

SKRIPSI

**STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN
TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG
DIGITAL & PRINTING
(Studi Pada Percetakan Primamedia Metro)**

Oleh :

**MELANDA ROSA
NPM. 1702040053**



**Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**

**STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP
KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING
(Studi Pada Percetakan Primamedia Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

Melanda Rosa
NPM. 1702040053

Pembimbing I : Liberty ,SE.,MA.
Pembimbing II : Liana Dewi S, M.E.Sy

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI (IAIN) METRO
1443 H/2021 M**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296;
website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan
seperlunya maka skripsi :

Nama : **MELANDA ROSA**
NPM : 1702040053
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN
TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG
DIGITAL & PRINTING (Studi Pada Percetakan Primamedia
Metro)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.
Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima
kasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Metro, November 2021

Pembimbing I


Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Pembimbing II


Liana Dewi S., M.E.Sv

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING (Studi Pada Percetakan Primamedia Metro)

Nama : MELANDA ROSA

NPM : 1702040053

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Pembimbing I



Liberty, SE., MA

NIP. 197408242000032002

Metro, November 2021

Pembimbing II



Liana Dewi S, M.E.Sy



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Fax (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: ainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-4062 / In-28.3 / D / Pp.00-9 / 12 / 2021

Skripsi dengan Judul : STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING (Studi Pada Percetakan Primamedia Metro), disusun oleh : Melanda Rosa, NPM : 1702040053, Jurusan : Ekonomi Syariah telah Dimunaqosyahkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal : Senin, 15 November 2021, di Gedung Khadijah Binti Khuwailid/E.7.1.3.

TIM PENGUJI

Ketua / Moderator : Liberty, S.E., M.A

Pembahas I : Suci Hayati, M.S.I

Pembahas II : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Sekretaris : Dian Oktarina, M.M

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Jalil, M. Hum
NIP.196208121998031001

ABSTRAK

STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING (Studi Pada Percetakan Primamedia Metro)

Oleh :

MELANDA ROSA
NPM. 1702040053

Industri percetakan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, hampir semua kalangan masyarakat saat ini menggunakan produk maupun jasa digital printing mulai dari perusahaan besar, supermarket, perumahan dan lain-lain. Melihat peluang di atas makan akan banyak sekali orang-orang untuk berbondong-bondong terjun ke dunia bisnis percetakan. dengan meningkatnya industri percetakan ini juga akan memicu timbulnya persaingan antar perusahaan percetakan untuk mendapatkan konsumen. maka di butuhkan suatu strategi yang sesuai dengan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan bersaing sehingga perusahaan tersebut memenangkan persaingan dan bisa menjamin kelangsungan usahanya.

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan penelitian lapangan dan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan induktif data menggunakan metode wawancara dan dokumentasi, kemudian data tersebut dianalisis secara induktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan dan pengembangan terhadap keberlangsungan usaha dibidang digital printing di Primamedia Metro adalah menggunakan dua tingkatan strategi yakni tingkat corporate dan unit bisnis. Selain itu juga dalam pengelolaannya Primamedia Metro menerapkan empat fungsi manajemen yakni POAC (planning, organizing, actuating dan controlling) serta dalam pengembangan usahanya Primamedia Metro menggunakan strategi perluasan skala usaha dan strategi diversifikasi.

Kata kunci : *Strategi Usaha, Keberlangsungan, Digital Printing.*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Melanda Rosa

NPM : 1702040053

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyebutkan bahwa tugas skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil dari penelitian saya kecuali bagian-bagian yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, November 2021

Yang menyatakan



Melanda Rosa
NPM. 1702040053

MOTTO

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ ۝

Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan. (HR.Bukhari)¹

¹ Ahmad Hanafi, “Memaknai Aktifitas Belajar Sebagai Ibadah Dengan Kontekstualisasi Pemahaman Hadist Innamal A'malu Bin Niyat”, Jurnal Pemikiran dan Studi Islam, Vol.5 No.2,2020. 44-53.

