, kebetulan pemiliknya usaha adalah teman saya jadi toko saya berkerja sama dengan usaha percetakan The Bejos”.(wawancara pada sabtu 29 juni 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas sablonnya sudah bagus dan sesuai dengan keinginan saya, tetapi biasa ada yang rusak sablonnya”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan?

Beliau menjawab

“iya cukup terjangkau, harga sesuai dengan kualitasnya desain sablonnya, dan potongan harganya pun sudah sesuai”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“lokasinya ini tempat mudah dijangkau, tapi kalau masalah tempatnya ini kurang strategis kalau menurutku”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya waktu pemesanan selalu tepat waktu”.

Peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya malah berkali-kali saya disini menyablon baju”

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah sangat bagus dan bertanggung jawab atas pesanan sablon pelanggannya, dan bertanggung jawab atas kesalahannya harapan saya mudah mudahan bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya kalau bisa na tambah kreatifitas desainnya”.

12. Informan kedubelas, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Arya

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Arya pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“informasi yang saya dapatkan dari brosur yang saya baca”.(wawancara pada senin 01 juli 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas sablonnya sudah lumayan bagus”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“iya harganya cukup terjangkau”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“lokasinya ini tempat mudah dijangkau, tapi kalau masalah tempatnya ini kurang strategis kalau menurutku”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya tepat waktu menyelesaikan pesanan sablon”.

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya malah berkali-kali saya disini menyablon baju“

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah sangat bagus dan bertanggung jawab atas pesanan sablon pelanggannya, harapan saya mudah mudahan bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya kalau bisa na tambah kreatifitas desainnya”.

13. Informan ketigabelas, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Anca Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada Anca pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“informasi yang saya dapatkan dari brosur yang dibagikan”.(wawancara pada Selasa 02 Juli 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas sablonnya sudah lumayan bagus”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“iya harganya cukup terjangkau”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“lokasinya ini tempat mudah dijangkau, tetapi fasilitas di sini masih kurang”.

Kemudian Peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya selalu tepat waktu mengerjakan sablon baju”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya saya sudah tiga kali meyablon kaos dan Tote Bag“

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah sangat bagus dan bertanggung jawab atas pesanan sablon pelanggannya, harapan saya mudah mudahan bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya kalau bisa na tambah kreatifitas desainnya”.

14. Informan keempatbelas, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Ilham

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada ilham pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan mendapatk informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“informasi yang saya dapatkan dari melihat di istagram, ”(wawancara pada kamis 04 juli 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Prinring? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kualitas sablonnya sudah lumayan bagus, hasil desainnya sesuai dengan keinginan saya”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“iya harganya cukup terjangkau”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“lokasinya ini tempat mudah dijangkau,”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya tepat waktu dalam penyelesaian pekerjaannya”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya nanti dilihat saja“

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu cetak desain bajunya sudah sangat bagus dan bertanggung jawab atas pesanan sablon pelanggannya, harapan saya mudah mudahan bisa berkembang dengan baik ini usaha tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya kalau bisa na tambah kreatifitas desainnya”.

15. Informan kelimabelas, pelanggan The Bejos Screen Printing atas nama Bapak Haidir

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap informan pada bapak Haidir pelanggan The Bejos Screen Printing tentang dari mana pelanggan

mendapatkan informasi mengenai percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab.

“saya mendapatkan informasi usaha percetakan ini dari karyawan saya sendiri dia memberi tahu kepada saya kalau dia punya teman memiliki usaha percetakan jadi saya nyablon disini, ”.
(wawancara pada sabtu 06 juli 2019)

Kemudian peneliti lebih lanjut bertanya mengenai bagaimana kualitas hasil percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab sebagai berikut:

“kalau menurut saya sudah bagus,sudah baik”

Peneliti kemudian melanjutkan pertanyaan mengenai harga yang ditawarkan oleh percetakan The Bejos Screen printing kepada pelanggan? Beliau menjawab:

“yah harganya sudah bagus ,terjangkau lah”

Kemudian peneliti lebih lanjut menggali informasi dengan pertanyaan bagaimana lokasi usaha percetakan The bejos screen mudah dijangkau? Beliau menjawab

“iya mudah dijangkau, ditengah kota dekat juga dari kantor saya,tetapi tempat usahanya sangat sempit, singga susah mencari tempat parkir kendaraan”

Kemudian peneliti menggali informasi dengan memberikan pertanyaan tentang bagaimana Ketepatan waktu pemesanan kepada percetakan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“iya tepat waktu dalam penyelesaian pekerjaannya”

Kemudian peneliti melanjutkan pertanyaan mengenai kesetiaan pelanggan apakah anda akan melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing”? beliau menjawab”

“iya saya sudah melakukan pemesanan berulang kali karna disini sudah jadi langganan saya“

Pada akhirnya peneliti bertanya tentang tanggapan dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing? Beliau menjawab:

“tanggapan saya itu kualitas hasil dari desain sablon bajunya sudah cukup bagus, dan bertanggung jawab jika ada kesalahan dalam hasil sablon, dan soal ketepatan waktu usaha The bejos ini sudah tepat waktu dalam menyelesaikan pesanan konsumennya harga yang ditawarkanpun cukup terjangkau,pekerjanya juga sudah memahami keinginan konsumennya, pelayanannya cukup baik dan ramah, menurut saya lokasi usahanya kurang Strategis karna tempat parkirnya yang terbatas, yah harapan saya mudah mudahan bisa berkembang dengan baik ini usaha bisa mencari tempat lokasi usaha yang lebih baik atau luas lagi serta tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya kalau bisa na tambah kreatifitas desainnya ”.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai pendapat tentang UKM percetakan The Bejos Screen Printing, dari tanggapan responden maka dapat disimpulkan bahwa semua tanggapan responden tentang The Bejos Screen Printing yaitu sama merupakan salah satu dan kualitas hasil desain gambar dan ketepat waktu pemesanan The Bejos serta harga yang ditawarkan sesuai dengan banyaknya jumlah yang akan disablon.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai mendapatkan informasi usaha percetakan The bejos, dari 10 pertanyaan responden tersebut terdapat 6 reponden mendapatkan infomasi dari teman/ kerabat dan yang lainnya ,menjawab mendapatk informasi percetakan The Bejos dari sosial media istagram dan brosur.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai kualitas hasil percetakan. Dari hasil responden tersebut, terdapat jawaban yang berbeda ,kesimpulan dari jawaban responden yaitu, kualitas hasil percetakan sangat bagus dan menghasilkan desain yang kreatif dan sesuai dengan keinginan pelanggan dan pemilihan jenis bahan kaos,dan Tote bag lumayan bagus, tetapi

ada juga yang mengkritik hasil sablon yang biasa merembes (cetakan kurang tebal) .

