

# **ANALISIS SWOT UNTUK BISNIS PERCETAKAN DI KOTA PURWOKERTO**

Oleh:

Nirmala, S.E.,M.Si<sup>1)</sup>, Cahyaningtyas Ria Uripi, S.E., M.Si<sup>1)</sup>

Email: nirmalapwt@yahoo.co.id, cahyaurry@yahoo.co.id

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Wijaya Kusuma Purwokerto

## **ABSTRACT**

The purpose of this study was to identify the characteristics of the printing business, identifying strengths, weaknesses, opportunities and threats faced by the real owner of a printing business, as well as formulating business development strategies to increase the capacity of business printing business. This study uses a case study approach with descriptive method qualitative research object on three major printing company in the town of Purwokerto. Data collection techniques using in-depth interviews, observation, focus group discussions (FGD) and literature. Stages of research already conducted two focus group with the total respondents.

The results of the analysis through data reduction is known that the printing business has special characteristics that made the difference with other business that can also be a strength and opportunities for businesses. Technological progress is an important factor that supports both a strength and a threat to the printing business.

**Keywords:** Business Printing, SWOT Analysis, Strategy and Business Development

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Penelitian tentang analisis SWOT merupakan penelitian yang telah cukup banyak dilakukan pada berbagai perusahaan yang bergerak pada berbagai bidang baik perdagangan maupun jasa. Namun keterbatasan penelitian analisa SWOT pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan masih sangat terbatas, sehingga mendorong penelitian ini yang memfokuskan pada analisa SWOT pada perusahaan percetakan di kota Purwokerto. Sebagai kota yang mengalami pertumbuhan sangat pesat, maka kota Purwokerto telah mampu menjadi magnet bagi daerah-daerah sekitarnya, baik sebagai pusat pendidikan, perdagangan dan bisnis, serta pariwisata. Dengan demikian tentunya sektor perdagangan dan bisnis juga mengalami peningkatan yang cukup baik, baik dari segi konsumen maupun perkembangan dalam hal pelaku bisnisnya.

Bisnis percetakan merupakan salah satu bisnis yang mempunyai karakteristik unik yang menjadi pembeda dari usaha bisnis lainnya. Bisnis percetakan adalah bisnis sektor jasa yang sangat dibutuhkan masyarakat dan pelaku

bisnis dalam berbagai aspek, dimana bisnis ini bertumpu pada pesanan khusus dari konsumen, dimana produk yang dihasilkan tersebut mampu menunjukkan karakteristik unik masing-masing konsumennya. Sebagai bisnis yang bersinggungan dengan kebutuhan masyarakat, bidang usaha percetakan cukup luas meliputi spanduk, banner, baliho, leaflet, brosur, nota, buku, undangan dan kartunama, maka bisnis percetakan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya, serta dengan jeli memperhatikan berbagai perubahan baik selera dan trend masyarakat. Perusahaan juga perlu memperhatikan berbagai hal yang dapat menjadi kendala usaha dan tingkat persaingan yang ada.

Untuk itulah para pelaku bisnis perlu melakukan sebuah analisa yang dapat membantu menemukan kekuatan dan kelemahan bisnisnya dengan memperhatikan peluang dan tantangan dalam bisnis tersebut, agar nantinya pelaku bisnis dapat membawa perusahaannya untuk terus bertahan bahkan bisa memenangkan persaingan pasar. Analisa yang diperlukan perusahaan adalah analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) yang merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dan peluang serta ancamannya yang ada. Faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan merupakan faktor yang disebabkan oleh internal perusahaan, sedangkan faktor peluang dan ancaman merupakan faktor yang disebabkan oleh eksternal perusahaan. Analisa SWOT dapat dijadikan sebagai sebuah instrumen yang tepat untuk memaksimalkan peranan faktor kekuatan perusahaan dan pemanfaatan peluang sekaligus dapat berperan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan perusahaan serta menekan dampak ancaman yang ditimbulkan dari luar perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan dengan tepat strategi perusahaan, untuk mempertahankan eksistensinya di pasar. Berdasarkan uraian di atas, maka dilakukan penelitian tentang “Analisis SWOT Untuk Bisnis Percetakan Di Kota Purwokerto”.