PERSEMBAHAN

Tiada kata yang pantas diucapkan oleh peneliti selain bersyukur kepada Allah SWT yang telah memberikan banyak berkah dan hidayah sehingga peneliti mampu merampungkan tugas ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan rasa bangga, hormat, cinta dan kasih sayang yang begitu dalam kepada :

1. Kedua orang tuaku, hidup dan matiku, Bapak Suroto yang selalu menjadi alasan untuk kuat, cinta pertamaku yang selalu berjuang keras agar anaknya mampu meraih mimpi, Ibunda Herawati terkasih yang begitu luar biasa Doa dan Kasih Sayangnya.
2. Yundaku tersayang Nova Elyana Andespa, dan Adiku Rizky Reyhanafi. Terimakasih atas Doa dan Semangatnya selama ini.
3. Mas Ipar saya Eko Suhartono, teimakasih atas dukungannya. Dan keponakan saya Rama Andreas, Nizam Prayoga, terimakasih sudah menjadi salah satu alasan saya untuk selalu semangat.
4. Kepada para Dosen yang telah memberikan ilmu yang begitu luar biasa, terkhusus kepada ibu Liberty , SE.,MA. selaku dospem 1 dan kepada ibu Liana Dewi S, M.E.Sy selaku dospem 2. terimakasih atas dukungan dan bimbingannya selama ini.
5. Teman-teman saya Sariul,Usy,Asih,Nina,Shinta,Shanti,Vio,Mery dan masih banyak yang lain. terimakasih sudah mau direpotkan selama ini.
6. Almamater tercinta IAIN Metro Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya Sehingga saya selaku Peneliti dapat menyelesaikan Skripsi ini. Skripsi ini adalah sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam Upaya Penyelesaian Skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti sangat berterimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag. Selaku Rektor IAIN Metro.
2. Bapak Dr. Mat Jalil, M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam .
3. Bapak Dharma Setyawan, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Liberty, SE.,MA. Selaku dosen pembimbing I
5. Ibu Liana Dewi S, M.E.Sy Selaku dosen pembimbing II
6. Bapak dan Ibu Dosen /Karyawan IAIN Metro yang telah banyak memberikab ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran sangat dihargai dan diterima demi perbaikan skripsi ini, dan yang pada akhirnya skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Metro, September 2021

Peneliti,



Melanda Rosa

NPM. 1702040053

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN ABSTRAK.....	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN.....	vii
HALAMAN MOTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Peneliti.....	6
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat	6
D. Penelitian Relevan.....	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi.....	9
1. Pengertian Strategi.....	9
2. Pengertian Strategi Menurut Para Ahli	10
3. Alternatif Straregi.....	11
B. Pengelolaan Usaha.....	13
1. Pengertian Pengelolaan Usaha.....	13
2. Fungsi Pengelolaan.....	14
C. Pengembangan Usaha.....	17
1. Pengertian Pengembangan.....	17

2. Pengertian Pengembangan Usaha.....	17
3. Teknik Pengembangan Usaha.....	17
4. Jenis-jenis Pengembangan Usaha	18
D. Keberlangsungan Usaha	19
E. Digital Printing.....	20
1. Pengertian Digital Printing.....	20
2. Target Pasar.....	20
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Manfaat Penelitian.....	22
B. Sumber Data	23
C. Teknik Pengumpulan Data	23
D. Teknik Analisis Data.....	25
E. Teknik Keabsahan Data.....	26
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	27
1. Sejarah Singkat Primamedia Metro.....	27
2. Struktur Organisasi Primamedia Metro	28
B. Strategi Pengelolaan dan Pengembangan	29
C. Analisis Strategi Pengelolaan dan Pengembangan terhadap Keberlangsungan Usaha	42
 BAB V Penutup	
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran.....	46
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Primamedia Metro.....	28
Gambar 1.2 Struktur organisasi Primamedia Metro.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Surat Izin Reseach
3. Surat Tugas
4. Surat Keterangan Bebas Pustaka
5. Outline
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Dokumentasi
8. Riwayat Hidup

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri percetakan di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, “Sejak tahun 2010 jumlah perusahaan grafika di Indonesia diperkirakan telah mencapai 35000 perusahaan”¹ hampir semua kalangan masyarakat saat ini menggunakan produk maupun jasa digital printing mulai dari perusahaan besar, supermarket, toko klontong dan sampai warung nasi uduk pun juga menggunakan produk digital printing. belum lagi jika saat moment pemilu, pilkada dan sebagainya akan sangat memberi peluang bagi industri percetakan atas permintaan seperti baleho, famplet, baner, kaos partai dan masih banyak lainnya.