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai harga yang ditawarkan oleh pihak usaha percetakan. Dari hasil responden tersebut, terdapat jawaban yang sama, mereka menerima harga yang ditawarkan dan potongan harga yang ditawarkan oleh usaha percetakan The Bejos. Responden mengatakan hasil kualitas sablon dan harga yang ditawarkan sudah sesuai.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai lokasi percetakan The Bejos Screen Printing. Terdapat jawaban responden yang berbeda namun kesimpulan dari jawaban responden yaitu lokasi percetakan The Bejos tidak strategis karena lokasi usaha percetakannya sangat sempit dan ditegah-tengah pemukiman warga sehingga bagi pelanggan yang mengendarai mobil harus berjalan kaki menuju lokasi percetakan karena terhubung lorong menuju ke lokasi sangat sempit, selain itu masalah lahan parkir yang dimiliki usaha percetakan masih sangat sempit.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Ketepatan waktu pekerjaan The Bejos Screen printing dan kesetiaan pelanggan. Terdapat jawaban responden yang sama, kesimpulan dari jawaban responden yaitu ketepatan waktu yang telah ditentukan pelanggan The Bejos Screen Printing sudah dikerjakan dan diselesaikan dengan tepat waktu, karyawan The Bejos sudah profesional dalam menyelesaikan pekerjaan sablon sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Sedangkan untuk kesetiaan pelanggannya semua responden mengatakan akan kembali melakukan pemesanan di percetakan The Bejos selama usaha The Bejos Mempertahankan hasil kualitas sablon yang baik sesuai dengan keinginan pelanggan.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai tanggapan dan harapan untuk pengembangan *The Bejos Screen Printing*, dari hasil responden tersebut, terdapat jawaban yang berbeda pada tiap responden namun kesimpulan dari jawaban responden yaitu tanggap responden kebanyakan memberi tanggap terhadap lahan parkir dilokasi percetakan, dan responden memberikan harapan agar usaha Percetakan The Bejos Screen printing lebih meningkatkan hasil desain yang berkualitas dan mempertahankan kualitas terbaik yang diberikan kepada pelanggan dan meningkatkan lagi hasil desain yang kreatif dan mereka beranggapan bahwa karyawan *The bejos Screen Printing* sudah memahami betul keinginan pelanggan sehingga menghasilkan sablon dengan desain dan gambar kualitas yang terbaik.

C. Analisis dan Interpretasi (Pembahasan)

Hasil penelitian tersebut merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti dengan pemenuhan persyaratan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif tentang bagaimana model penerapan strategi pemasaran pada UKM percetakan *The Bejos Screen Printing* Kota Palopo.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa penerapan Strategi pemasaran *The Bejos Screen Printing* yang telah dilakukan sudah baik, namun masih ada beberapa keluhan atau kritik dari masyarakat terkait dengan hasil kerja sablon percetakan The Bejos seperti masalah pada sablon yang merembes atau kurang tebal, tetapi pemilik usaha selalu menghadapi masalah dengan kebijakan tertentu seperti sablon yang rusak akan diganti kaosnya dan melakukan sablonan ulang karna kadang ada satu kaos biasanya yang hasil sablonnya yang rusak. Dalam hal ini pelanggan merasa puas dengan adanya

kebijakan tersebut. Ada pun masalah lainnya yang dihadapi usaha percetakan The Bejos yaitu masalah dalam Lokasi bisnis dan Lahan Parkir Untuk Pelanggan Yang Terbatas, dalam hal ini pelanggan banyak mengeluh dalam lokasinya yang ditengah tengah pemukiman warga dan akses jalan ke tempat usaha melalui lorong yang kecil sehingga mobil tidak masuk dan harus parkir dipinggir jalan begitu pun juga dengan pelanggan yang menggunakan sepeda motor karna terbatasnya tempat parkir motornya.

Strategi pemasaran UKM percetakan *The Bejos Screen Printing* kota palopo berusaha untuk memberikan hasil sablon yang berkualitas dengan hasil yang baik sesuai dengan keinginan masyarakat dalam dibidang percetakan sablon manual, walaupun kegiatan sablon masih dilakukan secara manual tetapi pihak manajemen berusaha menghasilkan kualitas yang baik sehingga diharapkan akan mencapai sasaran yang diinginkan dan tepat dalam menghadapi persaingan bisnis sejenis. Usaha percetakan The Bejos Screen Printing selalu berusaha mengerti dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya dan berusaha untuk menghasilkan kualitas sablon yang baik dan meningkatkan layanan yang baik kepada pelanggan. Strategi pemasaran UKM percetakan *The Bejos Screen Printing* sudah tepat dalam menghadapi persaingan bisnis.

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

a. STP (*segmentasi, targeting, positioning*) The Bejos Screen Printing

The Bejos Screen Printing membagi segmen pasarnya berdasarkan pada letak variabel geografis yaitu wilayah Makassar dan Palopo dan pada variabel

psikologis yaitu kelas sosial dan gaya hidup pelanggannya. Pada setiap segmen tersebut manager berperan sebagai membuat rencana secara efektif dan mampu mendelegasikan otoritas secara baik . The bejos Screen memiliki organisasi yang telah sesuai dengan tugas dan pekerjaan masing masing sehingga deskripsi kerja dan spesifikasi pekerjaannya sudah jelas. Sasaran konsumen dari Usaha Percetakan The Bejos Screen Printing adalah masyarakat menengah ke atas, karena lingkungan disekitar usaha Percetakan The bejos Screen Printing sebagian besar merupakan golongan menengah ke atas, dan mereka mampu membayar produksi The Bejos Screen Printing secara langsung. Walaupun fasilitas usaha dengan kondisi tidak baik dan,perlengkapan mesin masih dilakukan secara manual Pemilik usaha The Bejos Screen Printing berusaha memberikan produksi yang dihasilkannya baik, dan para pelanggan juga menyadari akan produksi sablon baju dan Totebag yang The Bejos Screen Printing berkualitas. Sehingga, produksi yang dihasilkan The Bejos Screen Printing dapat berkembang dengan baik dan mampu bersaing dalam bisnis yang sejenis.