### **Identifikasi Masalah**

Percetakan sebagai salah satu jenis bisnis yang sangat dibutuhkan masyarakat, telah mengalami banyak perkembangan, baik dari segi pengguna layanan (konsumen), kualitas pelayanan maupun perkembangan dalam jumlah/kuantitas pelaku usaha bisnis percetakan. Sebagai perusahaan yang berhubungan erat dengan kebutuhan dan keinginan tiap konsumen, maka bisnis percetakan memiliki karakteristik unik yang diharapkan dapat selalu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan karakteristik masing-masing konsumen. Seiring dengan perkembangan kota Purwokerto sekaligus berkembangnya kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam hal persaingan antar pelaku usaha yang sama serta menghadapi tantangan dalam menyasati perubahan selera dan kebutuhan konsumennya. Untuk itulah, maka perusahaan dituntut agar dapat bersaing dalam hal kualitas dan pelayanan yang baik.

Perkembangan dalam bisnis percetakan menunjukkan bahwa pelaku bisnis harus siap menghadapi tantangan agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan kapasitas bisnisnya. Untuk menghadapi kondisi persaingan yang

semakin ketat tersebut, perusahaan perlu melakukan analisa terhadap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan dibandingkan dengan pesaing. Bertolak dari latar belakang masalah maka peneliti mencoba mengemukakan masalah sebagai berikut : (1) Bagaimana karakteristik bisnis percetakan? (2) Bagaimana Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman dari perusahaan percetakan?

### **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik bisnis percetakan dan mengidentifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman yang secara nyata dihadapi oleh para pengusaha bisnis Percetakan

### **Kegunaan Penelitian**

1. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai implementasi analisa matrik SWOT pada bisnis percetakan
2. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan inspirasi membuat model penelitian implementasi analisa matrik SWOT
3. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan terkait implementasi analisa matrik SWOT.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Bisnis Percetakan**

Kegiatan bisnis merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, kelompok/organisasi maupun masyarakat luas, dengan ruang lingkup yang sangat luas, dari bisnis ekstraktif, agraris, industri dan jasa. Dalam ruang lingkup bisnis jasa, salah satu bentuknya adalah usaha percetakan, dimana ada pendapat yang mengatakan bahwa usaha percetakan adalah "*job order*" yang artinya bisnis percetakan itu bekerja/memproduksi sesuatu berdasarkan pesanan dan si pemesan memberikan kompensasi/membayar jasa perusahaan itu dalam mengolah bahan mentah berbentuk naskah atau model menjadi barang jadi, berupamedia cetak/barang cetak sesuai pesannya. Dalam hal proses produksi, perusahaan bekerja berdasarkan pada pesanan, sehingga berbagai aspek teknis harus disesuaikan dengan spesifikasi jenis order, misalnya : jenis teknologi cetak, jenis teknik produksi, alat produksi, bahan produksi, proses produksi, bahkan jadwal produksi harus sesuai dengan keinginan pemesan. ([www.indonesiaprintmedia.com](http://www.indonesiaprintmedia.com)).

Percetakan adalah sebuah bentuk bisnis yang memiliki karakteristik unik, dimana bisnis ini diyakini sebagai bisnis yang prospektif, semakin kompetitif, memiliki peluang yang masih lebar dan tidak akan pernah mati. "Bisnis Percetakan tidak akan pernah mati, hanya mungkin sesekali "jalan ditempat" pada keadaan tertentu saja. Sepanjang umat manusia masih ada, disitulah terbuka lebar peluang usaha

percetakan dan segala cara bisnis percetakan yang menyertainya.”(waliartgalang.wordpress.com). Dalam majalah Print Media (edisi 49, Nov-Des 2012) dikatakan bahwa “Industri Percetakan di Indonesia bahkan saat ini lebih kompetitif dibandingkan dengan kondisi pada tahun 1990-an.Percetakan skala kecil di Jakarta saja sudah mencapai 2.000 unit.Dari total seluruh industri jasa percetakan di tanah air mencapai sekitar 80% yang lebih besar terkonsentrasi di Jakarta. Dan pada 2014 pasar percetakan Indonesia diperkirakan akan tumbuh hingga 40%. Persatuan Perusahaan Industri Grafika Indonesia juga memperkirakan bahwa industri grafikan akan mengalami pertumbuhan yang signifikan, yaitu sekitar 15%, mulai tahun 2010. Angka tersebut dianggap realistis di tengah realita kenaikan harga kertas yang kian melambung.Indikasi kenaikan pertumbuhan tersebut dapat dilihat dari tingginya konsumsi kertas dan peningkatan kapasitas industri Pulp Nasional.Pada tahun 2008, konsumsi kertas mengalami kenaikan sebesar 12% dibanding tahun sebelumnya, yakni dari 9jutaton menjadi 12,5jutaton” ([www.mahada.id](http://www.mahada.id)).