Di samping itu tahun ajaran baru untuk kegiatan anak-anak sekolah akan sangat memicu permintaan kepada perusahaan percetakan atas permintaan buku-buku sekolah dan penyablonan seragam. Di tambah lagi dengan munculnya industri rumah tangga untuk permintaan kertas maupun packaging produk Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM guna mempercantik kemasannya.

Melihat peluang di atas makan akan banyak sekali orang-orang untuk berbondong-bondong terjun ke dunia bisnis percetakan. dengan meningkatnya industri percetakan ini juga akan memicu timbulnya persaingan antar perusahaan percetakan untuk mendapatkan konsumen, namun dengan begitu pula tidak

¹Buyung Wiranata, Bambang Haryadi, “*Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan pada PT Ubital Offset Printing,*” AGORA, Vol.1 No. 1, 2013,1.

jarang ditemukan perusahaan percetakan yang gulung tikar karena tidak mampu bersaing dengan perusahaan percetakan yang semakin banyak jumlahnya. Maka di butuhkan suatu strategi yang sesuai dengan perusahaan agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan bersaing sehingga perusahaan tersebut memenangkan persaingan dan bisa menjamin kelangsungan usahanya.

Strategi adalah penentuan suatu cara atau upaya bagaimana agar kita dapat mencapai tujuan. Strategi menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guts merupakan “alat untuk menciptakan keunggulan bersaing, dengan begitu salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak”²

Istilah strategi juga sudah dikenal sejak zaman Rasulullah, seringkali strategi digunakan beliau pada saat berdakwah dan memperluas kekuasaan atau berperang. Salah satu kisahnya yang cukup dikenal adalah kisah Khalid bin Walid Radiyallahu ‘anhu yang pada saat itu sangat sadar tidaklah mungkin menandingi pasukan sebesar pasukan Romawi tanpa strategi yang jitu. “Kemudian para sahabat sahabat Nabi pun juga banyak yang menjadi pengusaha ataupun pembisnis dengan berpedoman pada nilai-nilai keislaman”³ Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa Islam sejak dahulu sudah mengajarkan umatnya menyusun strategi untuk menggapai tujuannya, namun perlu di pahami bawa setiap praktek bisnis yang dilakukan seseorang harus sesuai dengan ajaran islam dan mengetahui batasan-batasannya, mengerti mana yang diperbolehkan dan

² Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018), 3.

³ Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 538.

mana yang tidak di perbolehkan. Salah satu ajaran Islam yang harus digunakan ketika akan berbisnis atau mengembangkan bisnisnya adalah mempunyai niat yang baik, jika sesuatu di mulai dengan niat yang baik maka hasilnya juga akan baik, begitu pula sebaliknya, jika sesuatu di awali dengan niat yang buruk maka akan berakhir buruk pula. Lebih jelasnya adalah, Imam Nawawi rahimahullahu ta'ala mengatakan, dari imam Amirul Mukminin, Abu Hafsh'Umar bin Al-Khattab radhiyallahu 'anhu, ia berkata bahwa ia mendengar Rasulullahshallallahu 'alaihi wa sallam bersabda :

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ ۖ

Artinya: “Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan”. (HR.Bukhari)⁴

Apa yang Rasulullah katakan itu tidak hanya berlaku pada kegiatan peribadatan saja, namun juga berlaku dalam hal bermuamalah seperti halnya berbisnis maupun berwirausaha. “Oleh karenanya kegiatan berbisnis juga dituntut agar berorientasi pada mencari ridha Allah SWT”⁵

Sebagaimana firman Allah Q.S. Al-An'am:162-163 berikut:

قُلْ إِنْ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ
وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

⁴ Ahmad Hanafi, “Memaknai Aktifitas Belajar Sebagai Ibadah Dengan Kontekstualisasi Pemahaman Hadist Innamal A'malu Bin Niyat”, Jurnal Pemikiran dan Studi Islam, Vol.5 No.2,2020. 44-53.

⁵Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjarmasin:Antasari Press,2011.17.

Artinya: “Katakanlah: sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. Tiada sekutu bagiNya: dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)” (Q.S. Al-An’am:162-163)⁶

Strategi dalam organisasi ataupun perusahaan pada dasarnya bertujuan untuk menentukan bagaimana organisasi atau perusahaan itu mencapai tujuannya. Selain membutuhkan strategi dalam suatu organisasi atau perusahaan juga membutuhkan suatu pelaksanaan manajemen sebagai pedoman dalam setiap tindakan yang di lakukan, Melalui empat fungsi manajemen menurut George R Tery yaitu: “Manajemen merupakan proses yang khas, yang terdiri dari tindakan tindakan seperti: perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran yang telah ditetapkan.”