Target pasar The Bejos Screen Printing adalah pelanggan atau masyarakat yang memiliki komunitas 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.

Positioning The Bejos Screen Printing adalah berdasarkan kesempatan khusus,melawan usaha sejenis dengan meningkatkan pelayanan yang baik kepada konsumen ,memberikan kebebasan konsumen dalam memilih jenis

kain, sablon dan gambar dan memuaskan pelanggan dengan hasil sablon yang berkualitas.

b. Bauran pemasaran (*marketing mix*) *The Bejos Screen Printing*

1. Produk

Usaha percetakan yang untuk menghadapi persaingan dengan jenis usaha yang sama, pemilik bisnis percetakan *The Bejos Screen Printing*, menyediakan beberapa produksi sablon kaos, sablon Tote bag dan sablon Spring Bag. Adapun jenis produk bahan kain yang digunakan dalam produksi sablon kaos, Tote Bag, Spring Bag yang dipasarkan oleh *The Bejos Screen Printing* pada tabel berikut.

jenis produk dan bahan percetakan *The bejos Screen Printing*.

| Jenis Produk | Bahan |
|--------------|---------------------------|
| Kaos | cotton combed 24s dan 30s |
| Tote Bag | Kain drill |
| Spring Bag | Kain drill |

Jenis bahan yang digunakan untuk Produk *The Bejos Screen Printing* dipilih secara teliti oleh pemilik, agar mendapatkan kesesuaian yang pada akhirnya diharapkan kualitas produk menjadi baik dengan model kaos, tote bag, spring bag yang elegan dan kualitas sablon yang menarik dapat menggugah pelanggan, sehingga pelanggan tersebut ingin memiliki produk yang ditawarkan oleh *The Bejos Screen Printing*.

2. Harga (*price*)

Sebagai produk unggulan *The Bejos Screen Printing* harga yang ditetapkan percetakan *The Bejos* tergantung pada jumlah banyaknya orderan sablon kaos, tote bag dan Spring bag. Selain itu harga juga mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan produk yang dipasarkan maka sablon kaos, totebag, Spring bag diatas 1 lusin mendapatkan potong harga sekitar 5%-10%.

Jadi penetapan harga oleh pemilik Bisnis usaha percetakan The Bejos Screen Printing untuk tiap produksinya sebagai berikut:

| Jenis Produk | Harga (RP) |
|-------------------------------|---------------------------|
| kaos Sablon dibawah 1 lusin | Rp. 85.000,00 /pcs |
| Kaos sablon diatas 1 lusin | Rp. 75.000,00 /pcs |
| Tote Bag / lusin dan satuan | Rp. 50.000 / pct,satuan |
| String Bag / lusin dan satuan | Rp. 50.000 / pct ,satuan. |

Adapun harga perbedaan harga dari jenis sablonnya yaitu:

- 1) jenis sablon rubber, jenis sablon ini adalah water base yang desain gambar semua bisa dicetak pake tinta rubber, dan jenis sablon rubber ini proses pengeringannya yang mudah kering (cepat mengering) sehingga harga yang ditawarkan untuk jenis sablon rubber yaitu Rp. 15.000/pct.
- 2) jenis sablon plastisol, jenis sablon plastisol merupakan jenis sablon berbasis minyak, pengeringannya harus panas sekali karna jenis dilihat dari jenis plastisol agak lama melakukan pengeringan, plastisol memiliki pengering khusus yaitu jenis pengering Hotgun.sehingga jenis sablon ini lebih mahal dari jenis rubber. Harga dari jenis sablon plastisol yaitu 20.000/pct
- 3) jenis sablon CMYK, jenis sablon ini merupakan jenis sablon yang paling banyak prosesnya yang dimana proses penggabungan warna cyan, magenta, yellow, black, maka dari itu jenis sablon termasuk jenis sablon yang paling mahal dari jenis sablon sebelumnya,maka harga dari sablon CMYK yaitu 35/pct

Daftar harga yang ditetapkan sesuai dengan produk yang dipertimbangkan ulang setelah terjadi penetaan harga produk kemudian dihitung sesuai dengan tarif yang ditetapkan melalui keputusan pemilik usaha.

3. Tempat (*place*).

Bagi masyarakat kota palopo yang berkeinginan untuk menjadi pelanggan *The Bejos Screen printing* dapat langsung mendatangi lokasi usaha percetakan *The Bejos Screen Printing* yang beralamat di jalan Sungai preman 2 kota palopo.

4. Promosi (*promotion*).

UKM percetakan *The Bejos Screen printing* Kota Palopo menentukan promosi sebagai alat untuk memberikan informasi kepada calon pelanggan. Promosi digunakan sebagai sarana informasi, memberitahukan kepada masyarakat khususnya konsumen agar mengetahui keberadaan, kegunaan, keunggulan, cara penggunaan, cara kerja maupun tempat dimana produk tersebut dapat diperoleh dengan mudah. Strategi yang digunakan oleh pemilik bisnis percetakan *The Bejos Screen Printing* memperkenalkan dan memberitahukan kepada calon pelanggan. Berdasarkan penelitian percetakan *The Bejos Screen Printing* menggunakan media promosi di sosial media seperti istagram, facebook, twitter dll. Bisnis *The Bejos Screen Printing* juga melakukan strategi promosi dengan membagi-bagikan Brosur ke masyarakat.

