

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di jaman globalisasi ini persaingan dalam mencari kerja sangatlah tinggi banyaknya pengangguran di kalangan pemuda semakin meningkat, lulusan sarjana pun sekarang mulai semakin ketat dalam mencari pekerjaan semua ini karena tidak diimbangi dengan banyaknya peluang kerja yang terbuka, tingkat pengangguran yang tinggi inilah yang menjadi salah satu beban negara dalam mensejahterakan masyarakatnya, dengan ini maka pemuda indonesia di tuntut untuk memiliki jiwa kreatif, inovatif dalam mencari peluang kerja seperti berwirausaha untuk bisa menjadi jalan alternatif dalam mencari peluang pekerjaan, dengan semakin banyaknya pengusaha muda maka tentu saja beban negara semakin berkurang dalam menanggulangi pengangguran, dan juga indonesia akan lebih maju dengan semakin banyaknya bermunculan wirausaha muda.

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu penunjang pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Dengan semakin pesatnya persaingan dunia bisnis saat ini maka UKM dituntut meningkatkan daya saing lokal dengan berbenah, mempersiapkan diri, dan berusaha memenangi persaingan ini (Ulum, 2010). Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan mengadopsi dan mengimplementasikan sebuah sistem informasi (SI). Namun sering kali terjadi kegagalan dalam pemanfaatan sistem informasi. Beberapa kajian menunjukan bahwa kegagalan implementasi didominasi oleh faktor manusia (*user*) seperti :

tidak cocok dengan budaya kerja baru, etika dan kebijakan serta adanya keterbatasan keahlian.

Salah satu sektor yang digeluti usaha kecil menengah yang sangat memungkinkan untuk dikembangkan adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007). Sumber daya manusia kreatif dan kekayaan warisan budaya adalah merupakan modal yang kuat bagi bangsa Indonesia untuk bersaing di industri kreatif. Sektor industri ini lebih mengintensifkan penggunaan informasi pasar, kreativitas dan didukung sumber daya manusia yang kreatif. Dengan bekal ini UKM diharapkan bisa bersaing dengan industri besar yang seringkali lebih efisien dan berbiaya produksi lebih murah. (Welis Raldianingrat Wuryanti : 2014)

Percetakan merupakan suatu proses memindahkan tulisan atau gambar pada kertas atau objek lainnya dengan melalui sebuah mesin cetak. Percetakan biasanya memproduksi buku, majalaah, agenda, dan kalender. Percetakan juga dapat menjadi media belajar maupun menjadi alat bertukar dan menambah informasi.

Digital printing adalah media sekaligus lahan baru di dunia percetakan. Bagaimana pun teknologi ini mulai menggeser teknologi konvensional (teknik sablon manual). Teknik ini memiliki beberapa kelebihan diantaranya produk dapat dibuat satuan, full color, gambar kualitas foto, tahan air dan tahan lama. Selain itu

di era yang serba cepat seperti sekarang ini maka lama pengerjaan produk menjadi sebuah tuntutan. Karena sebagian besar konsumen menginginkan hasil yang cepat sehingga mereka tidak akan merasa membuang-buang waktu. Selain itu dengan variasi produk yang sangat luas, kita dapat dengan fleksibel menggandeng segmen market yang lebih luas, serta menentukan produk unggulan apa saja, kapan saja sesuai trend pada saat itu, sehingga kita dapat mencapai Break Event Point dalam waktu yang jauh lebih singkat. Teknik digital printing juga merupakan sebuah solusi bagi orang-orang atau konsumen yang membutuhkan hasil cetakan yang jumlahnya sedikit karena di bisnis ini tidak mengenal adanya minimum order. Apalagi dengan teknologi digital saat ini, foto dapat dengan mudah dimanipulasi, retouch (diperbaiki) diberikan variasi desain huruf sehingga dapat lebih menarik lagi. Dengan teknologi digital, hasil foto dari fotografer amatir-pun dapat berkesan “professional”.

Perkembangan sistem dan teknologi pada era globalisasi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat baik dalam skala besar, menengah maupun skala kecil. Sebab itu banyak perusahaan percetakan yang mulai menggunakan sistem dan teknologi informasi sebagai alat pendukung aktivitas bisnisnya untuk mencapai keberhasilan perusahaan dan juga sebagai modal untuk bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada.

UD Rembulan Printing merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, yang melayani pemesanan cetak banner, buku, agenda, kalender, undangan, nota, kwitansi, kartu nama, kop surat, amplop, sticker, brosur, sablon (kain, plastik, dll). UD Rembulan Printing merupakan salah satu perusahaan

percetakan terbesar di daerah sumenep, dimana telah memiliki 2 cabang yang berlokasi di pandian dan saronggi. Oleh karena itu perusahaan harus mengutamakan kualitas produk dan pelayanan yang terbaik untuk para pelanggannya. Sumber daya sistem dan teknologi informasi yang sudah ada akan diperbarui terus-menerus seiring perkembangan zaman yang tentunya hal tersebut akan sangat membantu UD Rembulan Printing dalam menghadapi para pesaingnya.