7

Primamedia Metro merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang percetakan digital printing yang ada di kota Metro, Lampung. produk yang dihasilkan diantaranya seperti sticker label, foto besar, X-banner, roll banner, leaflet, brosur dan masih banyak lainnya. Yang membedakan Primamedia Metro dengan bisnis serupa adalah terletak pada kualitas produknya, seperti yang disampaikan oleh bapak Ramli selaku manajer Primamedia metro saat peneliti bertanya “apa yang membedakan Primamedia Metro ini dengan bisnis serupa lainnya?”. Beliau menyampaikan bahwa :

⁶M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian AlQur’an*, Jakarta: Lentera Hati, 2001.17.

⁷George R Terry, Leslie W Rue, *Dasar-dasar Manajemen* (Jakarta : PT Bumi Aksara, 1992),10.

“disini kita tidak memberi iming-iming barang murah tapi kita mengutamakan kualitas. semua produk dari kami menggunakan bahan khusus untuk promosi bukan bahan sekali pakai, jadi hal ini mempengaruhi soal keawetan barang. Produk dari Kami Juga pakai tinta *original*, Produk kami di desain dengan kreatif mungkin sesuai dengan permintaan konsumen atau dengan desain template yang telah disediakan oleh kami. jadi konsumen dapat menentukan desainnya sendiri. Selain itu proses pemesanya pun sangat cepat dan bisa di tunggu, biasanya kan percetakan gitu harus pesen minimal 1hari baru jadi, kalau di kami tidak.”⁸

Primamedia Metro telah berdiri sejak 9 tahun yang lalu, Awal berdiri Primamedia Metro dikelola dengan satu manager dan satu karyawan, produk yang dipasarkan pun masih sangat sedikit yakni produk-produk dari mesin A3+ seperti cover buku, leaflet satuan, flayer, poster, foto, sticker dll. Dengan meningkatnya jumlah permintaan Primamedia Metro pun meningkatkan kapasitas Produksi salah satunya dengan mengupgrade Mesin yang lebih canggih dan menambah karyawan yang sekarang berjumlah 10 orang.⁹

Meskipun telah banyak berkembang bisnis serupa, Primamedia metro mampu menunjukkan keberlangsungan usahanya yang masih aktif sampai sekarang dengan bisnis yang menggunakan sistim kemitraan. Meskipun telah menjadi bisnis yang besar untuk berada pada posisi saat ini dan mencapai tujuannya Primamedia Metro tetap mempunyai hambatan yang harus di lalui, hambatan tersebut bisa datang dari dalam maupun dari luar perusahaan, untuk menghadapi hambatan-hambatan yang muncul guna mencapai tujuannya maka perusahaan memiliki langkah tindakan yang biasanya disebut dengan strategi.

⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Ramli (Manajer Primamedia Metro) pada 31 Desember 2020.

⁹ Hasil Wawancara Dengan Bapak Ramli (Manajer Primamedia Metro) pada 16 Februari 2021.

Setiap perusahaan pasti mempunyai strategi tersendiri guna menghadapi permasalahan yang timbul didalamnya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul **“STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DIBIDANG DIGITAL PRINTING”**

B. Pertanyaan Penelitian.

Bagaimanakah strategi pengelolaan dan pengembangan yang digunakan oleh Primamedia Metro dalam menjalankan bisnisnya?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui strategi pengelolaan dan pengembangan apa yang digunakan oleh Primamedia Metro dalam menjalankan bisnisnya.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis

menjadi bahan referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya dan menambah informasi dalam memperkaya pengetahuan tentang strategi pengelolaan dan pengembangan usaha khususnya dibidang bisnis digital printing.

- b. Secara Praktis

1. Bagi Primamedia Metro

Penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan evaluasi oleh Primamedia Metro.

2. Bagi Peneliti

Peneliti dapat mengetahui bagaimana strategi dalam mengelola dan mengembangkan bisnis khususnya dibidang digital printing.