c. Penelitian dan Pengembangan *The Bejos Screen Printing*

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa, Strategi penelitian dan pengembangan yang dilakukan *The Bejos Screen Printing* selama menjalankan usaha ini selalu melakukan penelitian dan pengembangan terhadap produknya baik dari segi Desain Gambar dan kinerja masing masing karyawannya. Selama ini pemilik hanya selalu menjaga kualitas baik dari segi bentuk maupun hasil dari produksinya agar tetap sesuai dengan keinginan pelanggan dan hasil desain gambarnya dapat bertahan lama dan tidak mudah luntur”.

d. Tujuan Strategi Pemasaran The Bejos Screen Printing

Berdasarkan wawancara serta kaji pustaka dari beberapa sumber, dan mengingat visi, misi Galis The Bejos Screen Printing serta dengan melihat faktor-faktor yang telah ditetapkan, maka terdapat beberapa tujuan yang harus dicapai dalam melakukan kegiatan pemasaran yang handal untuk strategi pemasaran UKM percetakan The Bejos Screen Printing, tujuan tersebut mencakup tiga hal yaitu meningkatkan penjualan, mempertahankan loyalitas pelanggan/ agen dan mengembangkan Usaha kecil Percetakan The Bejos Screen Printing. Secara rinci ketiga tujuan strategi pemasaran The Bejos Screen Printing tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas desain , dengan upaya persaingan yang ketat, maka pemilik usaha harus ditingkatkan agar mendapatkan lebih banyak uang dan menghasilkan profit yang maksimal.
2. Mempertahankan loyalitas Pelanggan/Agen, strategi pemasaran yang tepat diharapkan dapat mempertahankan pelanggan yang telah dimiliki dan tetap loyal.
3. Mengembangkan Market Share, melalui strategi pemasaran yang tepat dan fenomena persaingan yang semakin ketat, maka diharapkan pangsa pasar (cakupan pelanggan) dapat meningkat.

D. Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT digunakan sebagai dasar untuk memberikan gambaran terhadap situasi perusahaan meliputi sumber daya internal (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternal (peluang dan ancaman). Dari hasil wawancara dengan para informan dapat diketahui strengths (kekuatan),

weakness (kelemahan), opportunities (peluang) dan threats (ancaman) pada The Bejos Screen Printing sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. Kekuatan (Strength)

1. Faktor Sumber daya manusia (SDM)

- a) Semangat kerja karyawan yang tinggi
- b) Pelayanan yang baik dan ramah

2. Faktor Sumberdaya Produksi

- a) Kualitas produksi gambar desain yang bagus dengan mengutamakan keinginan pelanggan
- b) Pilihan gambar desain produksi sablon yang beragam
- c) Mengganti produk yang rusak dengan yang baru apabila ada barang yang cacat.
- d) Ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan

3. Faktor Pemasaran

- a) Saluran distribusi yang sudah jelas
- b) Sudah memiliki pelanggan yang tetap
- c) Melakukan beberapa kegiatan promosi seperti membagikan brosur dan menggunakan media sosial
- d) Lokasi usaha yang mudah terjangkau

4 Faktor. Keuangan

- a) Modal awal usaha dari tabungan sendiri
- b) harga yang terjangkau
- c) Adanya potongan harga (diskon) bagi pelanggan

b. Kelemahan (Weakness)

1. Faktor Sumberdaya manusia

- a) Kurangnya jumlah karyawan

2. Faktor Sumberdaya Produksi

- a) Kegiatan produksi masih dilakukan secara manual
- b) Kurangnya teknologi baru
- c) Hasil desain gambar sablon kadang mengalami kerusakan
- d) Susahnya mendaptakn bahan baku produksi seperti minyak tanah

3. Faktor Pemasaran

- a) Kegiatan promosi belum meluas dan belum dilakukan secara maksimal
- b) Lahan parkir untuk Pelanggan Yang terbatas

4. Faktor Keuangan

- a) Kurangnya modal untuk mengembangkan bisnis

2. Faktor Eksternal

a. Peluang (Opportunities)

1. Faktor ekonomi

- a) Tingginya minat konsumen pada percetakan The Bejos
- b) Sudah memiliki pelanggan yang tetap.
- c) Harga terjangkau bagi pelanggan

2. Faktor sosial,budaya dan lingkungan

- a) Kepercayaan pelanggan
- b) Memiliki kerja sama yang baik kepada pelanggan
- c) Hubungan antar wilayah terjalin dengan baik

3. Faktor Politik, pemerintah dan hukum

- a) Kebijakan pemerintah dalam memberikan dukungan pengembangan UKM
- b) Sudah Memiliki surat izin usaha
- c) Dapat membuka usaha percetakan ditempat lain untuk menguasai pasar

4. faktor Teknologi

- a) Memiliki mesin cetak baru

b. Ancaman (Threats)

1. Faktor ekonomi

- a) Persaingan usaha sejenis
- b) Persaingan harga yang kompetitif

2. Faktor sosial, budaya dan lingkungan

- a) Kegiatan promosi dan layanan inovatif dan menarik yang dilakukan pesaing.
- b) Pelanggan berpindah pada usaha percetakan lain.

3. Faktor politik, pemerintah dan hukum

- a) Adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah
- b) Langkanya bahan bakar (mintak tanah)