Di UD Rembulan Printing pun proses pemesanan masih manual, pelanggan masih harus bertemu secara langsung dengan pihak perusahaan untuk melakukan pemesanan cetak, belum terdapat sistem pemesanan secara online yang tentunya dapat mempercepat proses transaksi antara pelanggan dan perusahaan yang tentunya dapat meningkatkan kinerja perusahaan agar lebih efektif dan efisien. Seiring dengan banyaknya variasi pada tipe objek suatu cetakan perusahaan juga memiliki alat yang dapat memenuhi keinginan pelanggan. Selain kecanggihan alat cetak yang dimiliki UD Rembulan Printing, perusahaan ini juga sangat memperhatikan fasilitas yang diberikan untuk pelanggan baik secara fisik maupun non fisik.

Fasilitas yang diberikan tentunya ditujukan untuk memberi kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi. Lokasi head office yang strategis dan akses control yang diberikan untuk melihat pesanan adalah segelintir contoh yang berusaha diberikan perusahaan untuk melayani pelanggan. Selain itu perusahaan juga memiliki strategi seperti menjaga kualitas dan produk perusahaan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan yang juga menjadi alat untuk

menarik konsumen sebanyak mungkin dan dapat bersaing oleh perusahaan percetakan lainnya.

Strategi pemasaran merupakan senjata bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis Digital Printing. Tujuan utama dari sebuah perusahaan ialah pencapaian profit (laba) dan hal ini dapat juga sebagai tolak ukur dalam sukses atau tidaknya sebuah perusahaan dalam pencapaian tujuannya. Selain itu efektifitas dan efisiensi dalam menjalankan operasional perusahaan juga memegang peranan penting. Efisiensi yang dimaksud adalah strategi pemasaran yang dilakukan dengan perhitungan dan pertimbangan yang tepat sehingga tidak ada pemborosan biaya baik itu dalam operasional maupun dalam biaya promosi maupun iklan dan efektifitas yang dimaksud ialah pemilihan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan pasar yang dilayani oleh perusahaan sehingga sasaran yang ditetapkan dapat tercapai.

Dalam menghadapi kondisi seperti di atas, UD Rembulan Printing harus menyiapkan diri dalam persaingan. Teknik digital semakin banyak digunakan karena hasilnya yang sangat variatif dan dapat mencetak lebih indah sesuai dengan yang tampak di layar komputer. Cetak digital (digital printing) merupakan proses pencetakan suatu gambar atau desain ke media cetak seperti kertas, kain atau bahan lainnya secara langsung dari komputer melalui alat cetak dimana pencetakan dilakukan dan dikontrol secara digital tanpa melalui proses pembuatan acuan cetak (www.pkm.openthinklabs.com).

UD Rembulan Printing telah berdiri selama 29 tahun, dan mulai usahanya dengan menawarkan jasa pengetikan dan print dokumen. Kemudian terus berkembang tiap tahunnya hingga seperti sekarang. omset penjualan UD Rembulan Printing pun terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Usaha digital printing ini merupakan perluasan dari usaha penerbitan atau percetakan. Usaha printing di daerah Sumenep cukup banyak, dalam hal ini tentunya UD Rembulan Printing mempunyai strategi tersendiri untuk menghadapi banyaknya pesaing di daerah Sumenep sendiri. Berdasarkan hasil survey tahun 2018 terdapat 13 usaha percetakan yang cukup dikenal masyarakat yang ada di Kabupaten Sumenep. Sedangkan untuk usaha digital printing yang paling di kenal dan paling percaya masyarakat saat ini terdapat di JL.KH. Wahid Hasyim yaitu 2 usaha percetakan yang salah satunya adalah UD Rembulan Printing. Dari pendekatan ini akan diperoleh informasi bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan oleh UD Rembulan Printing.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi produk yang dilakukan di UD Rembulan Printing ?
2. Bagaimana strategi harga yang dilakukan di UD Rembulan Printing ?
3. Bagaimana strategi promosi yang dilakukan di UD Rembulan Printing ?
4. Bagaimana strategi tempat yang dilakukan di UD Rembulan Printing ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui strategi produk yang dilakukan di UD Rembulan Printing
2. Untuk mengetahui strategi harga yang dilakukan di UD Rembulan Printing
3. Untuk mengetahui strategi promosi yang dilakukan di UD Rembulan Printing
4. Untuk mengetahui strategi tempat yang dilakukan di UD Rembulan Printing

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis, sebagai media pembelajaran dalam mengembangkan wawasan dan pengetahuan dalam manajemen pemasaran. Serta dapat memberikan pengalaman untuk terjun langsung di dalam perusahaan atau dunia kerja.
2. Bagi pembaca, sebagai suatu sarana penambahan informasi yang ada dan referensi bacaan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dengan permasalahan yang sama.
3. Bagi perusahaan, adanya kegiatan penelitian ini supaya memberikan ide-ide yang positif dan memberikan masukan-masukan yang bagus bagi perusahaan.
4. Bagi Perguruan Tinggi, dapat dijadikan referensi penelitian di jurusan entrepreneur khususnya jurusan entrepreneurship fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura