

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha percetakan merupakan suatu bidang usaha dalam industri kreatif yang meliputi berbagai bentuk sablon/digital print, desain grafis, digital print, periklanan dan penerbitan. Bisnis percetakan semakin mudah dalam hal teknologi percetakan, operasional dan staf desain. Jasa percetakan tidak hanya sekedar jasa percetakan saja, namun juga fokus pada desain setiap produk. Dalam masa pembangunan, usaha rangkap tersebut tidak hanya dilakukan oleh korporasi-korporasi besar, namun juga perusahaan-perusahaan kecil dan besar yang ikut serta dalam pembangunan perekonomian kota Jember. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan dan pembinaan yang berkesinambungan agar usaha kecil dan menengah (UKM) dapat mandiri dan tumbuh menjadi usaha yang tangguh. Usaha kecil dan menengah (UKM) harus memanfaatkannya untuk memberikan kepuasan pelanggan dan peluang pasar.

Peluang usaha percetakan di kota Jember sangat bagus dan banyak pengusaha yang beralih ke dunia usaha ini. Hal ini tentu saja membuat persaingan bisnis menjadi lebih kompetitif. Persaingan yang semakin ketat memberikan keunggulan bagi produsen dibandingkan produsen lain. Termasuk menawarkan desain yang indah, kreatif dan inovatif.

Tabel 1.1
Daftar UKM Percetakan Kabupaten Jember

No	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Omah Digital Jember	Jl. Arjuna No.3, Pancakarya, Ajung, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68175
2.	Percetakan Megah	Jl. Sultan Agung No.44, Arjasa, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68191
3.	Percetakan Aneka Usaha	Jl. Manggar 9, Gebang, Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117
4.	Rejeki Cetak	Jl. Manggar No.51, Gebang, Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68117

Sumber: <http://noteleponinfo.blogspot.com/2018/10/daftar-daftar-percetakan-jember.html>

Berdasarkan Tabel 1.1 MAXX DESIGN Printing telah membuktikan banyak pesaing di industrinya. Oleh karena itu, pemilik harus mampu berinovasi dan bekerja keras dalam menyiapkan pesanan dan mempromosikan produknya untuk merebut pangsa pasar. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan kesadaran masyarakat dan membantu mempertahankan bisnis terhadap persaingan dari perusahaan percetakan sejenis.

Karena persaingan yang semakin intens antara bisnis jenis ini, keadaan pasar telah berubah. Sekarang beralih dari pasar penjual (di mana kekuatan pasar ada di tangan penjual) ke pasar pembeli (di mana kekuatan pasar ada di tangan pembeli). Dalam situasi seperti ini, pengusaha dan produsen akan berusaha untuk mendapatkan pembeli dengan mempertimbangkan permintaan dan selera pelanggan. Dengan demikian, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk membuat sesuatu yang unik dan menarik untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan (Sanjaya 2017:1)

Cara untuk mendapatkan keunggulan bersaing yang konsisten adalah dengan menggunakan strategi pemasaran. Strategi ini dapat digunakan sebagai salah satu dasar untuk menyusun perencanaan perusahaan secara menyeluruh. Dibutuhkan persiapan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman, mengingat kompleksitas masalah yang ada. Semakin kerasnya persaingan umumnya menunjukkan betapa pentingnya strategi pemasaran. Dalam situasi seperti itu, Anda hanya memiliki dua pilihan: mencoba menghadapinya atau keluar dari persaingan.

