

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO PRIMERAPRINT
DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT**

SKRIPSI

NOVITA JULIANTI
20200080118



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUKABUMI
JULI 2024

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO
PRIMERAPRINT DENGAN MENGGUNAKAN METODE
SWOT**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh
Gelar Sarjana Manajemen*

NOVITA JULIANTI
20200080118



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUKABUMI
JULI 2024

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO
PRIMERAPRINT DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT
NAMA : NOVITA JULIANTI
NIM : 20200080118

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia dibatalkan gelar sarjana manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.

Sukabumi, 9 Juli 2024



NOVITA JULIANTI

Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA TOKO
PRIMERAPRINT DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT
NAMA : NOVITA JULIANTI
NIM : 20200080118

Skripsi ini telah diajukan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi Tanggal 9 Juli 2024. Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen (S.M).

Sukabumi, 8 Juli 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Bagja Rahma Putra, M.M.
NIDN. 0424108603

Ketua Penguji



Marina, M.Pd, M.M.
NIDN. 0404039601

Ketua Program Studi

Kalfajrin Kurniaji, M.M., MBA
NIDN. 0429128506

Ana Yuliana Jasuni, M.M.
NIDN. 0414079101

Dewan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H
NIDN. 0414058705



Skripsi ini kutunjukkan kepada

Ayahanda dan Ibunda tercinta

ABSTRACT

This research analyzes the competitive challenges in the digital printing industry faced by Primeraprint, using a SWOT approach to identify strengths, weaknesses, opportunities and threats. This analysis aims to formulate an effective business strategy in facing increasingly fierce competition, exploiting market opportunities, and overcoming existing weaknesses and threats. This research uses qualitative descriptive methods and SWOT analysis. Primary data was obtained through interviews and observations, while secondary data was obtained through literature reviews. Data collection techniques include direct observation, structured interviews, and documentation. This research aims to identify internal and external factors that influence company performance, as well as formulate effective strategies to increase Primeraprint's competitiveness and business growth in the digital printing industry.

Keywords: SWOT Analysis, Strategic Management, MSMEs



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis tantangan persaingan di industri percetakan digital yang dihadapi oleh PrimeraPrint, menggunakan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis ini bertujuan untuk merumuskan strategi bisnis yang efektif dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, memanfaatkan peluang pasar, dan mengatasi kelemahan serta ancaman yang ada. Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan data sekunder melalui tinjauan literatur. Teknik pengumpulan data termasuk observasi langsung, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan, serta merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis PrimeraPrint di industri percetakan digital.

Kata kunci : Analisis SWOT, Manajemen Strategi, UMKM



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko Primeraprint Dengan Menggunakan Metode SWOT.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., M.M selaku Rektor Universitas Nusa Putra.
2. Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, S.Pd., M.T selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra.
3. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra.
4. Bapak Bagja Rahma Putra, M.M. selaku Dosen Pembimbing I
5. Dosen Pembimbing II Ibu Marina, M.Pd., M.M.
6. Bapak Kalfajrin Kurniaji, M.M., MBA selaku Dosen Penguji
7. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi
8. Orang tua dan keluarga
9. Rekan –rekan mahasiswa

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan. Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, 25 Agustus 2024

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS.....	3
PENGESAHAN SKRIPSI	4
ABSTRACT.....	6
ABSTRAK.....	7
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori	14
2.3 Kerangka Berpikir	26
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Profil Perusahaan.....	28
3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian	30
3.3 Jenis penelitian	31
3.4 Jenis data	31
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	32
3.6 Instrumen Penelitian	33
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.8 Uji Keabsahan	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Proses Wawancara.....	38
4.2 Analisis SWOT.....	42
4.3 IFAS EFAS.....	42
4.4 Pengolahan Matrik SWOT	46
4.5 Uji Keabsahan Penelitian	51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	54

5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN	61
Lampiran 1 Pengolahan IFAS EFAS	61
Lampiran 2 Mesin Dan Peralatan Produksi Percetakan.....	65
Lampiran 3 Kegiatan Percetakan.....	66
Lampiran 4 Hasil Wawancara	68