Bisnis percetakan sebagai bisnis sektor jasa sangat dibutuhkan masyarakat dan pelaku bisnis dalam berbagai aspek, dimana bisnis ini bertumpu pada pesanan khusus dari konsumen yang mampu penunjukkan karakteristik unik masing-masing konsumennya.Bidang usaha percetakan cukup luas meliputi spanduk, banner, baliho, leaflet, brosur, nota, buku, undangan dan kartunama. Sebagai bisnis yang bersinggungan dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat, maka bisnis percetakan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya, serta dengan jeli memperhatikan berbagai perubahan baik selera dan trend masyarakat. Semakin membaiknya keadaan ekonomi global, juga berpengaruh pada semakin tingginya daya beli masyarakat Indonesia yang ujungnya berimbas pada semakin tingginya permintaan atas barang-barang cetakan dan alat promosi pada lingkup bisnis percetakan.

Bisnis percetakan memiliki banyak bidang dan teknik, yang selalu mengalami perkembangan. Ada beberapa teknik dalam percetakan, yaitu :

1. Teknik cetak offset adalah teknik di mana citra (gambar) bertinta ditransfer terlebih dahulu dari plat ke lembaran karet, kemudian ke permukaan yang akan dicetak.
2. Teknik cetak rotogravure adalah sebuah proses cetak menggunakan silinder yang terbuat dari besi yang dilapisi tembaga, dan di atas permukaan silinder tersebut ditransfer image artwork dari komputer melalui proses grafir, baik itu dari proses etching/chemical engraving, mechanical engraving, atau laser engraving.
3. Teknik sablon adalah sebuah teknik untuk mencetak tinta di atas bahan, dengan bentuk yang kita kehendaki, menggunakan screen sablon dan rakel sablon.
4. Teknik cetak digital tidak menggunakan piring, tapi film untuk menghasilkan gambar, menggunakan teknologi digital imaging. ([www.seputarukm.com](http://www.seputarukm.com))

Pada prakteknya, Bisnis Percetakan mencakup area bisnis yang cukup luas aspeknya, seperti: Graphic Design, Sablon Digital , Screen Printing atau Sablon Manual, Digital Printing, Media Cetak, Printing Chemical, Garment (Textile)dan sebagainya. Pada era globalisasi saat ini, bisnis Percetakan di Indonesia akan

semakin pesat perkembangannya, dimana informasi bisnis dan teknologi cetak akan mengalir deras tanpa dapat dihalangi oleh batasan geografis, batasan ruang dan waktu yang dapat menghentikan alih teknologi cetak saat ini. Mesin percetakan apapun yang dipakai di negara maju seperti Jerman, Jepang atau Amerika juga digunakan oleh para pelaku bisnis percetakan di Indonesia. Teknologi cetak dengan mudah dapat ditransfer, mesin percetakan juga dengan mudah dibeli dan dipelajari disini, bahkan beberapa produsen mesin cetak offset terkemuka kelas dunia, seperti Heidelberg telah membuka perwakilannya di Indonesia, untuk lebih memuluskan bisnis penjualan produknya ([waliartgalang.wordpress.com](http://waliartgalang.wordpress.com)).

### **Analisis SWOT**

Hasil penelitian Zuhrotun Nisak menyatakan bahwa, jika sebelumnya orientasi bisnis yang berkembang adalah produsen dengan leluasa dapat memaksakan kehendaknya kepada konsumen dengan produk-produk hasil produksinya (yang terkadang tidak sesuai dengan keinginan konsumen), maka yang terjadi saat ini adalah kebalikannya. Pergeseran orientasi tersebut adalah para pengusaha telah menyadari sepenuhnya bahwa dalam dunia industri saat ini, konsumenlah sebagai pemegang kendali atas produk yang akan ada di pasar, konsumen sangat menentukan jenis dan bentuk produk seperti apa yang bisa atau tidak berada dipasar, dengan demikian produsen seolah “dipaksa” untuk mengikuti dan menghasilkan produk yang sesuai dengan nilai dan keinginan konsumen jika mereka tetap ingin bertahan survive. Kondisi ini juga berlaku untuk industri jasa cetak konvensional maupun digital printing yang kini semakin berkembang yang diperkirakan jumlahnya mencapai lebih dari 12.000 perusahaan di seluruh tanah air. Akibatnya, persaingan usaha pun semakin ketat dan kompetitif, maka untuk menyikapi hal tersebut diperlukan berbagai upaya. Langkah pertama dan terbaik untuk mempertahankan dan atau memperluas pasar adalah dengan melakukan evaluasi diri dan evaluasi bisnis dalam bentuk analisa SWOT. Dimana fungsi dari analisis SWOT dan strategi kompetitif adalah untuk menganalisa mengenai kekuatan, kelemahan serta keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan/usaha yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi internal perusahaan, serta analisa mengenai peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan yang dilakukan melalui analisa terhadap kondisi eksternal perusahaan.

Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk menyusun pengembangan usaha berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Analisis SWOT (SWOT analysis) menurut Fredi Rangkuti adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Analisis SWOT membandingkan antar faktor eksternal peluang (opportunity) dan ancaman (threats) dengan faktor internal kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness)..

1. **Kekuatan (Strengths)** yaitu kekuatan atau keunggulan yang dimiliki untuk menghadapi tantangan yang ada, sehingga pada akhirnya usaha dapat bertahan dan berkembang.
2. **Kelemahan (Weakness)** yaitu kelemahan yang dimiliki. Diharapkan dapat diminimalkan dengan nilai lebih yang dimiliki perusahaan.
3. **Peluang (Opportunities)** yaitu peluang yang ada sehingga dapat mengambil kesempatan yang terdapat di pasar serta dapat mengatasi kelemahan yang ada.
4. **Ancaman (Threat)** yaitu kecenderungan yang tidak menguntungkan dan mengancam kedudukan perusahaan dalam persaingan.

Untuk menganalisis lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:

#### 1. Faktor eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi diluar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor eksternal ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

#### 2. Faktor internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang ikut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decision making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional : pemasaran, keuangan, operasi, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture).

Setelah diketahui SWOT maka perusahaan dapat merumuskan strategi :

1. **Strategi SO (Strength-Opportunities)**, yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Dimana strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. **Strategi WO (Weaknesses- Opportunities)**, yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Dimana ini strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
3. **Strategi ST (Strengths-Threats)**, yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.. Dimana strategi ini dibuat dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
4. **Strategi WT (Weaknesses- Threats)**, yaitu menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Dimana strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

## METODE PENELITIAN

### Obyek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survey yang menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode deskriptif kualitatif, yaitu serangkaian kegiatan menganalisis data dalam objek penelitian yang tidak dinyatakan dalam angka-angka. Penelitian ini dilaksanakan pada tiga perusahaan percetakan yang berada di kota Purwokerto, yaitu Percetakan Buanaraya di Jalan Jenderal Sudirman Purwokerto, Percetakan Anyar di Jalan Pereng Purwokerto dan Percetakan Kencana Sakti Printing di Jalan Wahid Hasyim Purwokerto. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui : Wawancara mendalam (in-depth interview), Focus Group Discussion (FGD), Observasi, dan Studi Pustaka.

### Tehnik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang ada digunakan teknik triangulasi, yaitu proses membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda. Dalam penelitian ini menggunakan Triangulasi Sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber, kemudian data yang didapat tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan dan dianalisis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. (Sugiyono, 2011, p.273-274).

Proses analisis data pada dasarnya melalui beberapa tahapan, yaitu :

- a. Reduksi Data  
Proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
- b. Penyajian Data  
Penyajian data dibatasi pada sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penyajian deskriptif analitis untuk data hasil wawancara dan observasi.
- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi  
Penarikan kesimpulan merupakan tahapan mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, atau pola-pola. Sedangkan verifikasi merupakan tahapan untuk menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokannya. (Miles, 1992)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Selain dilakukan pengambilan data melalui wawancara mendalam, juga dilakukan tehnik Focus Group Discussion (FGD) yang menurut Edi Indrizal, bahwa Diskusi Kelompok Terarah atau yang biasa disebut Focus Group Discussion (FGD) sebagai suatu metode dan teknik dalam mengumpulkan data kualitatif di mana sekelompok orang berdiskusi tentang suatu fokus masalah atau topik tertentu dipandu oleh seorang fasilitator atau moderator. FGD merupakan pengumpulan data atau informasi yang awalnya dikembangkan di dalam penelitian pemasaran. Ketika itu FGD digunakan untuk mengetahui citra tentang

produk tertentu, hal-hal apa yang menarik calon pembeli atau konsumen, desain produk, pilihan ukuran, pilihan warna, desain kemasan, hal-hal apa yang perlu diperbaiki dan sebagainya. Dengan menggunakan FGD, dalam waktu relatif singkat (cepat) dapat digali mengenai persepsi, pendapat, sikap, motivasi, pengetahuan, masalah dan harapan perubahan berkaitan dengan masalah tertentu.