4. Faktor teknologi

- a) Perkembangan Teknologi baru

Tabel 2.7 Matriks SWOT

| | | |
|--|--|--|
| <p style="text-align: center;">Analisis Internal (IFAS)</p> <p>Analisis Eksternal (EFAS)</p> | <p>Kekuatan (S) faktor-faktor kekuatan</p> <p>a) memiliki Semangat kerja karyawan yang tinggi b) Pelayanan yang baik dan ramah. c) Kualitas produksi hasil desain gambar yang bagus dengan mengutamakan keinginan pelanggan. d) ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan e) sudah memiliki pelanggan yang tetap. f) Harga terjangkau bagi pelanggan. g) Saluran distribusi yang sudah jelas dan melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. h) Harga yang terjangkau i) memiliki mesin cetak baru</p> | <p>Kelemahan (W) faktor-faktor kelemahan</p> <p>a) Kurangnya jumlah karyawan, b) kegiatan produksinya masih dilakukan secara manual c) Hasil desain gambar sablon kadang mengalami kerusakan d) Kegiatan promosi belum meluas dan belum dilakukan secara maksimal e.) Lahan parkir untuk Pelanggan Yang terbatas f) Kurangnya modal untuk mengembangkan bisnis</p> |
| <p>Peluang (O) faktor-faktor peluang</p> <p>a) Tingginya minat konsumen pada percetakan The Bejos Screen Printing b) Peluang dapat Memiliki mesin cetak yang baru c) Sudah memiliki pelanggan yang tetap. d) Loyalitas Pelanggan terhadap percetakan The Bejos Screen Printing e) Kepercayaan pelanggan f) Memiliki kerja sama yang baik kepada pelanggan</p> | <p>S-O Strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang</p> <p>a) Mempertahankan semangat kerja karyawan b) meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah c) Menjaga hasil produksi agar tetap berkualitas dan unggul d) Menjaga kepercayaan Pelanggan dalam ,menyelesaikan pesanan e) Memberikan harga yang kompetitif kepada pelanggan</p> | <p>W-O Strategi mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang</p> <p>a) menambah karyawan saat banyaknya minat konsumen. b) memiliki mesin cetak terbaru c) Lebih memperhatikan kualitas hasil kerja produksi d) melakukan kegiatan promosi yang maksimal ke masyarakat. d) memperluas lahan parkir untuk pelanggan</p> |

| | | |
|---|--|--|
| <p>g) Hubungan antar wilayah terjalin dengan baik h) kebijakan pemerintah dalam pengembangan UKM percetakan The Bejos Screen Printing i) dapat membuka usaha percetakan ditempat lain untuk menguasai pasar</p> | <p>f) Memperluas pemasaran dengan meningkatkan kegiatan promosi h) membuka usaha baru ditempat lain i) memiliki mesin cetak baru</p> | <p>f) Berani mengambil resiko dengan menambah modal dengan melakukan pinjaman ke pemerintah melalui BUMN</p> |
| <p>Ancaman (T) faktor-faktor ancaman</p> <p>a) Adanya Persaingan usaha sejenis b) persaingan harga yang kompetitif c) kegiatan promosi dan layanan inovatif dan menarik yang dilakukan pesaing. d) Pelanggan berpindah pada usaha percetakan lain. e) Langkanya bahan bakar (mintak tanah) f) Perkembangan Teknologi baru</p> | <p>S-T menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman Strategi kekuatan menghindari</p> <p>a) Meningkatkan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan b) Menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan. c. Saluran distribusi yang sudah jelas dan melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. d) Terus menambah kreatifitas desain dalam percetakan e) Menjaga kualitas produksi agar tetap unggul f) Memiliki mesin cetak baru</p> | <p>W-T Strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman</p> <p>a) mengusahakan Menambah jumlah karyawan b) mutu pelayanan yang baik terhadap pelanggan. c) Menerapkan harga yang kompetitif namun tidak merugikan d) lebih memperhatikan kualitas produksi sesuai keinginan pelanggan mutu pelayanan yang baik terhadap pelanggan. e) Mengganti bahan baku produksi minyak tanah dan beralih ke solar f) Memiliki mesin cetak sablon baru</p> |

Sumber: Diolah penulis 2019

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

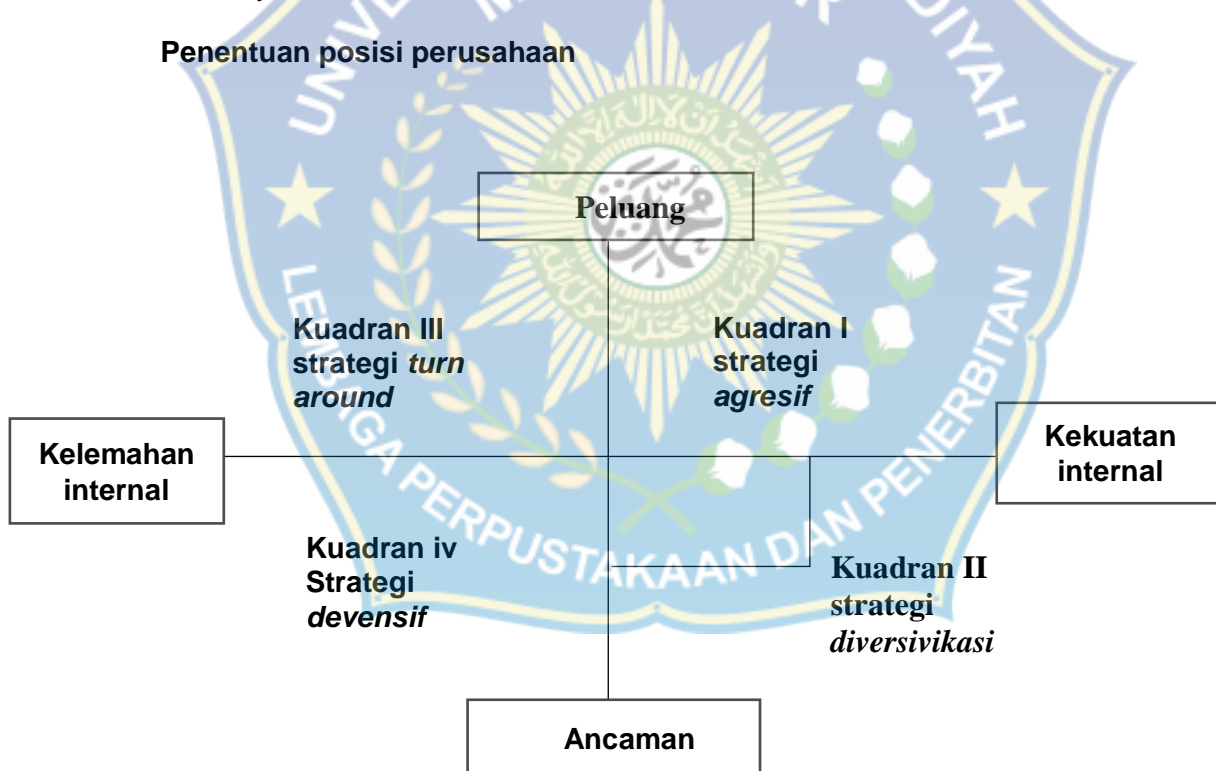
a) Strategi SO dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat agresif yang dimana jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

Berdasarkan kekuatan dan peluang tersebut maka terdapat alternatif strategi bagi UKM percetakan The Bejos Screen Printing kota Palopo 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 The Bejos Screen Printing Kota Palopo 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 The Bejos Screen Printing Kota Palopo, 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 The Bejos Screen Printing Kota Palopo 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) agar produktifitas meningkat Mengganti bahan baku produksi minyak tanah dan beralih ke solar.

Penentuan posisi perusahaan



Gambar 1.6 Kuadran Strategi dan Kombinasi IFAS dan EFAS

Berdasarkan gambar 1. Tersebut menunjukkan bahwa posisi percetakan The Bejos Screen Printing kota Palopo berada pada kuadran kedua (II) hal ini memeperlihatkan bahwa usaha Percetakan The Bejos Screen Printing berada pada situasi yang masih menguntungkan karna meskipun memiliki berbagai ancaman tetapi masih memiliki kekuatan yang dapat mendukung perkembangan perusahaan. Usaha The bejos Screen Printing kota Palopo harus memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki untuk menghindari ancaman yang ada agar dapat mendukung perkembangan usaha dimasa yang akan datang. Dengan demikian strategi yang sebaiknya dijalankan pada kondisi ini dengan melalui strategi diversifikasi



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan Analisis dan Interpretasi yang telah dikemukakan terkait Analisis Strategi Pemasaran pada usaha kecil menengah percetakan (studi kasus UKM percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo, Sulawesi Selatan), maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan dari analisis lingkungan internal pada UKM percetakan The Bejos Screen Printing, maka bisnis percetakan memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi UKM percetakan The Bejos adalah (1)memiliki Semangat kerja karyawan yang tinggi (2)Pelayanan yang baik dan ramah (3)ketepatan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan (4)sudah memiliki pelanggan yang tetap (5)Harga terjangkau bagi pelanggan (6)Kualitas produksi hasil desain gambar yang bagus. Sedangkan faktor-faktor strategi internal yang menjadi kelemahan bagi UKM percetakan The Bejos adalah (1)Kurangunya jumlah karyawan, (2)produksinya masih dilakukan secara manual (3)Hasil desain gambar sablon kadang mengalami kerusakan (4)Lahan parkir untuk Pelanggan Yang terbatas(5)Kurangunya modal untuk mengembangkan bisnis. Sedangkan Berdasarkan dari analisis lingkungan eksternal pada UKM percetakan The Bejos maka bisnis percetakan memiliki peluang dan ancaman. Adapun faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang adalah(1)Tingginya minat konsumen pada percetakan The Bejos Screen Printing (2)memiliki pelanggan yang tetap (3)Loyalitas Pelanggan

(4)Kepercayaan pelanggan (5)Memiliki kerja sama yang baik kepada pelanggan(6)kebijakan pemerintah dalam pengembangan UKM. Sedangkan faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman adalah(1)Adanya Persaingan usaha sejenis (2) persaingan harga yang kompetitif (3) Pelanggan berpindah pada usaha percetakan lain(4)adanya perubahan peraturan kebijakan pemerintah(5)Langkanya bahan bakar (mintak tanah)(6) Perkembangan Teknologi baru.

2. Berdasarkan tabel IFAS DAN EFAS jika dituangkan dalam diagram analisis SWOT maka posisi Usaha Terdapat dikuadran kedua (II) , dimana kekuatan Internal yang dimiliki oleh percetakan The Bejos Screen Printing yaitu pelayanan yang baik dan ramah terhadap pelanggan dan menerapkan harga yang bersaing pada produk yang ditawarkan serta Saluran distribusi yang sudah jelas dan melakukan kegiatan promosi melalui media sosial. dapat digunakan untuk menghadapi acaman yang ada dalam usaha percetakan The Bejos Screen Printing Strategi yang dapat diterapkan yaitu Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman atau biasa disebut dengan strategi *diversifikasi*..

B. Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan diatas, maka saran yang dapat disampaikan yaitu ada baiknya hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran maupun masukan bagi pihak manajemen mengenai strategi pemasaran yang dilakukan sudah sangat efektif karna kualitas hasil sablon yang diberikan sudah baik dimata pelanggan. Maka dari itu UKM percetakan The Bejos Screen Printing harus dapat mempertahankan agar dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achma Hendra Setiawan. 2010. Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Semarang. *Jurnal Penelitian*. 3(1): 39-47
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta
- Assauri, S. 2007. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta
- David, F.R. 2006. *Manajemen Strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Dirganoro, C. 2001. *Manajemen Strategis*. Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta
- Hunger, David,J, Wheelen, Thomas, L. 2003. *Manajemen Strategis*. Andi: Yogyakarta
- Kasali, R. 2007. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi Targeting Positioning*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Kotler, P, Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Erlangga: Jakarta
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo: Jakarta
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran. (Terjemahan). Edisi Milenium*. PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta
- Kurniawan, I, N. 2016. Strategi Pengembangan Bisnis Percetakan Pada CV Cahaya Ibu. [skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Lubis dan Erlina. 2004. Strategi Pemasaran Dalam Persaingan Bisnis. USU Digitaly Library. <http://library.usu.ac.id>. Diakses Tanggal 30 Maret 2019.
- Mariana.2018. Analisis strategi pemasaran layanan *pos express pada PT.Pos Indensia (Persero)Makassar*[skripsi].makassar:Universitas muhammadiyah Makassar
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset: Bandung
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosda Karya: Bandung

- Muri Yusuf. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Prenadamedia Group: Jakarta
- Raditya, F. 2014 Analisis Strategi pengembangan bisnis UMKM (studi kasus: bisnis narrow fabric PT. Mitra Galang Sejahtera).[skripsi]. Bogor: Institut Pertanian Bogor
- Rangkuti dan Fredy. 2004. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Saladin, D. 2003. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. CV. Linda Karya: Bandung
- Setiawan, Anggito. 2018 Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Setyorini,H, effendi, M, Santoso, I. 2016. Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restoran WS Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*. 5(1): 46-53 (2016)
- Stanton, W.J. 1993. *Prinsip Pemasaran, Edisi Ketujuh*. Erlangga: Jakarta
- Umar, H. 2005. *Strategic Manajemen in Action: Konsep Teori dan Teknik Menganalisis Manajemen Strategis Berdasarkan Konsep Michael R. Porter, Fred R. David dan Wheelen H.*
- Wibowo, H,D. Arifin, Z, Sunarti. 2015. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 29(1): 59-66. 2015

L

A

M

P

L

R

A

N



TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Bapak Zamsuddin Rasyid
Tanggal : 14 juni 2019
Jam : 09:30-10:40
Disusun jam : 14:46
Tempat Wawancara : Percetakan The Bejos Screen Printing
Kota Palopo (Jln. Sungai preman 2)
Topik Wawancara : Strategi pemasaran UKM Percetakan yang telah dilakukan oleh pihak manajemen (pemilik/pemimpin) The Bejos Screen Printing

| Hasil Wawancara | |
|-----------------|---|
| Peneliti | Strategi pemasaran yang digunakan oleh UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo? |
| Informan | Jadi Terkait strategi pemasaran yang ada di percetakan The Bejos Screen Printing itu ada beberapa, dilihat dari sudut pandang strategi segmentasinya, kemudian dilihat dari penetapan target pasarnya itu seperti apa dan ada juga ditinjau dari posisinya untuk meningkatkan pelayanan yang baik kepada konsumen ,memberikan kebebasan konsumen dalam memilih jenis kain, desain sablon dan gambar serta memuaskan pelanggan dengan hasil sablon yang berkualitas,atau yang biasa disebut positioning, nah ini beberapa Strategi pemasaran produk yang ada di UKM percetakan The Bejos untuk pengembangan bisnis |

Refleksi

Dari Hasil wawancara yang dilakukan peneliti dari informan, maka dapat disimpulkan bahwa, dalam pemasarannya strategi pemasaran percetakan The Bejos Screen Printing menggunakan metode dari mulut kemulut hingga membagikan brosur dalam menawarkan produknya kepada pelanggan baru, hal ini terlihat pada beberapa jawaban informan tentang informasi percetakan The bejos, selanjutnya dalam strategi pemasaran produknya The Bejos Screen Printing Palopo menggunakan *Marketing mix (bauran pemasaran)*



TRANSKIP HASIL WAWANCARA

Nama Informan : Bapak Haidir
Tanggal : 06 juli 2019
Jam : 10.00-10.30
Disusun Jam : 15.30
Tempat Wawancara : Percetakan The Bejos Screen Printing (Jln. Sungai preman 2)
Topik Wawancara :Tanggapan dan harapan pelanggan Terhadap UKM Percetakan The Bejos Screen printing mengenai, kualitas sablon , ketepatan waktu,harga dan lokasi usaha

| Materi Wawancara | |
|------------------|---|
| peneliti | Bagaimana kah tanggapan dan harapan anda mengenai kualitas hasil produksi, ketepatan waktu, harga, pelayanan serta lokasi usaha The bejos screen printing? |
| Informan | tanggapan saya itu kualitas hasil dari desain sablon bajunya sudah cukup bagus, dan bertanggung jawab jika ada kesalahan dalam hasil sablon, dan soal ketepatan waktu usaha The bejos ini sudah tepat waktu dalam menyelesaikan pesanan konsumennya harga yang ditawarkanpun cukup terjangkau,pekerjanya juga sudah memahami keinginan konsumennya, pelayanannya cukup baik dan ramah, menurut saya lokasi usahanya kurang Strategis karna tempat |

parkirnya yang terbatas, yah harapan saya mudah mudahan bisa berkembang dengan baik ini usaha bisa mencari tempat lokasi usaha yang lebih baik atau luas lagi serta tetap menjaga kualitas terbaik sablonnya kalau bisa na tambah kreatifitas desainnya serta ”.

Refleksi

Dari Hasil Wawancara yang dilakukan Peneliti dari informan maka dapat disimpulkan bahwa, dari hasil responden tersebut, terdapat jawaban yang berbeda pada tiap responden namun kesimpulan dari jawaban responden yaitu tanggap responden kebanyakan memberi tanggap terhadap lahan parkir dilokasi percetakan, dan responden memberikan harapan agar usaha Percetakan The Bejos Screen printing lebih meningkatkan hasil sablonan yang berkualitas dan mempertahankan kualitas terbaik yang diberikan kepada pelanggan dan meningkatkan lagi hasil desain yang kreatif dan mereka beranggapan bahwa karyawan The bejos Screen Printing sudah memahami betul keinginan pelanggan sehingga menghasilkan sablon dengan desain dan gambar kualitas yang terbaik.

Transkrip Observasi Penelitian

Tanggal Pengamatan : 13 juni 2019
Jam : 13.00-14.45
Disusun jam : 20.00-21.00
Kegiatan yang diobservasi : Stretegi pemasaran pada UKM percetakan The Bejos Screen Printing

| | |
|----------------------------|---|
| Transkrip Observasi | <p>Pada hari kamis 13 juni 2019 JL. Sungai preman2 Peneliti melakukan Observasi ketempat (lokasi) usaha percetakan The Bejos, dan bertemu langsung dengan pemilik UKM percetakan The Bejos screen printing. Penelitipun sekaligus menyaksikan langsung kegiatan penyablonan, mulai dari proses bagian desain gambar, bagian cetak dan sampai bagian akhir yaitu bagian pengeringan, pemilik Usaha selalu memantau dan memberi arahan kinerja dari karyawannya untuk menghasilkan sablon yang baik sesuai degan keinginan pelanggannya</p> |
| Tanggapan Pengamat | <p>Proses Kegiatan menyablon yang dilakukan oleh karyawan The Bejos Screen Printing Kota Palopo, yang diawasi oleh bapak Zamsuddin Rasyid selaku pemilik usaha percetakan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan, bahwa pemilik usaha percetakan menjadi penentu utama dalam mengarahkan dan mengamati karyawannya, sehingga dapat terarah dan efektif dalam melakukan tugasnya masing-masing sehingga dapat menghasilkan hasil sablon yang baik.</p> |

