

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha percetakan merupakan salah satu ranah usaha industri kreatif yang memiliki beragam jenis, seperti sablon manual atau *digital*, desain grafis, percetakan digital, media cetak, dan juga periklanan (Rohman & Faddila, 2023). Eksistensi usaha percetakan saat ini semakin didukung oleh kemajuan teknologi cetak, operasional dan tenaga desain. Dimana dalam hal ini usaha percetakan tidak hanya berfokus pada layanan cetak saja melainkan juga memperhatikan hasil dari desain setiap produk yang dibuat. Di era perdagangan bebas dalam sektor perekonomian saat ini, berbagai bisnis saling menghadapi persaingan yang ketat sehingga hal itu menyebabkan perusahaan perlu untuk meningkatkan produktivitasnya dengan tujuan untuk dapat mempertahankan keberadaannya dan eksistensinya di dunia usaha tersebut.

Strategi-strategi yang tepat perlu untuk dilakukan dan diterapkan oleh perusahaan agar dapat menjadi sebuah ide dalam pengembangan suatu usaha bisnis. Strategi merupakan serangkaian kegiatan yang dirancang, dirumuskan, dikembangkan, dan ditetapkan sebagai faktor utama dalam mencapai kesuksesan perusahaan guna merealisasikan target, baik target tempo dekat maupun target berkelanjutan (Hariyanto et al., 2023). Salah satu pendekatan untuk megaktualisasikan dan menggapai sasaran atau target suatu perusahaan adalah dengan cara menerapkan strategi pemasaran untuk meningkatkan peran perusahaan di pasar (E. E. Putri et al., 2021). Dengan menentukan hubungan antara elemen eksternal perusahaan, yang mewakili keadaan pasar, dan faktor internalnya, yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa kepada pelanggan, strategi pemasaran berpotensi sebagai elemen utama dalam kemajuan perusahaan (Khairi et al., 2024).

Seiring perubahan waktu, usaha percetakan ukan hanya sekedar didominasi oleh perusahaan besar saja, tetapi juga melibatkan usaha kecil dan menengah yang juga berkontribusi terhadap perkembangan dan pertumbuhan ekonomi di Kota Pasuruan. Salah satu usaha percetakan yang ada di Kota

Pasuruan adalah CV. IWAN. CV. IWAN merupakan perusahaan jasa di bidang percetakan yang berlokasi di Kota Pasuruan sejak tahun 2012. CV. IWAN tidak hanya menyediakan layanan cetak, tetapi juga menawarkan layanan konsultasi, mulai dari proses desain, pemilihan bahan cetak, hingga tahap *finishing*. CV. IWAN menyediakan layanan percetakan untuk berbagai produk, termasuk stiker, kwitansi, buku, undangan, brosur serta banyak produk lagi.

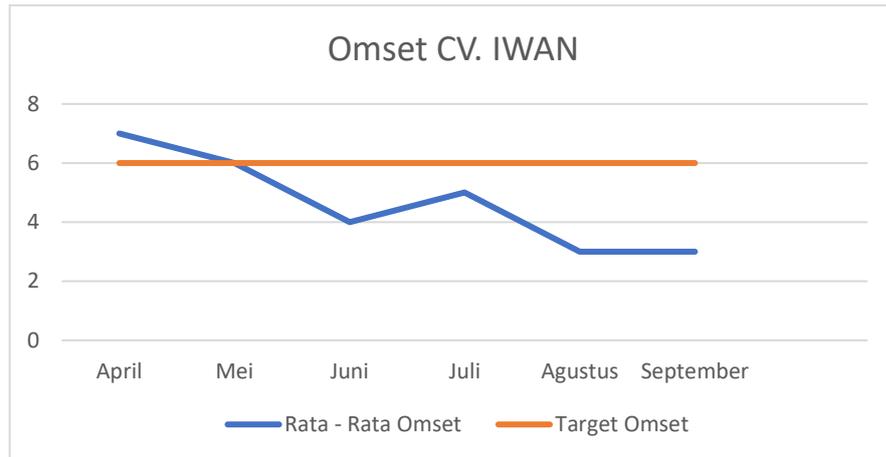
Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilangsungkan dengan pemilik percetakan CV. IWAN, pemilik mengungkapkan bahwa terdapat permasalahan berupa menurunnya daya beli pasar terhadap jasa cetak di CV. IWAN, yang mana hal itu berdampak pada menurunnya tingkat penjualan. Berikut adalah data omset dari CV.IWAN selama periode April 2024 sampai September 2024 dan grafik omset CV.IWAN.

Tabel 1.1 Data Omset CV. IWAN

Bulan	Omset per bulan (Rupiah)	Target Omset per bulan (Rupiah)
April	7 juta	6 juta
Mei	6 juta	
Juni	4 juta	
Juli	5 juta	
Agustus	3 juta	
September	3 juta	

Sumber : Data Primer 2024

Berdasarkan tersebut, terlihat bahwa omset di CV. IWAN sebagian besar tidak mencapai target. Dari data enam bulan yang dianalisis, hanya pada bulan April dan Mei 2024 target berhasil dicapai. Sehingga dalam hal ini perlu melakukan analisis yang bertujuan untuk menentukan langkah-langkah yang dapat diambil dan dilakukan untuk dapat meningkatkan atau mencapai target omset CV. IWAN.



Gambar 1.1 Rata – Rata Omset
Sumber : Data Primer 2024

Dari gambar di atas yang menunjukkan rata-rata omset CV. IWAN, dapat diketahui bahwa hanya pada bulan April dan Mei, yaitu hanya dua periode saja yang memenuhi capaian penjualan dari 6 bulan sampel yang diperoleh pada tahun 2024.

Kondisi perekonomian Indonesia yang masih belum stabil dapat menyebabkan fluktuasi harga bahan baku kertas. Selain itu, banyaknya pesaing yang menawarkan harga cetak yang lebih murah menyebabkan daya tawar konsumen menjadi lebih tinggi sehingga konsumen memiliki berbagai alternatif tempat percetakan yang dapat dipilih dengan memilih yang paling menguntungkan bagi konsumen itu sendiri. Melihat kondisi tersebut tentunya dapat mengancam keberadaan dan eksistensi CV. IWAN sebagai salah satu usaha jasa percetakan di Indonesia, khususnya di Kota Pasuruan.

Berdasarkan permasalahan yang dimiliki oleh CV. IWAN, maka dibutuhkan sebuah analisis strategi pemasaran guna meningkatkan angka penjualan perusahaan. Sehingga dalam hal ini, diperlukan sebuah metode yang efisien untuk digunakan pada penelitian ini. Metode yang cocok untuk menganalisis strategi pemasaran CV. IWAN adalah dengan metode Analisis SWOT (*Strenght, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, adapun identifikasi masalah dari penelitian ini yaitu dimana target omset penjualan belum terpenuhi.

Sesuai uraian sebelumnya maka peneliti ingin melakukan penelitian tentang analisis strategi pemasaran menggunakan judul **“STRATEGI PEMASARAN DI PERCETAKAN CV. IWAN MENGGUNAKAN METODE ANALISIS SWOT”**

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Terletak pada kuadran berapa strategi pemasaran CV. IWAN?”

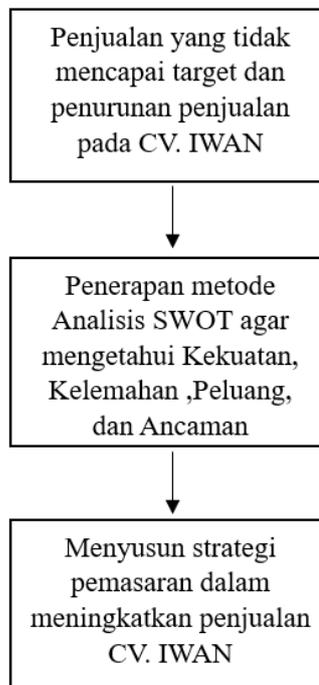
1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah “Untuk mencari letak kuadran dari strategi pemasaran CV. IWAN”.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan penelitian diperlukan untuk memberikan kemudahan dalam pelaksanaan penelitian ini, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai sesuai harapan. Dalam penelitian ini, yang menjadi batasan penelitian yaitu: “Data yang diambil pada penelitian ini adalah pada bulan April 2024 – September 2024”.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.2 Kerangka Berpikir

1.7 Manfaat Penelitian

Dengan ini peneliti menyampaikan harapannya agar pihak-pihak berikut dapat merasakan manfaat dari temuan penelitian ini:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman dan pengalaman penulis dalam analisis SWOT dan taktik pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan insight kepada perusahaan, sehingga dalam proses penjualan, perusahaan dapat meningkatkan kualitas penjualan produk serta merumuskan strategi guna mencapai target yang sudah ditetapkan.

3. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperluas koleksi publikasi ilmiah perpustakaan untuk digunakan sebagai bahan referensi dan informasi praktis.