D. Penelitian Relevan

Tinjauan pustaka (*prior research*) merupakan hasil tentang persoalan terdahulu yang dikaji.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Anang Setyawan pada tahun 2020 yang berjudul “Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT” hasil dari penelitian tersebut mengatakan bahwa percetakan biru berada pada posisi Kuadran 1 yang artinya sedang tumbuh dan berkembang. Adanya persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama sama membahas tentang “pengelolaan” Sedangkan perbedaannya terletak pada pembahasan, yang penelitian ini membahas tentang “pengelolaan dan pengembangan” sedangkan pada penelitian yang dilakukan Anang Setyawan membahas satu saja yakni “pengelolaan”.¹⁰
2. Penelitian yang dilakukan Oleh Kevin Margomo pada tahun 2018 yang berjudul “Formulasi Strategi Bersaing Perusahaan Digital Printing” penelitian tersebut bertujuan untuk memformulasikan strategi bersaing pada perusahaan digital printing dengan menggunakan cara mengidentifikasi SWOT.

¹⁰ Anang Setyawan, *Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT*, Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 07 No. 01/September 2020, 23.

Kesamaan dari penelitian ini adalah terletak pada objeknya yakni perusahaan digital printing. Sedangkan hal yang membedakan dari penelitian ini adalah tempat penelitian dan tahun pelaksanaan penelitian.¹¹

3. Penelitian yang dilakukan oleh Buyung Wiranata dan Bambang Haryadi pada tahun 2013 yang berjudul “Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Percetakan pada PT. Ubital Offset Printing” penelitian tersebut membahas tentang salah satu perusahaan percetakan yang bersaing tidak hanya mendapatkan konsumen tapi juga bersaing dalam hal menemukan teknologi terbaru. Yang menjadi kesamaan dalam penelitian ini adalah sama sama membahas pengelolaan dan pengembangan pada suatu bisnis sedangkan yang menjadikannya beda adalah tahun dan tempat penelitiaannya.¹²

¹¹Kevin Margomo, “*Formulasi Strategi Bersaing Perusahaan Digital Printing,*” AGORA, Vol.6 No,2,2018.

¹²Buyung Wiranata dan Bambang Haryadi,“*Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan pada PT Ubital Offset Printing,*” AGORA Vol.1 No 1, 2013.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi merupakan “tolak ukur sebuah organisasi atau perusahaan dalam arti menentukan tempat dan cara bersaing bisnis, strategi memberikan arahan yang hendak ditempuh oleh organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuannya”¹

Secara bahasa strategi adalah berasal dari kata *strategic* yang artinya siasat atau rencana.² Sedangkan secara istilah strategi adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.³

Strategi dalam perusahaan merupakan suatu tindakan manajemen yang telah direncanakan dengan pertimbangan yang matang untuk bersaing dengan baik dan sukses supaya menguntungkan perusahaan⁴

Joel Roos dan Michael berpendapat bahwa “ tanpa adanya suatu strategi pada perusahaan atau organisasi diibaratkan seperti kapal tanpa kemudi, maka hanya akan berputar-putar dan tidak memiliki arah”.⁵ strategi dibuat untuk membentuk bagaimana bisnis dalam perusahaan akan dijalankan, membuat keputusan, dan merencanakan tujuan.

¹ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2000),338.

² John M.Echols, Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*(Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), 701.

³ Tim Penyusun, *Kamus Besar Indonesia*, cet. ke-3(Jakarta : Balai Pustaka, 2005), 423.

⁴ Nanang Fattah, *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*(Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 70.

⁵ *Ibid.*,70.

Strategi sebenarnya didasarkan pada analisis yang terintegrasi dan holistik. Artinya, ketika strategi telah disusun maka semua unsur yang ada dalam organisasi maupun perusahaan sudah persepektif jangka panjang, strategi dirumuskan untuk merealisasikan visi dan misi dalam korporasi.⁶

2. Pengertian strategi menurut para ahli.

Strategi merupakan bagian penting mengenai kelangsungan hidup dari suatu perusahaan/organisasi untuk mencapai tujuan atau keberhasilan perusahaan yang diinginkan. Strategi dalam dunia bisnis sangatlah dibutuhkan guna mencapai suatu visi dan misi dalam suatu perusahaan/organisasi. Perusahaan harus dapat menghadapi dan menangani masalah maupun hambatan yang ada baik dari dalam perusahaan ataupun dari luar perusahaan. Mengenai perkembangan dari konsep strategi itu sendiri, maka setiap orang memiliki pikiran dan pendapatnya masing masing, