

ANALISIS SWOT DAN STRATEGI PEMASARAN SYARIAH PADA UD R_DESIGN PRINTING

Yeni Rokhilawati¹, Nurul Hidayah², Bayu Aji Wisnu Murti
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Ibrahimy Banyuwangi
e-mail: yenirokhilawati@gmail.com, hydah064@gmail.com,

Abstract

The printing business is a business that has a wide scope, this business can include graphic design, screen printing, digital printing, print media and advertising. There are many printing businesses spread across Indonesia that provide different services and products, ranging from those that specialize in just one service/product to businesses that provide almost all services and products. The large number of printing businesses currently creates a lot of competition, so printing business owners must be able to create a good strategy to face this competition. This research aims to explain how to analyze SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and Marketing Strategy in a Micro, Small and Medium Enterprise (UMKM), namely a Printing Business which is managed by an individual by analyzing the internal and external factors of a business and how the business works. in carrying out marketing strategies. The results of this research show that the result of the SWOT Analysis are that R_Design Printing has several points which are divided into 2 internal and external factors consist of 2 elements, namely Strengths and Weaknesses. And also external factors which consist of 2 elements, namely Opportunities and Threats. Apart from analyzing SWOT, this research also explains the Sharia Marketing Strategy at R_Design Printing using the 9P's Marketing Mix.

Keyword: SWOT Analysis, Sharia Marketing Strategy, Printing Business

Abstrak

R_Design Printing merupakan bisnis percetakan yang didirikan oleh bapak Imam Asrofi pada tahun 2010 dan masih berjalan hingga sampai saat ini. Bisnis R_Design Printing ini melayani berbagai macam jasa percetakan mulai dari percetakan digital secara umum seperti print file, fotocopy, dan lain sebagainya, serta juga menyediakan jasa sablon baik secara manual maupun digital. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan Strategi Pemasaran pada suatu Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM) yaitu Bisnis Percetakan yang dikelola oleh pribadi dengan cara menganalisa faktor Internal dan eksternal dari suatu bisnis dan bagaimana bisnis tersebut dalam melakukan strategi pemasaran. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa hasil dari analisa SWOT adalah R_Design Printing memiliki beberapa point yang termasuk didalamnya yaitu terbagi menjadi 2 faktor internal dan eksternal. Yang manafaktor

internal tersebut terdiri dari 2 elemen yaitu Strengths dan Weaknesses. Dan juga faktor eksternal yang terdiri dari 2 elemen yaitu Opportunities dan Threats. Selain menganalisa SWOT, penelitian ini juga menjabarkan bagaimana Strategi Pemasaran Syariah yang ada pada R_Design Printing dengan menggunakan bauran pemasaran (Marketing Mix) 9P.

Kata Kunci: *Analisis SWOT, Strategi Pemasaran Syariah, Bisnis Percetakan.*

Accepted: 28 November 2024	Reviewed: 23 January 2025	Published: 24 January 2025
-------------------------------	------------------------------	-------------------------------

A. Pendahuluan

Teknologi pada era sekarang ini sudah mulai berkembang dengan cepat dan pesat. Banyak dari kita yang sudah menyadari bahkan sudah merasakan perkembangan teknologi pada saat ini, mulai dari berkembangnya teknologi perangkat genggam (*smartphone*) yang semakin hari semakin modern dan juga perkembangan pada perangkat komputer yang semakin canggih dan mumpuni dan juga pada teknologi lainnya. Perkembangan pada perangkat komputer memberikan kita kemudahan dalam mengerjakan segala aktifitas harian kita mulai dari bekerja, mengerjakan tugas, belajar atau hanya sekedar mencari hiburan.

Kemajuan pada teknologi komputer yang semakin canggih dan mumpuni juga bisa memudahkan pekerjaan-pekerjaan yang memerlukan adanya komputer serta memunculkan banyak peluang di berbagai macam sektor bisnis usaha. Banyak sekali sektor usaha yang dapat dikembangkan dengan adanya komputer, mulai dari bisnis Design Grafis, Multimedia, Periklanan, Percetakan, dan lain sebagainya. Salah satu bisnis yang sangat membutuhkan teknologi komputer dalam operasionalnya adalah bisnis Percetakan.