FGD merupakan sebuah proses pengumpulan data dan karenanya mengutamakan proses. FGD tidak dilakukan untuk tujuan menghasilkan pemecahan masalah secara langsung ataupun untuk mencapai konsensus, yang bertujuan untuk menggali dan memperoleh beragam informasi tentang masalah atau topik tertentu yang sangat mungkin dipandang secara berbeda-beda dengan penjelasan yang berbeda pula. Kecuali apabila masalah atau topik yang didiskusikan tentang pemecahan masalah, maka FGD tentu berguna untuk mengidentifikasi berbagai strategi dan pilihan-pilihan pemecahan masalah.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Karakteristik bisnis percetakan sangat berbeda dibandingkan bisnis lainnya. Hal ini disebabkan karena bisnis percetakan adalah sebuah bisnis berdasarkan pesanan masing-masing konsumen, sehingga produk/jasa yang dihasilkan sangat variatif dan mempunyai ciri pembeda dengan produk/jasa dari bisnis lainnya. Jika bisnis lain dilakukan dengan sistem produk pabrik (produksi produk dalam jumlah banyak dengan model yang seragam), maka bisnis percetakan membuat proses produksi berdasarkan sistem pesanan, sehingga hasil produk akan sangat berbeda antar konsumen, bersifat sangat fleksibel, variatif dan menuntut kreatifitas yang tinggi.
2. Dengan banyaknya pesaing, maka pelaku bisnis harus dapat memenangkan persaingan untuk mempertahankan bahkan menguatkan posisinya di pasar. Untuk itulah diperlukan sebuah analisa mengenai Kekuatan, kelemahan, Peluang dan Ancaman dari bisnis percetakan tersebut. Hasil analisa SWOT menunjukkan bahwa :
  - a. Kekuatan bisnis percetakan adalah pada tingkat pelayanan, kreativitas desain grafis kualitas dan harga yang ditawarkan oleh pelaku bisnis.
  - b. Kelemahan bisnis percetakan adalah pada kemampuan perusahaan menyediakan mesin dan peralatan yang modern agar dapat mengikuti perkembangan teknologi, sehingga bisnis ini membutuhkan biaya yang sangat besar untuk investasi mesin dan peralatan
  - c. Peluang bisnis percetakan masih sangat besar, karena kebutuhan masyarakat yang semakin besar dengan jumlah populasi penduduk yang juga selalu bertambah. Dengan semakin berkembangnya kota Purwokerto yang sekarang telah menjadi sentra bagi wilayah sekitar, maka peluang bisnis juga semakin besar.
  - d. Ancaman bisnis percetakan adalah kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi di satu sisi merupakan kekuatan perusahaan tetapi disisi lain menjadi sebuah ancaman juga bagi perusahaan karena kemajuan yang begitu pesat tidak dapat menghentikan kemajuan teknologi. Sehingga perusahaan percetakan dituntut untuk Selalu mengikuti perkembangan desain grafis dan melakukan perbaikan mesin dan peralatan agar dapat



memenangkan persaingan. Tetapi hal ini bukan perkara mudah karena harga mesin dan peralatan cetak yang sangat mahal dan membutuhkan investasi besar.

## **KESIMPULAN**

Bisnis percetakan adalah sebuah bisnis yang memiliki karakteristik yang berbeda dari bisnis lainnya, hal ini dikarenakan bisnis percetakan merupakan bisnis yang muncul dari kebutuhan yang saling berbeda dari tiap perusahaan atau individu yang menjadi konsumennya. Dimana ciri khas bisnis ini berjalan sesuai dengan pesanan masing-masing konsumen, berbeda dengan bisnis lain dimana produk atau jasa yang dihasilkan merupakan produk yang homogen dalam pembuatan dan penjualannya. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Novi Andhika Putri, 2013, menyatakan bahwa potensi pasar pada bisnis percetakan masih besar dan proses bisnis dapat ditingkatkan agar akhirnya dapat meningkatkan pendapatan secara lebih optimal. Dengan melihat perkembangan kota Purwokerto yang sangat pesat maka potensi dan peluang bisnis juga masih terbuka lebar.