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2 Matriks SWOT	19
Tabel 2.3 Matrik IFAS	22
Tabel 2.4 Matrik IFAS	23
Tabel 2.5 Matriks Internal – Eksternal	24
Tabel 3.1 Laporan Keuangan PrimeraPrint	30
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	30
Tabel 4.1 Analisis SWOT.....	42
Tabel 4.2 Pengolahan Matrix IFAS.....	42
Tabel 4.3 Pengolahan Matrix EFAS.....	43
Tabel 4.4 Matrik SWOT.....	47
Tabel 4.5 Pengolahan Matrik SWOT	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir	26
Gambar 3.1 Lokasi dan tampak depan usaha PrimeraPrint	28
Gambar 3.2 Struktur Organisasi	29
Gambar 3.3 Step dari SWOTAnalysis.....	34



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Lanskap ekonomi yang membaik di Indonesia telah meningkatkan persaingan di antara para pengusaha, mendorong mereka untuk berusaha mencapai keunggulan guna memastikan keberlanjutan dan kesuksesan mereka dalam lingkungan yang kompetitif ini. Bisnis yang berkembang harus menetapkan tujuan yang efektif dan efisien dengan tetap menjaga fleksibilitas untuk beradaptasi dengan perubahan proses (Fahnel dkk, 2023). Di tengah dinamika ini, bisnis yang berkembang harus mampu menetapkan tujuan yang efektif dan efisien sambil tetap fleksibel untuk beradaptasi dengan perubahan yang terus berlangsung, mengutamakan kualitas dan kuantitas produk dan layanan, serta responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Munculnya teknologi digital telah membuka kemungkinan-kemungkinan baru di berbagai sektor. Teknologi komputer dan printer yang canggih saat ini memungkinkan pencetakan tidak hanya teks dan gambar dasar, tetapi juga foto beresolusi tinggi (Pratama, 2020). Pencetakan digital telah mendapatkan popularitas yang signifikan, terutama untuk upaya promosi perusahaan. Permintaan akan jasa percetakan digital semakin meningkat seiring dengan bertambahnya perusahaan-perusahaan percetakan digital baru. Proses ini melibatkan transfer langsung gambar atau desain dari komputer ke berbagai media seperti kertas, kain, atau bahan lainnya menggunakan printer yang dikontrol secara digital, sehingga menghilangkan kebutuhan akan pelat cetak tradisional (Setyawan, 2020).

Industri percetakan, yang mencakup berbagai jenis layanan seperti sablon manual dan digital, desain grafis, percetakan digital, media cetak, dan periklanan, merupakan sektor penting dalam ranah industri kreatif (Dirganoro, 2001 dalam Rohman & Faddila, 2023). Kemajuan teknologi, proses operasional, dan keterampilan desain telah mempermudah operasional bisnis percetakan, dengan penekanan yang kuat pada kualitas desain produk (Ferandy et al., 2023). Perkembangan industri percetakan tidak hanya ditandai oleh keberadaan perusahaan-perusahaan besar, tetapi juga oleh partisipasi aktif dari usaha kecil dan

menengah, yang memberikan kontribusi penting terutama dalam pertumbuhan ekonomi lokal, seperti di Sukabumi. Untuk itu, pengembangan dan pembinaan yang berkelanjutan sangat penting untuk mendorong kemajuan UKM percetakan, sehingga dapat mencapai kemandirian dan ketahanan serta berperan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan memperluas pangsa pasar.

Terdapat penurunan rata-rata penjualan per bulan yang cukup signifikan pada usaha PrimeraPrint dari Rp. 107,43 juta pada tahun 2023 menjadi Rp. 79,35 juta pada tahun 2024. Penurunan ini menunjukkan adanya tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan performa penjualan dan daya saing di pasar.

Untuk tetap bersaing, PrimeraPrint perlu terus berinovasi dalam penawaran produk, meningkatkan efisiensi layanan, dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka agar tetap kompetitif di pasar yang semakin padat. Berfokus pada kualitas produk, menawarkan harga yang kompetitif, dan memahami kebutuhan pelanggan merupakan hal yang krusial untuk mempertahankan atau mengembangkan pangsa pasar dalam menghadapi persaingan yang ketat (Halim & Iskandar, 2019). Merangkul teknologi dan menerapkan strategi pemasaran yang cerdas dapat membantu percetakan mengatasi tantangan ini dan memanfaatkan peluang pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Sukabumi.

Merumuskan strategi yang efektif sangat penting untuk mencapai tujuan bisnis dan memastikan keberlanjutan. Pendekatan strategi pemasaran yang membantu dalam mengendalikan atau mengidentifikasi segmen pasar yang disasar oleh pengusaha sangatlah penting (Hayyina dkk, 2024). Strategi pemasaran memainkan peran penting dalam mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lanskap bisnis saat ini (Elwisam & Lestari, 2019). Untuk menavigasi persaingan yang ketat di sektor percetakan dan kertas, Usaha PrimeraPrint harus mengembangkan strategi pemasaran yang tepat agar tetap kompetitif dan sukses. Melakukan analisis SWOT sangat penting untuk menciptakan strategi pemasaran yang selaras dengan kondisi internal dan eksternal bisnis. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan mereka, memanfaatkan peluang, dan secara efektif melawan potensi ancaman. Menerapkan strategi yang dirumuskan dengan baik melalui analisis SWOT dapat memberikan Usaha PrimeraPrint keunggulan kompetitif dalam lingkungan pasar yang penuh tantangan.

Perusahaan percetakan dan kertas seperti usaha PrimeraPrint sangat penting bagi pelanggan yang membutuhkan berbagai layanan percetakan dan pasokan kertas. Usaha PrimeraPrint memainkan peran penting dalam memenuhi kebutuhan bisnis dan individu akan produk-produk percetakan dan kertas. Dalam beberapa tahun terakhir, perusahaan percetakan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, sehingga menyebabkan meningkatnya persaingan dan pergeseran preferensi konsumen (Pangaribuan & Irwansyah, 2019). Kesuksesan bisnis PrimeraPrint sebagian besar bergantung pada kemampuannya mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan selaras dengan permintaan pasar. Menerapkan strategi pemasaran yang tepat sangat penting untuk memastikan kelangsungan bisnis dan memperoleh keunggulan kompetitif dalam lanskap persaingan yang sangat kompetitif (Sudarnaya, 2022). Metode yang umum digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif adalah analisis SWOT. Pendekatan ini memerlukan identifikasi dan evaluasi faktor internal perusahaan, seperti kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal seperti peluang dan ancaman. Dengan menganalisis elemen-elemen ini, para pemimpin bisnis dapat menilai situasi mereka saat ini dan merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi yang ada.

Setiap bisnis, termasuk PrimeraPrint, bertujuan untuk tumbuh, memperluas jangkauannya, dan meningkatkan penjualan. Beroperasi dalam industri percetakan, PrimeraPrint menghadapi persaingan yang ketat. Untuk menavigasi lanskap kompetitif ini, PrimeraPrint harus mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi kinerjanya. Melakukan analisis SWOT membantu PrimeraPrint dalam mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam lingkup operasionalnya. Melalui pemahaman komprehensif mengenai faktor internal dan eksternal, PrimeraPrint dapat merancang strategi pemasaran yang sukses yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam industri percetakan.

Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menyusun strategi pemasaran yang optimal, memanfaatkan kekuatan mereka dan memanfaatkan peluang sekaligus menyusun strategi melawan tindakan dan ancaman pesaing (Iman dkk, 2024). Kemanjuran strategi pemasaran berdampak signifikan terhadap kinerja

penjualan perusahaan, yang dapat berfluktuasi seiring waktu. Untuk mencapai tujuannya, perusahaan harus memperhitungkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi operasinya. Mengatasi elemen-elemen ini sangat penting untuk perumusan kebijakan dan memastikan keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, PrimeraPrint harus merancang strategi pemasaran yang matang yang memanfaatkan kekuatan dan peluang sambil secara proaktif mengantisipasi pergerakan dan ancaman pesaing. Pendekatan pemasaran yang efektif seperti itu akan memfasilitasi pencapaian tujuan bisnis secara efisien.

Menurut Nurcahyo dkk, (2024), analisis SWOT berfungsi sebagai alat penting untuk memahami korelasi antara sumber daya internal perusahaan dan lingkungan eksternalnya. Analisis ini memfasilitasi eksploitasi kekuatan dan peluang sekaligus mengatasi kelemahan dan secara proaktif mengantisipasi potensi ancaman. Akibatnya, hal ini secara signifikan mempengaruhi efektivitas perencanaan strategis. Rachman (2018) juga menggarisbawahi pentingnya analisis SWOT sebagai instrumen penting dalam perencanaan strategis, yang memungkinkan perencana mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi dibandingkan dengan peluang dan ancaman eksternal.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Harsono & Kiswara (2022) membandingkan strategi dari perusahaan Telco Australia, penyedia layanan TI global, dan produsen mobil Eropa. Dalam penelitian tersebut, metode *Current Reality Tree Analysis (FCRT)* digunakan untuk mengurangi dampak yang tidak diinginkan dan mengidentifikasi masalah inti yang dihadapi oleh ketiga perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan terkait dengan sumber daya administratif serta alokasi dana yang kurang optimal. Ternyata keterampilan dalam proses organisasi perusahaan dirasa belum memadai. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pada proses penelitian dan pengembangan (R&D) untuk menemukan teknologi baru dan meningkatkan pangsa pasar.

Hasilnya menunjukkan bahwa apa pun sektornya, aspek mengenai sumber daya administratif, alokasi dana, dan prosedur organisasi mempunyai arti penting dalam pengembangan strategi. Melalui analisis SWOT komprehensif yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, PrimeraPrint dapat

menunjukkan dengan tepat bidang-bidang yang memerlukan peningkatan, seperti pengelolaan sumber daya dan penyederhanaan proses bisnis. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi pemasaran yang ampuh yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan memperluas kehadiran pasar.

PrimeraPrint menghadapi kendala seperti perubahan selera konsumen dan meningkatnya persaingan dalam sektor percetakan. Salah satu kompetitor yang paling berdampak adalah Percetakan SP - Fotocopy Digital Printing Cibadak, yang memiliki keunggulan dari segi fasilitas lengkap, harga terjangkau, dan lokasi yang dekat dengan PrimeraPrint.. Studi ini berupaya menyelidiki lingkungan internal dan eksternal PrimeraPrint, yang bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang kuat untuk mengatasi tantangan ini. Penggabungan analisis SWOT diharapkan dapat memberdayakan PrimeraPrint dalam memanfaatkan kekuatan dan peluangnya, mengatasi kelemahan, dan mencegah ancaman, yang pada akhirnya mendorong pertumbuhan berkelanjutan di bidang pencetakan. Oleh karena itu, para peneliti tertarik untuk meneliti bisnis PrimeraPrint dengan judul: “**Analisis Strategi Pemasaran Pada Toko PrimeraPrint Dengan Menggunakan Metode SWOT**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Analisis SWOT dalam penentuan strategi bersaing pada usaha PrimeraPrint?
2. Bagaimana *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) pada usaha PrimeraPrint?
3. Bagaimana *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) pada usaha PrimeraPrint?
4. Bagaimana Analisis Analisis Internal Eksternal (IE) matriks pada usaha PrimeraPrint?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis lingkungan internal PrimeraPrint melalui identifikasi faktor-faktor internal utama yang mempengaruhi usahanya.
2. Untuk menganalisis lingkungan eksternal PrimeraPrint melalui analisis peluang dan ancaman dari faktor-faktor eksternal yang relevan.
3. Untuk merumuskan strategi bersaing PrimeraPrint yang tepat dengan memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman melalui Analisis SWOT.
4. Untuk melakukan pemetaan posisi PrimeraPrint saat ini dalam Analisis Matriks Internal-Eksternal untuk menentukan strategi bisnis yang sesuai di masa mendatang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis kepada Toko Primeraprint dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan menerapkan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), toko tersebut dapat mengidentifikasi kekuatan internal, kelemahan, peluang, dan ancaman di pasar mereka. Ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat dalam menghadapi persaingan dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, manfaat praktisnya adalah memberikan panduan konkret untuk meningkatkan kinerja pemasaran dan hasil penjualan toko.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang strategi pemasaran dalam konteks persaingan bisnis. Melalui analisis SWOT yang dilakukan dalam studi ini, dapat diperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi strategi pemasaran suatu bisnis. Ini dapat memperkaya literatur tentang manajemen strategis dan pemasaran dengan studi kasus yang spesifik. Dengan demikian, manfaat teoritisnya adalah menyumbangkan pengetahuan baru.

1.5 Sistematika Penelitian

Penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut untuk menyelesaikan penulisan ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada Bab ini berisi Waktu dan lokasi penelitian, Jenis Penelitian, Jenis Data, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Dan Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi kesimpulan dan saran.



B KESIMPULAN DAN SARAN

A

B

V

Berdasarkan analisis yang dilakukan, kesimpulan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Analisis SWOT menunjukkan bahwa PrimeraPrint memiliki kekuatan internal yang signifikan, seperti harga terjangkau, kualitas produk yang baik, dan pelayanan yang responsif. Strategi bersaing yang dapat diadopsi termasuk memanfaatkan kekuatan harga terjangkau untuk menarik segmen pasar yang lebih luas (Strategi SO), dan menggunakan harga kompetitif untuk menghadapi persaingan ketat (Strategi ST). Tantangan internal seperti ketergantungan pada pemasok bahan baku dan kekurangan SDM di bidang desain dapat diatasi dengan strategi yang memanfaatkan peluang dari pasar global dan teknologi cetak yang canggih (Strategi WO dan WT).
2. Berdasarkan analisis IFAS, kekuatan utama PrimeraPrint termasuk kemampuan untuk membeli bahan baku dalam jumlah besar dengan harga diskon, teknologi cetak yang canggih, dan pelayanan yang ramah. Namun, kelemahan utamanya adalah ketergantungan pada pemasok bahan baku tertentu dan kurangnya sumber daya manusia di bidang desain.
3. Dari sisi eksternal, PrimeraPrint memiliki peluang besar di pasar yang terus berkembang serta meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk cetak yang variatif. Namun, ancaman dari persaingan ketat dan pergeseran preferensi konsumen ke media digital menjadi tantangan yang harus dihadapi.
4. Hasil dari analisis IE matriks menunjukkan bahwa PrimeraPrint berada pada posisi sel I dengan total skor IFAS 3,30 dan EFAS 3,20 yang menempatkan perusahaan pada strategi "Tumbuh dan Bina". Strategi yang sesuai adalah strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.

1.2 Saran

Saran untuk PrimeraPrint yaitu meningkatkan daya saingnya, PrimeraPrint disarankan untuk memperluas jaringan pemasok bahan baku guna mengurangi ketergantungan pada beberapa pemasok utama. Hal ini bisa dicapai dengan memanfaatkan teknologi seperti platform *e-procurement* dan *blockchain* untuk memastikan transparansi dan keandalan pasokan. Selain itu, PrimeraPrint perlu berinvestasi dalam sumber daya manusia, terutama di bidang desain, dengan merekrut tenaga ahli dan memberikan pelatihan bagi karyawan yang ada. Pengadopsian teknologi cetak terbaru dan analitik data juga penting untuk menjaga kualitas produk dan efisiensi operasional. Dalam hal layanan pelanggan, perusahaan harus meningkatkan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) untuk memelihara hubungan baik dengan pelanggan dan mengurangi tingkat *churn*. Terakhir, strategi pemasaran yang lebih agresif melalui berbagai saluran, termasuk media sosial dan platform *e-commerce*, dapat membantu perusahaan memperluas pangsa pasar dan menarik lebih banyak konsumen potensial.