Bisnis Percetakan merupakan bisnis yang memiliki cakupan yang luas, bisnis ini bisa meliputi Design Grafis, Sablon, Percetakan Digital, Media Cetak, dan Periklanan. Banyak sekali bisnis percetakan yang sudah tersebar di Indonesia ini yang menyediakan jasa dan produk yang berbeda-beda, mulai dari yang dikhawatirkan pada satu jasa/produk saja sampai dengan bisnis yang menyediakan hampir keseluruhan jasa dan produk. Perbedaan pada pelayanan ini tentu disesuaikan dengan kondisi bisnis yang sedang dijalankan dan juga target pasar yang hendak dicapai. Semakin banyak jasa dan produk yang ditawarkan, tentunya akan semakin banyak pula konsumen yang akan tertarik untuk mencoba jasa dan produknya tersebut.

Meski seiring perkembangan jaman yang semakin canggih dan serba digital seperti sekarang ini, namun tetap saja banyak dari masyarakat yang memerlukan adanya bisnis percetakan untuk kebutuhan mereka, baik itu untuk pekerjaan

maupun kebutuhan pribadi. Kebanyakan dari masyarakat yang memerlukan bisnis percetakan itu beragam mulai dari sekolah, perusahaan perkantoran, dan juga konsumen pribadi yang memerlukan jasa percetakan untuk kepentingan mereka pribadi.

Banyak dari masyarakat atau warga sekolah yang memerlukan bisnis percetakan dalam menjalankan operasional kegiatan pembelajaran di sekolah, mulai dari kebutuhan dalam mencetak buku ajar, soal ujian, naskah artikel dan pengetahuan dan lain sebagainya. Selain dari sekolah, para pekerja kantoran juga masih banyak yang terkadang memerlukan jasa dari bisnis percetakan seperti misalkan pada bagian periklanan yang mana terkadang masih belum bisa membuat design untuk periklanan yang dikehendaki sehingga mereka membutuhkan tenaga profesional untuk membantu membuat design yang akan digunakan untuk kebutuhan periklanan mereka. Tak hanya tertuju pada konsumen dari sekolah dan pekerja kantoran, masyarakat umum ternyata juga masih banyak yang memerlukan jasa dari bisnis percetakan untuk kepentingan mereka, mulai dari mencetak foto dan dokumen, membuat banner, membuat design grafis, sablon dan masih banyak yang lainnya. Dari berbagai penjelasan diatas menjadikan bisnis percetakan tetap eksis dan berjalan sampai dengan sekarang.

Banyaknya bisnis percetakan yang semakin bermunculan membuat banyaknya persaingan antar satu bisnis dengan bisnis yang lainnya. Persaingan ini tentunya tidak bisa dianggap remeh, karena jika suatu bisnis kalah bersaing dengan bisnis lainnya maka bisnis tersebut akan mudah terlupakan dan tidak mendapat konsumen lagi, parahnya lagi bisnis tersebut bisa gulung tikar. Oleh sebab itu diperlukan adanya strategi tertentu dalam menghadapi banyaknya persaingan yang ada. Dalam menghadapi persaingan, contoh strategi yang bagus adalah dengan mengenal terlebih dahulu bagaimana situasi dan kondisi bisnis pada saat ini. Hal ini bisa dilakukan dengan menggunakan metode Analisis SWOT.

Menurut Mulyadi (2013:15) asal kata Strategi yaitu *strategy* yang mempunyai arti cara yang dilakukan untuk meraih situasi dan kondisi yang diharapkan dan diimpikan untuk terwujud diwaktu yang akan datang. Strategi adalah beberapa langkah yang seharusnya dijalankan perusahaan dalam menggapai tujuan akhir yang hendak dicapai.

Irham Fahmi menjelaskan dalam bukunya (2014:70) bahwa pemasaran merupakan proses manajerial dan sosial baik pribadi atau organisasi dalam penciptaan pertukaran nilai untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan.

Danang Sunyoto (2014:220) menjelaskan pemasaran merupakan kegiatan manusia untuk mencukupi kebutuhan dan keingintahuan dengan proses pertukaran. Kebutuhan manusia menjadi konsep dasar pemasaran, Kebutuhan manusia yaitu keadaan

semacam rasa ada yang hilang didalam diri seseorang yang kompleks dan cakupannya luas meliputi kebutuhan dasar, perasaan aman, kesenjangan sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Asal dari keinginan manusia bisa dipengaruhi oleh budaya sekitar maupun kepribadian seseorang.

Menurut Sofjan A. (2014:168-169), strategi pemasaran adalah paduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan yang dihasilkan dari rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran.

Menurut Gitosudarmo I. dalam bukunya (2012:163-164), Strategi pemasaran ialah strategi untuk menerapkan perpaduan berbagai macam bauran pemasaran yang sudah diatur sebaik-baiknya oleh pengusaha sehingga berfungsi dengan baik untuk melayani kebutuhan targetnya yaitu pasar atau segmen pasar yang juga berfungsi sebagai senjata dalam menghadapi persaingan pada pasar.