Transkrip Dokumentasi

Bentuk pengamatan : Papan Catatan
Isi Dokumen : Visi, Misi dan Foto Aktivitas kegiatan
Tanggal Pencatatan : 8 juli 2019
Jam Pecatatan : :10.00-10.55

| | |
|--------------------------|---|
| Bukti Dokumentasi | <p>Visi dan Misi UKM Percetakan The Bejos Screen Printing</p> <p>A. Visi</p> <p>a) visi The Bejos Screen Printing yaitu “Memajukan dan mengembangkan usaha percetakan sablon dan professional dalam melayani konsumen”</p> <p>B. Misi The Bejos Screen Printing yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none">-memberikan kebebasan konsumen dalam memilih jenis kain,sablon dan gambar- melayani pembuatan desain gambar sablon. |
| Refleksi | <p>Dari hasil pengumpulan data dokumentasi diatas, dapat menjadi bukti visi The Bejos Screen Printing Kota Palopo, Memajukan dan mengembangkan usaha percetakan sablon dan profesional dalam bekerja, dalam melayani konsumen dengan baik.</p> |

DOKUMENTASI PENELITIAN





DAFTAR WAWANCARA PENELITIAN

Analisis Strategi Pemasaran Pada usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo Sulawesi Selatan)

Narasumber : Pelanggan The Bejos Screen Printing Palopo

Nama :

Jenis Kelamin :

Alamat :

1. Dari mana anda mendapatkan informasi mengenai Percetakan The Bejos Screen Printing?
2. Apakah kualitas hasil percetakan sudah sesuai yang anda harapkan?
3. Menurut Apakah harga yang ditawarkan sudah cukup terjangkau?
4. Menurut anda lokasi usaha percetakan sudah cukup strategis?
5. Apakah Ketepatan waktu pemesanan Dipercetakan The Bejos Screen Printing Sudah sesuai yang anda harapkan?
6. Apakah anda berniat untuk melakukan pemesanan kembali dipercetakan The Bejos Screen Printing?
7. Apakah Tanggapan anda dan harapan untuk pengembangan The Bejos Screen Printing

DAFTAR WAWANCARA PENELITIAN

Analisis Strategi Pemasaran Pada usaha Kecil Menengah Percetakan (Studi Kasus UKM Percetakan The Bejos Screen Printing Kota Palopo Sulawesi Selatan)

Narasumber : Pemilik usaha percetakan The Bejos Screen Printing

Nama Informan :

Jabatan :

1. Audit manajemen

- a. apakah struktur organisasi yang anda terapkan sudah sesuai?
- b. apakah deskripsi kerja dan spesifikasi pekerjaan sudah jelas?

2. Produksi Percetakan

- a. apa saja yang diproduksi usaha percetakan ?
- b. Bagaimana Proses Produksi percetakan?
- c. apa fasilitas, perlengkapan mesin usaha dalam baik?

3. Keuangan

- a. Bagaimana memperoleh modal usaha ?
- b. Bagaimana perkembangan dan kondisi keuangan bisnis usaha?

4. Sumber daya manusia (Sdm)

- a. Berapa jumlah karyawannya?
- b. Apakah semangat kerja para karyawan tinggi?
- c. Apa masalah ketenagakerjaan yang dihadapi?

5. Bauran Pemasaran

a. Produk

- jenis produk percetakan apa saja yang dihasilkan oleh percetakan The Bejos Screen Printing?
- apakah ada pengklasifikasian produk?

b. Harga

- Siapa Menentukan Harga?
- Bagaimana cara penetapan harga tersebut?

c. Tempat/Distribusi

- Pada segmen manakah usaha percetakan The Bejos Screen printing?
- Apakah usaha percetakan telah menetapkan targeting (memilih) salah satu target pasar yang akan dimasuki?

d. Promosi

- Kegiatan apa saja yang sudah dilakukan oleh usaha Percetakan The Bejos Screen Printing?
- Media Apakah yang digunakan untuk sarana promosi?

6. Keunggulan, Peluang dan ancaman dari percetakan The Bejos Screen Printing





Tanggal : Palopo 12 Juli 2019
Lampiran : -
Perihal : Surat Tanggapan Ijin Penelitian

Kepada Yth :
Rektor Unismuh Makassar
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar
Ketua Program Studi Manajemen
Jln. Sultan Alauddin No.259 Gedung Iqra Lt.7 makassar

Dengan menunjuk surat dari Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :
493/C.4-II/V/402019 tanggal 23 mei 2019 perihal Pemohonan Ijin Penelitian.

Sehubungan dengan hal tersebut pada dasarnya kami menyetujui/mengizinkan
Penelitian yang dilakukan oleh saudari Dian Nirmasari No Stambuk 10572 05580
15 dengan judul Penelitian "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA
USAHA KECIL MENENGAH PERCETAKAN (STUDI KASUS UKM **THE
BEJOS SCREEN PRINTING KOTA PALOPO,SULAWESI SELATAN**).

Demikian yang disampaikan, atas perhatian dan kerja sama saya ucapkan
terimakasih.

Owner Percetakan The Bejos

Zamsuddin Rasvid

The Bejos Screen Printing Kota Palopo

Jln. Sungai Preman 2 palopo

E-mail : Sammatajang@yahoo.com

BIOGRAFI PENELITIAN



DIAN NIRMASARI, yang lebih akrab dipanggil dengan nama Dayen lahir di Kabupaten Semarang pada tanggal 28 Mei 1996 dari pasangan suami istri Bapak Serda Muh. Munir Anwar dan ibu Rubiyem. Peneliti merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara. Kakak peneliti bernama Muhammad Bibin S,Pi,.M.SI dan Adik Bernama Muhammad Ircam. Saat ini peneliti bertempat tinggal di Jln. Oputosappile (Asrama II Kodim Kota Palopo). Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 81 Langkanae, lulus pada tahun 2007, kemudian melanjutkan sekolah di SMP Negeri 2 Palopo, lulus pada tahun 2011, setelah lulus peneliti melanjutkan kembali sekolah di SMA Negeri 3 Palopo, dan lulus pada tahun 2014. Setelah menyelesaikan masa sekolah peneliti melanjutkan jenjang pendidikan dan mengikuti program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis jurusan Manajemen pada tahun 2015 di Universitas Muhammadiyah Makassar. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa aktif program studi Manajemen S1 di Universitas Muhammadiyah Makassar.