Saran untuk Penelitian berikutnya dapat difokuskan pada efektivitas diversifikasi pemasok bahan baku terhadap stabilitas operasional dan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang. Selain itu, studi lebih mendalam tentang dampak adopsi teknologi cetak dan analitik data terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan sangat diperlukan. Penelitian komparatif dengan kompetitor lokal dan *online* juga akan membantu mengidentifikasi keunggulan dan area perbaikan bagi PrimeraPrint. Evaluasi efektivitas program pelatihan karyawan dalam meningkatkan keterampilan, produktivitas, dan inovasi produk juga penting. Terakhir, survei dan analisis tentang perubahan preferensi konsumen terhadap media cetak dan digital akan membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih relevan dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianti, R., Nussifera, L., Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., & Ikhrum, F. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Tohar Media.
- Andreas, D., Nurrochmat, D. R., & Djohar, S. (2020). Strategi pengembangan model bisnis koperasi serba usaha pinto jaya. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 6(2), 313.
- Anwar, M. (2020). *Manajemen Strategik: Daya saing dan globalisasi*. Sasanti Institute. Ari Juwita. (2019). *ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA FURNITURE DI SOME RENDERS MADIUN*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen strategik: Teori dan implementasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Terbuka.
- Asma Juma Tiara. (2021). *ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PEMASARAN PADA PT. FATIR DJARUM ALUIH*. INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BATUSANGKAR.
- Brown, L. (2021). *Supplier Diversification Strategies in Global Supply Chains*. *Journal of Supply Chain Management*, 29(3), 78-89.
- Chen, H., Zhang, Y., & Li, W. (2021). *IoT-Based Inventory Management Systems: Enhancing Efficiency in Supply Chains*. *Journal of Industrial Technology*, 45(1), 55-68.
- David, M. E., David, F. R., & David, F. R. (2021). Closing the Gap between Graduates' Skills and Employers' Requirements: A Focus on the Strategic Management Capstone Business Course. *Administrative Sciences*, 11(1), 10. <https://doi.org/10.3390/admsci11010010>
- Davis, K. (2022). *Financial Strategies for Risk Management in Commodity Markets*. *Financial Management Journal*, 28(3), 67-79.
- Elwisam, E., & Lestari, R. (2019). Penerapan strategi pemasaran, inovasi produk kreatif dan orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(2),

277–286.

Fahnel, H., Maharani, M., Sari, D. R., & Nofirda, F. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Sembako di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Toko Acin Harian). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31548–31557.

Ferindy, F., Abdila, K. P., & Masrifah, I. (2023). ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH SABLON (STUDI KASUS UMKM ONDERDIL SABLON, KOTA JAKARTA SELATAN, DKI JAKARTA). *Aliansi: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 18(2).

Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2019). **Service Management: Operations, Strategy, Information Technology** (9th ed.). McGraw-Hill Education.

GreenTech. (2023). *Alternative Materials in Manufacturing: Cost and Environmental Benefits*. GreenTech Publishing.

Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.

Handoyo, Aris, Nugroho, & Andung Jati. (2022). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN MARKETING MIX DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA NIKAYLA JEWELRY Studi Kasus pada UMKM Nikayla Jewelry*.

Harsono, H., & Kiswara, G. J. (2022). Pengaruh Rantai Pasokan Digital pada Kinerja Organisasi: Studi Empiris di Industri Pertahanan. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 3(6), 80–90.

Hayyina, H., Purwaningsih, R., & Wicaksono, P. A. (2024). PERANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI UNDIP MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT. *Industrial Engineering Online Journal*, 13(1).

Iman, N., Hadi, A. S., Rozaq, S. U., Thomas, M. H., & Muadzah, M. (2024). PENERAPAN MANAJEMEN STRATEGI MENGGUNAKAN ANALISA SWOT PADA USAHA SEBLAK ABC DI KUDUS. *JURNAL TEKNOLOGI DAN MANAJEMEN INDUSTRI*, 5(1), 36–42.

- Inayati, T., Evianah, E., & Prasetya, H. (2018). Perumusan strategi dengan analisis swot pada usaha mikro kecil menengah. *UNEJ E-Proceeding*.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Lestariningsih, I., Asnawi, Y. H., & Saptono, I. T. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Sakit Menggunakan IFE, EFE, IE Matriks dan SWOT. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 3433–3444.
- Martinez, R. (2022). *Bulk Purchasing Strategies and Cost Reduction in Manufacturing*. *Procurement and Supply Chain Management Review*, 17(4), 102-115.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Nurchayyo, H. D., Prasetyo, R., & Komariah, A. (2024). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM UNTUK MENINGKATKAN TARGET PENJUALAN (STUDI KASUS: AHASS SUMBER KARYA WONOGIRI). *Jurnal Inkofar*, 7(2).
- Nurhayati, N., Kristianti, I., & Permatasari, C. L. (2024). Penggunaan Analisis SWOT dan Uji Litmus dalam Menentukan Strategi Pengelolaan Modal untuk Peningkatan Produksi UMKM Ina Konveksi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 15(1), 100– 116.
- Pangaribuan, O. C., & Irwansyah, I. (2019). Media cetak Indonesia di era revolusi industry 4.0. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 119–130.
- Patel, S. (2023). *Innovation through R&D: Cost Reduction in Manufacturing Processes*. *Journal of Research and Development*, 40(1), 89-101.
- Pratama, A. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Percetakan dengan Menggunakan Metode SWOT dan Analytic Hierarchy Process. *Journal of Industrial and Manufacture Engineering*, 4(1), 12–21.

- Pratama, A., & Nugroho, A. (2020). *Strategi Penetapan Harga dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 12, 45-58.
- Productivity, 1(2), 134–141. Widiawati, K., & Miliniati, N. (2022). Implementasi Bauran Strategi Pemasaran Produk “Meat” Berdasarkan Analisis Swot Pada PT. Dua Putra Perkasa Pratama. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari/Administrasi Perkantoran*, 9(1).
- Rachman, T. (2018). Analisis SWOT dalam Memenangkan Persaingan Bisnis. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Reza, F., Santoso, B., & Dewi, E. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Mini Market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2), 301–307.
- Rohman, A. F., & Faddila, S. P. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Pada Percetakan Cipta Ratu. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(3), 34–51.
- Setianto, R., & Dunan, H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ron-Ron Pancing Dimasa Pandemi Covid-19. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 931–940.
- Setyawan, A. (2020). Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT. *EKSYAR: Jurnal Ekonomi Syaria'ah & Bisnis Islam*, 7(01), 1–23.
- Shabrina, N. (2020). Analisis SWOT untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen di Lazada Express Padang. *Matua Jurnal*, 2(4), 393–410.
- Siregar, M., & Hendri, E. (2019). Komunikasi primer dan sekunder city branding. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(1), 11–18.
- Sjioen, A. E., Amaludin, A., Rukmana, A. Y., Syamsulbahri, S., & Wahyudi, I. (2023). Bisnis Berkelanjutan dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi tentang Dampak dan Strategi Implementasi. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 2(03), 239–248.
- Smith, J., & Jones, A. (2022). *Automation in Manufacturing: Efficiency and Cost Reduction*. *Industrial Engineering Journal*, 34(2), 123-134.
- Sudarnaya, K., Nurjiasih, L. Y., Mahandika, M. B., & Guritna, K. D. (2022).

- Analisis UMKM Toko Sembako Jans77. *Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 39–43.
- Sudiantini, D., & Hadita, S. P. (2022). *Manajemen Strategi*. Purwokerto: CV. Pena Persada.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, A. (2022). *Manajemen Strategi*. Yayasan DPI.
- Suryatman, T. H., Kosim, M. E., & Samudra, G. E. (2021). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Sepatu Adidas Di Pt. Panarub Industry. *Journal Industrial Manufacturing*, 6(1), 43–56.
- Susanti, E. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna pada Aplikasi Halodoc di Masa Pandemi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1663–1673.
- Syafa'at, A., & Wahid, A. (2020). Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT Dengan Matrik IFAS Dan EFAS Di PT. Bagoes Tjipta Karya. *JKIE (Journal Knowledge Industrial Engineering)*, 7(3), 108–117.
- Syamsiah, Y. A., Donoriyanto, D. S., & Nugraha, I. (2023). Analisis Resiko Pada UMKM XYZ Menggunakan Analisa Swot. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(6), 425–440.
- Tampi, E. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk pada PT. Suluh Jaya Abadi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 126–137.
- Wawolumaya, E. D., Tampi, D. L., & Rogahang, J. J. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Rose Collection Manado.
- White, D., & Lee, M. (2023). *Blockchain Applications in Supply Chain Management*. *International Journal of Supply Chain Management*, 36(2), 44–56.
- Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *Quanta*, 2(2), 83–91.