Menurut Rianto N. (2012:5-21), Pemasaran Syariah merupakan tindakan taktik yang bisa menaungi semua aktivitas aktivitas pada perusahaan, mulai dari proses, membangun, menawarkan sesuai dengan ajaran Islam yang mana suatu perusahaan pada pemasarannya harus berlaku jujur sesuai dengan kenyataannya serta bagi pembeli, dalam pembeliannya harus karena butuh.

Selain menentukan strategi bisnis, Analisa SWOT juga dapat dipakai sebagai sebuah cara untuk menentukan strategi pemasaran pada suatu produk. Analisa ini dilakukan untuk mengetahui Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) dari sebuah produk yang akan dijual. Analisa ini bertujuan untuk pedoman dan evaluasi untuk setiap wirausaha agar mereka bisa menjual dan memasarkan produk mereka sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan yang ada.

Analisa SWOT dapat digunakan dalam membangun maupun menjalankan suatu bisnis usaha agar wirausahawan dapat mengetahui kemana arah bisnisnya akan berjalan, dan mengetahui lebih terkait bisnis usahannya sendiri. Analisa ini dapat dijadikan parameter untuk mengetahui beberapa point-point penting dalam aspek usahanya, seperti Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang ada didalam bisnis tersebut.

Dengan semakin berkembangnya bisnis percetakan, semakin banyak pula persaingan yang tercipta antar sesama bisnis, untuk mengatasi persaingan ini, suatu bisnis perlu memberikan jasa / produk yang tidak dimiliki oleh bisnis lainnya, atau memiliki suatu jasa/produk unggulan yang menjadikan nilai plus pada bisnisnya. Namun tetap saja semuanya akan sia-sia jika konsumen tidak mengetahui jasa/produk unggulan tersebut. Oleh karena itu setiap bisnis harus tetap *up-to-date* dalam mengenalkan dan memasarkan jasa/produk mereka kepada pelanggan.

Dalam situasi yang seperti inilah strategi pemasaran sangat berperan penting bagi bisnis dalam mengenalkan dan memasarkan jasa/produknya.

Bisnis percetakan juga merupakan bisnis yang seperti halnya bisnis lainnya, bisnis ini masih memerlukan strategi pemasaran untuk mengenalkan dan memasarkan jasa/produknya. Namun sekarang ini, perkembangan pada teknologi yang semakin hari semakin berkembang menjadi lebih canggih daripada sebelumnya, kegiatan memasarkan dan mengenalkan jasa/produk kepada konsumen bukanlah hal yang sulit lagi. Semua kegiatan pemasaran kini bisa dilakukan menggunakan teknologi modern menggunakan komputer atau perangkat seluler (*Smartphone*), apalagi dengan adanya Internet. Sekarang ini, hampir setiap saat kita menggunakan komputer atau Smartphone kita untuk kebutuhan edukasi, berinteraksi maupun sekedar mencari hiburan secara online. Dengan itu, bisnis percetakan juga bisa memanfaatkan kesempatan tersebut untuk mengenalkan jasa/produk mereka secara online juga.

Bisnis percetakan sebagaimana kita ketahui sekarang ini tentu tidak hanya bisnis yang besar-besaran saja, namun kini sudah banyak bisnis percetakan yang datang dari usaha kecil seperti usaha pribadi dan UMKM (Usaha Menengah Kecil Mikro). Dengan konsep ini banyak sekali masyarakat yang hendak merintis bisnis percetakan dari bisnis kecil-kecilan, terutama masyarakat desa yang memang tidak memiliki modal yang besar seperti bisnis yang dijalankan perusahaan. Masyarakat desa kebanyakan akan memulai bisnis mereka dengan membuka usaha kecil terlebih dahulu yang nantinya dikembangkan hingga besar.

R_Design Printing merupakan bisnis percetakan yang terletak di desa Toyamas Wringinrejo. Bisnis ini didirikan oleh bapak Imam Asrofi pada tahun 2010 dan masih berjalan hingga sampai saat ini. Pada mulanya, bisnis ini didirikan oleh bapak Imam Asrofi setelah beliau melihat potensi yang menguntungkan dari bisnis ini juga sebagai waktu untuk mengembangkan ilmu dan keahlian diri sendiri.

Bisnis R_Design Printing ini melayani berbagai macam jasa percetakan mulai dari percetakan digital secara umum seperti *print file*, *fotocopy*, dan lain sebagainya, serta juga menyediakan jasa sablon baik secara manual maupun digital. R_Design Printing sudah berjalan dan beroperasi lebih dari 1 dekade, sejak awal berdirinya pada tahun 2010. Dalam kurun waktu tersebut tentunya sudah banyak sekali perjuangan dan usaha yang dilakukan dalam menjaga bisnis untuk tetap berjalan dan menghadapi segala persaingan yang ada. Untuk menjaga orang tetap tahu akan segala informasi dan layanan dari bisnis ini, maka diperlukan strategi pemasaran yang bagus. Selama perjalanan bisnis R_Design Printing tentunya sudah banyak sekali rintangan dan hambatan yang datang menguji bisnis ini, namun bisnis ini tetap bertahan hingga saat ini dan masih dikenal banyak orang. Bertahannya bisnis

ini ditengah gempuran perkembangan teknologi dan persaingan yang ketat dikarenakan adanya strategi yang bagus, pemahaman dan pengetahuan terhadap kondisi bisnisnya juga berperan penting dalam mempertahankan kelancaran dan perkembangan bisnis.

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2013:209), Jenis penelitian *Field research* ialah penelitian yang dilakukan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan data atau informasi dengan mendatangi narasumber/responden. Metode Pendekatan kualitatif merupakan penelitian dengan maksud untuk memahami suatu fenomena terkait apa yang sedang dialami oleh subjek penelitian seperti tingkah laku, persepsi, tindakan, motivasi dan sebagainya secara holistic dan menggunakan paragraf deskriptif dalam bentuk basaha dan kata-kata, pada konteks spesial dengan menggunakan berbagai macam metode alamiah (Moleong, 2017:6)

C. Hasil dan Pembahasan

1. Analisis SWOT R_Design Printing

a. Faktor Internal

1) Strengths (Kekuatan)

Kekuatan yang ada pada R_Design Printing telah terangkum dan dapat dijabarkan sebagaimana berikut:

- a) Masih memiliki peluang besar / Prospek kedepan masih ada.

Meskipun perkembangan jaman yang sudah mulai canggih dan serba digital seperti sekarang ini, namun masih banyak orang membutuhkan jasa percetakan untuk kebutuhan mereka baik pribadi maupun industri. Ini membuat industri percetakan masih eksis dan memiliki peluang untuk kedepannya.

- b) Produk Beragam & Berkualitas.

Produk yang dimiliki R_Design Printing memiliki banyak varian yang terbagi menjadi 3 kategori utama, yaitu cetak umum, sablon manual dan sablon digital.

- c) Mengutamakan pelayanan untuk Kepuasan Pelanggan.

R_Design Printing selalu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik dan produk-produk berkualitas yang sesuai dengan permintaan pelanggan.

- d) Memiliki pelanggan tetap.

R_Design Printing sudah memiliki pelanggan tetap yang sudah setia

menggunakan jasa dan produknya.

- e) Promosi harga/Diskon & Pelayanan antar.

Adanya promosi harga atau diskon untuk pelanggan merupakan nilai plus bagi R_Design Printing untuk menarik minat pelanggan baru dan menjaga pelanggan lama agar tetap menggunakan jasa & Produk R_Design Printing supaya tidak berpindah ke percetakan lain. Dan adanya pelayanan antar juga mempermudah bagi pelanggan yang jauh dari lokasi bisnis.

- f) Mengikuti perkembangan zaman.

Perkembangan zaman yang semakin canggih tentu akan membuka adanya potensi jasa & produk baru yang akan dibutuhkan pelanggan, oleh karena itu R_Design Printing juga senantiasa mengikuti perkembangan jaman yang ada agar bisa memenuhi kebutuhan pelanggan.

- g) Promosi Iklan Online & Offline.

R_Design Printing memanfaatkan media online & offline untuk mempromosikan jasa dan produk mereka. Untuk media online bisa melalui sosial media resmi R_Design Printing, dan secara offline melalui banner/pamflet, dan mendatangi pelanggan.

- h) Sablon digital bisa dilakukan secara satuan dengan proses cepat.

Pada R_Design Printing, untuk semua produk sablon yang dikerjakan secara digital bisa dikerjakan dalam jumlah satuan, tentu ini memberikan harga yang lebih terjangkau untuk pelanggan dan tentunya dengan waktu pengerjaan yang relatif cepat.

- i) Sablon manual bisa dilakukan dalam jumlah banyak.

Pada R_Design Printing, untuk semua produk sablon yang dikerjakan secara manual bisa dikerjakan dalam jumlah banyak sekaligus, tentu ini memberikan harga yang lebih hemat untuk pelanggan.

- j) Perbaikan & perawatan mesin/alat dilakukan sendiri.

R_Design Printing memiliki tim kerja yang mengerti akan perawatan dan perbaikan mesin mereka, sehingga mesin yang digunakan selalu dijaga dan dikontrol kondisinya, jika ada permasalahan atau kendala pada mesin, maka tim dari R_Design Printing akan memperbaikinya sendiri tanpa perlu memanggil teknisi dari luar. Ini tentu akan menghemat biaya pengeluaran pada perawatan dan perbaikan mesin.

- k) Hubungan baik antar rekan kerja.

R_Design Printing memiliki Tim yang kompak dan memiliki hubungan

baik antar satu karyawan dengan lainnya. Tak hanya antar karyawan, hubungan antara owner dengan karyawan juga terjalin dengan baik. Hubungan baik ini bertujuan untuk keharmonisan pada ruang kerja supaya pekerjaan dapat dikerjakan bersama-sama dan saling tolong-menolong.

2) *Weakness* (Kelemahan)

a) Harga alat cetak mahal

Mahalnya alat percetakan terbaru sekarang ini membuat R_Design Printing belum sanggup untuk membeli alat baru, oleh karena itu R_Design Printing masih menggunakan mesin dan alat yang lama.

b) Lokasi tidak di lingkup perkotaan

Lokasi R_Design Printing yang hanya ada di area pedesaan dan tidak dalam lingkup kota menjadikan lokasinya kurang strategis dan tidak mudah diketahui orang umum.

c) Kebutuhan mesin/sistem yang lebih canggih

Semakin berkembangnya jaman maka kebutuhan pelanggan akan industri percetakan juga semakin beragam dan semakin baru, dengan ini industri percetakan juga memerlukan teknologi/mesin yang terbaru untuk mengimbangi permintaan pelanggan tersebut, namun, sayangnya, R_Design Printing masih belum sanggup membeli mesin yang lebih canggih.

d) Minimnya Supplier Bahan baku berkualitas di daerah itu

Minimnya supplier bahan baku berkualitas di daerah R_Design Printing membuat Owner harus membeli bahan bakunya dari luar kota, karena hal ini, waktu pengiriman biasanya menjadi faktor penghambat dalam proses penggerjaan produk.

e) Trouble pada mesin & alat

Kondisi mesin & Alat yang merupakan model lama terkadang sering terjadi Trouble / masalah yang dapat mengganggu pekerjaan.

f) Kurangnya SDM.

R_Design Printing terkadang merasa kekurangan sumberdaya yang dapat membantu tugas dan pekerjaan agar proses penggerjaan dapat terselesaikan lebih cepat.

g) Kurangnya biaya untuk memenuhi rencana peningkatan operasional

Kurangnya biaya / modal untuk kebutuhan peningkatan operasional terutama pada hal penambahan mesin yang terbaru serta kebutuhan peningkatan lainnya.

b. Faktor Eksternal

1) *Opportunities* (Peluang)

a) Instansi sekolah dan Perkantoran

Lokasi R_Design Printing yang dekat dengan instansi sekolah merupakan lokasi yang strategis yang mana memunculkan peluang bagi R_Design Printing untuk melayani semua kebutuhan percetakan yang dibutuhkan Instansi sekolah. Selain itu, R_Design Printing juga biasanya menerima pesanan dari perkantoran untuk kebutuhan awal tahun mereka terutama dalam kebutuhan cetak umum seperti pembuatan Nota, buku, stempel, dll.

b) Hari Besar Nasional & Acara keagamaan

Hari besar Nasional merupakan salah satu peluang yang menguntungkan untuk R_Design Printing. Hari besar yang biasanya memiliki peluang besar adalah ketika peringatan Hari Ulang tahun Republik Indonesia pada bulan Agustus. Selain itu biasanya ketika ada acara keagamaan seperti Hari Raya banyak orang yang membutuhkan kartu ucapan untuk saudara, teman, dan kerabat.

c) Pemilu/Kampanye

Ajang pemilihan Umum juga menjadi peluang besar bagi industri percetakan, peluang ini juga dirasakan oleh R_Design Printing yang sempat menerima pesanan baju untuk kampanye salah satu kandidat bakal pemilu.

d) Rencana digitalisasi

R_Design Printing berencana untuk menambah pelayanan dalam aspek digitalisasi, karena dengan perkembangan jaman yang serba digital ini, R_Design Printing juga tidak mau kalah dan akan mengadakan produk yang berbasis digital. ini tentu akan berpeluang besar dalam menarik pelanggan baru untuk berkunjung dan menceta di R_Design.

2) *Threats* (Ancaman)

a) Persaingan ketat

Persaingan ketat yang terjadi antara R_Design Printing dengan industri percetakan lain terutama yang ada di perkotaan menjadikan ancaman yang sampai sekarang tetap ada hingga sekarang.

b) Digitalisasi

Era digitalisasi yang semakin hari semakin menggantikan beberapa

produk cetak menjadi produk digital juga menjadilancaman yang kini tengah diharapi oleh R_Design Printing.

c) Perkembangan teknologi

Teknik dan metode cetak baru. Adanya Perkembangan teknologi, teknik dan metode cetak yang baru menjadi ancaman bagi karyawan yang ilmunya masih menggunakan teknologi dan metode lama.

d) Pemadaman Listrik

Pemadaman listrik merupakan ancaman yang tidak dapat diduga dan diprediksi yang dapat menghambat pekerjaan dan proses pengeraaan produk.

e) Cuaca yang tidak menentu.

Kondisi cuaca yang tidak menentu juga merupakan ancaman yang dihadapi selama proses pengeraaan produk, terutama produk sablon manual.

f) Permintaan Pelanggan

Permintaan pelanggan yang terkadang meminta produk yang rumit agar dapat dikerjakan dengan waktu yang singkat dan sesuai permintaan terkadang menjadi tantangan tersendiri bagi tim R_Design Printing. Terkadang juga permintaan tersebut berubah menjadi ancaman jika tim tidak dapat memenuhi permintaan tersebut.

c. Matriks SWOT

Menurut Rangkuti (2017: 31), Matrik SWOT merupakan alat yang dipakai dalam menyusun berbagai faktor pada strategis perusahaan yang bisa menghasilkan strategi pemasaran yang tepat. Alat ini juga dapat memberikan gambaran jelas terhadap peluang dan ancaman dari faktor eksternal yang dihadapi perusahaan bisa diselaraskan dengan kekuatan dankelemahan dari faktor internal yang dimiliki perusahaan. Matriks SWOT R_Design Printing dapat dilihat dalam tabel yang sudah diringkas berikut. Matriks SWOT R_Design Printing

Tabel 4.2
Matriks SWOT R_Design Printing

Faktor Internal	Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
Faktor Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masih memiliki peluang besar / Prospek kedepan masih ada. 2. Produk Beragam & Berkualitas. 3. Mengutamakan pelayanan untuk Kepuasan Pelanggan. 4. Memiliki pelanggan tetap. 5. Promosi harga/diskon & Pelayanan antar. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga alat cetak mahal. 2. Lokasi tidak di lingkup perkotaan. 3. Kebutuhan mesin/sistem yang lebih canggih. 4. Minimnya Supplier Bahan baku berkualitas di daerah itu. 5. Trouble pada mesin & alat.
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	<p>Strategi SO (<i>Strengths & Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap menjaga keberagaman dan menjaga kualitas Produk untuk dapat memanfaatkan peluang sebaik-baiknya. 2. Menjaga kualitas pelayanan untuk memperoleh Kepuasan & loyalitas Pelanggan. 3. Tetap 	<p>Strategi WO (<i>Weaknesses & Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menunda pembelian alat cetak terbaru hingga turunharga atau uang mencukupi. 2. Memaksimalkan promosi ke area sekitar lokasi industri untuk menarik pelanggan dari areasekitar. 3. Menjaga dan merawat mesin & alat yang sekarang digunakan.

	<p>Memberikan Promosi harga & Diskon terutama kepada pelanggan tetap.</p> <p>4. Mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan era digitalisasi.</p> <p>5. Memperluas dan memperbanyak Promosi baik secara Online maupun Offline.</p>	<p>4. Menyiapkan stok bahan baku dengan cara memesan dari jauh-jauh hari agar tidak sampai kehabisan bahan baku.</p> <p>5. Menggunakan peralatan dan mesin dengan baik dan dijaga serta dirawat untuk meminimalisir kerusakan & <i>Trouble</i> selama penggunaan.</p>	
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	<p>1. Persaingan ketat.</p> <p>2. Digitalisasi</p> <p>3. Perkembangan teknologi, teknik dan metode cetak baru.</p> <p>4. Pemadaman Listrik.</p> <p>5. Cuaca yang tidak menentu</p>	<p>Strategi ST (Strengths & Threats)</p> <p>1. Menjaga keberagaman dan kualitas produk, serta meningkatkan pelayanan untuk menghadapi persaingan dengan industri percetakan lain</p> <p>2. Tetap Memberikan Promosi harga & Diskon terutama kepada pelanggan tetap.</p> <p>3. Menambah produk berbasis</p>	<p>Strategi WT (Weaknesses & Threats)</p> <p>1. Menunda pembelian alat/mesin terbaru dan fokus pada perawatan dan menjaga mesin yang sudah ada dan masih bisa dipakai.</p> <p>2. Menjaga kualitas produk agar tetap bisa bersaing dengan industri percetakan lain.</p> <p>3. Mengusahakan adanya UPS atau Genset untuk mengantisipasi</p>

	<p>digital.</p> <p>4. Mengusahakan pengadaan UPS atau Genset untuk mengatasi masalah</p> <p>5. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan</p>	<p>pemadaman</p> <p>4. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan untuk mengatasi permintaan pelanggan</p> <p>5. Menunda proses penggerjaan saat cuaca sedang tidak bagus dan segera dikerjakan Ketika cuaca sudah mendukung</p>
--	---	---

Sumber : Data setelah diolah penulis (2023)

Berdasarkan hasil wawancara dan analisa diatas, dapat disimpulkan bahwa R_Design Printing sedang berada pada posisi kuadran 1, yang bisa ditunjukkan dengan adanya peluang dari Hari Besar Nasional memperingati HUT RI dan masa-masa pemilu yang membuat R_Design Printing mendapatkan banyak pesanan dan juga masih memiliki kekuatan internal yang bisa digunakan untuk memanfaatkan peluang tersebut sebaik-baiknya. R_Design Printing harus bisa menggunakan seluruh kekuatan internal mereka dengan baik untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk meningkatkan perkembangan industri, dengan ini strategi yang sebaiknya digunakan adalah strategi Agresif dengan fokus untuk mengembangkan perusahaan (*Growth Oriented Strategy*).

2. Strategi Pemasaran Syariah R_Design Printing

a. Strategi Pemasaran Syariah

Strategi pemasaran syariah yang dilakukan oleh R_Design printing adalah dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. R_Design Printing melakukan promosi langsung melalui promosi langsung kepada pelanggan dan calon pelanggan seperti disebutkan oleh karyawan

Administrasi dalam wawancaranya, yaitu seperti mendatangi kustomer-kustomer di dekat area bisnis. Selain itu R_Design Printing juga melakukan Promosi secara tidak langsung melalui Media Sosial resmi dan juga beberapa media cetak seperti brosur/Flyer.

Berdasarkan hasil observasi penulis secara langsung di lapangan dan dengan mengamati media sosial R_Design Printing, Promosi yang dilakukan oleh bisnis R_design Printing selama ini sudah sesuai dengan kondisi produk dan jasa yang ditawarkan dan juga apa adanya, tidak dilebih-lebihkan dan dikurang-kurangi, ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan adalah promosi secara jujur dan sesuai dengan syariat muamalah (Bisnis) dalam Islam. Selain itu bisnis R_Design Printing juga berusaha untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik kepada kustomer. Namun, selama observasi penulis, akhir-akhir ini media sosial dari R_design Printing cenderung sepi dan jarang melakukan promosi lagi, hal ini bisa dibuktikan dengan berkurangnya frekuensi update promosi tahun ini dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

b. Marketing Mix R_Design Printing

1) Product

Produk yang disediakan oleh R_Design Printing merupakan produk percetakan yang terbagi menjadi 3 kategori yaitu CetakUmum, Sablon Digital dan Sablon Manual. Produk/jasa dari cetak Umum meliputi fotokopi, cetak file, dokumen, foto, banner, pamphlet/brosur, undangan, stiker, buku yasin, sertifikat vaksin, pembuatan stempel, *ID Card*, pin, *Name Tag*, dan papan nama. Sedangkan untuk produk/jasa sablon baik digital maupun manual yaitu meliputi sablon mug & kaos.

2) Price

Untuk Harga produk/jasa yang ada pada R_Design Printing beragam mulai dari harga fotokopi yang hanya 300/lembarkemudian ada cetak file/dokumen dengan harga 500/lbr, cetak foto dengan harga 2000 sd 7000, cetak pamphlet/brosur dengan harga 1000sd 2000 rupiah, cetak buku yasin seharga 7000/buku, cetak stiker seharga 5000/lbr, dan pembuatan ID Card seharga 7000/pcs, Stempel seharga 25.000 sd 50.000 /pcs, Pin seharga 5000/pcs, Name tag seharga 15.000/pcs, Papan nama seharga 30.000/pcs dan sertifikat vaksin seharga 7500/pcs. Serta harga sablon mug seharga 25.000/mug dan sablon kaos mulai dari harga 10.000-15.000 untuk sablon saja dan 45.000-75.000 jika dengan kaosnya.