Kegiatan pemasaran sangat penting untuk kesuksesan perusahaan. Melakukan strategi pemasaran adalah fungsi utama perusahaan. Strategi ini mencakup rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan mempertahankan bauran pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Perusahaan harus mampu mengelola bisnisnya dengan baik agar tetap dapat bersaing dengan perusahaan lain. Mengelola strategi dengan baik adalah salah satu cara manajemen perusahaan dapat mencapai laba yang diinginkannya. Dikutip dari Sunyoto (2013:12) Menurut definisi ini, manajemen penjualan mencakup pelaksanaan rencana pemasaran dan pengambilan keputusan strategis, serta perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program kontak tata muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

Pada presurvey yang dilakukan peneliti di Percetakan *MAXX DESIGN* Jember sebagai obyek penelitian, ditemukan data penjualan yang memiliki peningkatan dan penurunan pada beberapa produk yang dihasilkan.

Tabel 1.2
Data Penjualan di Percetakan *MAXX DESIGN*
Januari – Mei 2022

No	Produk Cetakan	Bulan					Total Penjualan
		Jan	Feb	Mar	April	Mei	
1.	Souvenir	900 Pcs	200 Pcs	150 Pcs	350 Pcs	750 Pcs	2.350 Pcs
2.	Undangan	800 Lbr	120 Lbr	300 Lbr	200 Lbr	600 Lbr	2.020 Lbr
3.	Sticker Label	150 Lbr	250 Lbr	100 Lbr	50 Lbr	500 Lbr	1.050 Lbr
4.	Banner	50 m	-	30 m	100 m	120 m	300 m
5.	Amplop	20 Pack	25 Pack	10 Pack	40 Pack	5 Pack	120 Pack

Sumber : Percetakan *MAXX DESIGN* Jember

Dari tabel diatas dapat dilihat tingkat penjualan *MAXX DESIGN* dari bulan kebulan tidak stabil. Volume penjualan jenis cetakan pada usaha Percetakan *MAXX DESIGN* dari bulan Januari ke Mei mengalami penurunan penjualan pada produk Amplop dan yang mengalami kenaikan pada produk Souvenir.

Penurunan penjualan dapat disebabkan oleh beberapa faktor eksternal, seperti kurangnya pengetahuan publik, yang mengakibatkan kurangnya pelanggan yang datang, dan kurangnya promosi produk di masyarakat dan media sosial. Faktor-faktor ini juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti banyaknya pelanggan yang tidak terkenal, yang mengakibatkan penurunan penjualan dan kebutuhan akan strategi untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih unggul. Jadi, peneliti harus menyelidiki elemen internal dan eksternal percetakan Maxx Design untuk menemukan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan produk yang dibuat.

Melihat uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan SWOT *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Dalam Meningkatkan Penjualan Pada *MAXX DESIGN* Jember**”

1.2 Rumusan Masalah

Pemasaran adalah bagian penting dari upaya untuk menyampaikan keberadaan perusahaan dan produk kepada konsumen. Salah satu hal yang harus diperhatikan adalah membuat strategi pemasaran Percetakan MAXX DESIGN Jember yang efektif dan dapat diandalkan untuk mencapai sasaran perusahaan. Strategi pemasaran adalah alat yang dapat digunakan oleh perusahaan percetakan untuk mencapai tujuan dan sasarannya dengan mempertahankan keunggulan bersaing melalui pasar yang dimasuki. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi pemasaran yang tepat di Percetakan *MAXX DESIGN* di kota Jember berdasarkan pendekatan analisa SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan penjualan pada *Maxx Design* Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yaitu :

1. Bagi Pelaku Usaha UKM : sebagai sumber informasi dan referensi bagi bisnis saat membuat keputusan tentang strategi pemasaran yang lebih lanjut, yang akan membantu mereka berkembang dan meningkatkan daya saing mereka.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya : Sebagai suatu kesempatan bagi peneliti untuk memperluas pengetahuan mereka tentang manajemen pemasaran, khususnya dalam bisnis percetakan
3. Bagi Masyarakat : Penelitian ini diharapkan masyarakat lebih mengenal potensi produk UKM Percetakan *MAXX DESIGN* kemudian mengembangkan dan meningkatkan pemasaran UKM Percetakan *MAXX DESIGN* agar lebih dikenal.