Agar dapat memenangkan persaingan, maka selain memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen, perusahaan percetakan harus mampu menganalisa aspek internal dan eksternal perusahaan, yang diwujudkan dalam analisa SWOT. Dengan melakukan analisa SWOT maka perusahaan dapat mengukur kekuatan dan kelemahannya, serta dapat memilih strategi yang tepat untuk meraih peluang dan mengalahkan tantangan para pesaingnya. Meskipun setiap percetakan memiliki peluang dan tantangan yang sama, tetapi dengan memperhatikan lebih jeli kebutuhan dan keinginan konsumen maka tiap percetakan dapat memilih strategi yang berbeda agar dapat memenangkan persaingan bisnis.

### **Implikasi**

Dari hasil penelitian, maka pelaku bisnis percetakan harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi, meningkatkan kreatifitas dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar konsumen tidak berpindah pada perusahaan lain. Pelaku bisnis percetakan juga harus mampu menjalin hubungan baik dengan sesama pelaku usaha percetakan lainnya, agar dapat mengembangkan jaringan bagi pelaku usaha percetakan, dimana dengan hubungan baik nantinya order dan pesanan perusahaan dapat lebih stabil bahkan meningkat sesuai kapasitasnya.

### **Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang**

Agar lebih dapat menjelaskan pentingnya analisis SWOT, maka penelitian yang akan datang perlu menggali dan menguji data hasil wawancara dan FGD dalam bentuk skoring agar dapat digunakan sebagai rujukan perusahaan agar dapat mengetahui analisis SWOT tiap perusahaan. Penelitian lanjutan perlu dilakukan untuk menentukan strategi pengembangan usaha berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan.

### **Acknowledgement**

Ucapan terimakasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Riset dan Teknologi Pendidikan Tinggi yang telah memberikan dana penelitian serta Rektor Universitas Wijayakusuma Purwokerto, yang telah memberikan sarana dan prasana guna penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Andhika Putri, Novi (2013). “Analisis Proses Bisnis Pada Percetakan Bhinneka Riyant”. Universitas Dian Nuswantoro Semarang. URL : <http://dinus.ac.id/>
- Bateman, Thomas S. and Scott A. Snell (2009). *Management* (8 th ed.). New York : Mc Graw Hill.
- Bungin, Burhan (2009). *Penelitian kualitatif*. Jakarta: Prenada. Media Group.
- Bateman, Thomas. S & Snell, Scott A. 2008. *Manajemen: kepemimpinan dan kolaborasi dalam dunia yang kompetitif*. Edisi ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Daft, Richard L. (2008). *Manajemen* (6th ed., Vol. 1). (Edward Tanujaya dan Shirly Tiolina, Trans.). Jakarta: Salemba Empat.
- Davenport, Thomas H. and James E. Short. (1990). “The New Industrial Engineering: Information Technology and Business Process Redesign”, *Magazine*: Summer 1990.
- Ebert, Ronald J. and Ricky W. Griffin. (2005). *Business Essentials* (5th ed.). New Jersey : Pearson PrenticeHall.
- Jati, Yusuf Waluyo. (2011). *Industri Grafika Tumbuh 5,3%*, Retrieved from : <http://www.bisnis.com/articles/industri-grafikatumbuh-5-3-percent>.
- Matthew B., Miles & A. Michael Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*, Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru, Terjemahan Tjejep Rohidi. Jakarta : UI Press.
- Nirmala (1999) *Persepsi Konsumen Terhadap Pelayanan Jasa Percetakan Pada “Buana Raya Offset” di Purwokerto*.

- Nisak, Zuhrotun. 2013. Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. [journal.unisla.ac.id/pdf/12922013/4.pdf](http://journal.unisla.ac.id/pdf/12922013/4.pdf). diakses 22 Agustus 2016
- Rangkuti, Freddy.(2001). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia
- Satyarini, Ria& Muliadi Palesangi (2012). “Analisis Peluang dan Tantangan Pada Paguyuban Cahaya TerangSebagai UKM Pengrajin Kulit di Sukaregang Garut”. Universitas Katolik Parahyangan
- Wiranata, Buyung dan Bambang Haryadi (2013). “Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada Pt. Ubital Offset Printing”.Jurnal Agora Vol.1 No.1 tahun 2013. Universitas Kristen Petra
- <https://waliartgalang.wordpress.com/2015/04/18/perkembangan-bisnis-percetakan/>
- <http://www.indonesiaprintmedia.com/jendela-berita/433-memahami-kiat-bisnis-bidang-percetakan.html>
- <http://www.seputarukm.com/5-tips-sukses-bisnis-percetakan/>
- <http://www.mahada.id/bisnis-percetakan-bandung/>