3) Promotion

Promosi yang dilakukan oleh R_Design Printing selama ini adalah dengan melakukan promosi langsung dengan cara mendatangi kustomer dan pelanggan di area sekitar dan juga promosi baik secara *online* maupun *offline*. R_Design Printing melakukan promosi online menggunakan sosial media mereka yaitupada platform Facebook dan Instagram dengan nama

R_Design Printing.

4) *Place, Placement or Distribution*

Bisnis R_Design Printing merupakan bisnis yang bertempat di jalan Diponegoro nomor 146 pada desa Wringinrejo dusun Toyamas, yang sudah termasuk kedalam kecamatan Gambiran dan Kabupaten Banyuwangi.

5) *People*

R_Design Printing memiliki Sumber Daya Manusia yang terdiri dari 5 Orang pegawai termasuk dengan Pemiliknya/*Owner*. Kelima pegawai ini terbagi menjadi 1 orang bagian Administrasi yaitu ibu Ike Ririn Farida, 1 orang bagian pengerjaan percetakan umum yaitu Ibu Putri Setyo Rindi, 1 orang bagian pengerjaan sablonmanual yaitu bapak Faiz Affandi, 1 orang bagian pengerjaan sablondigital yaitu Bapak Irwan Pramita L, dan Bapak Imam Asrofi selaku *owner* /pemilik bisnis.

6) *Process*

Seluruh proses pengerjaan produk dan pelayanan jasa yang dikerjakan oleh R_Design Printing dikerjakan sendiri oleh karyawan-karyawan R_Design Printing dan dikerjakan sepenuhnya di lokasi bisnis. Secara umum, Proses dikerjakan mulai dari penerimaan pesanan dari pelanggan atau kustomer yang kemudian diproses atau di produksi hingga menjadi barang jadi dan siap jual, yang selanjutnya dijual kepada pelanggan/customer.

7) *Physical Evidence*

Physical evidence dari bisnis R_Design Printing antara lain lingkungan fisik, peralatan, perlengkapan, promosi, banner, hasil produk dan barang-barang lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan.

8) *Promise*

R_Design Printing selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan, menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan jasa yang dijual, dan mencoba memahami dan mengikuti apa saja permintaan pelanggan.

9) *Patience*

R_Design Printing selalu bersabar dalam menghadapi permintaan pelanggan yang kompleks, selalu berusaha untuk bersabar ketika memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, dan juga selalu bersabar dalam menanti bahan baku yang biasanya datang dari luar kota dengan waktu yang terkadang lebih dari 1 hari.

D. Simpulan

Hasil Analisa SWOT R_Design Printing menunjukkan bahwa R_Design Printing memiliki kekuatan utama pada aspek (1) Masih memiliki peluang besar / Prospek kedepan masih ada. (2) Produk Beragam & Berkualitas. (3) Mengutamakan pelayanan untuk Kepuasan Pelanggan. (4) Memiliki pelanggan tetap. (5) Promosi harga/Diskon & layanan antar. Dan R_Design Printing memiliki Kelemahan pada aspek (1) Harga alat cetak yang mahal. (2) Lokasi tidak di lingkup perkotaan. (3) Kebutuhan mesin/sistem yang lebih canggih. (4) Minimnya Supplier Bahan baku berkualitas di daerah itu. (5) Trouble pada mesin & alat. Selain itu R_Design Printing saat ini tengah dihadapkan dengan peluang yang berasal dari kebutuhan (1) Instansi sekolah dan Perkantoran. (2) Hari Besar Nasional & Acara keagamaan. (3) Pemilu/Kampanye, dan (4) Rencana digitalisasi. R_Design Printing juga tengah dihadapkan dengan ancaman yang berasal dari (1) Persaingan ketat. (2) Digitalisasi. (3) Perkembangan teknologi, teknik dan metode cetak baru. (4) Pemadaman Listrik. dan (5) Cuaca yang tidak menentu. Sedangkan Menurut Matriks SWOT sebelumnya, Strategi pemasaran yang tengah digunakan oleh R_Design Printing merupakan strategi Agresif dimana saat ini R_Design Printing masih dihadapkan dengan adanya peluang dan masih memiliki kekuatan internal yang bisa digunakan untuk memanfaatkan peluang tersebut sebaik-baiknya agar memperoleh keuntungan yang banyak untuk mengembangkan bisnisnya.

Daftar Rujukan

- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Gitosudarmo, I. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA
- Fahmi, I. 2014. *Manajemen Strategis*. Bandung: Alfabeta
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyadi.2013. Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Kewirausahaan, Bandung
Alfabeta
- Rangkuti, F. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT.
Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto, N. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfaberta.
- Sugiyono. 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sunyoto, D. 2014, *Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta :Buku Seru.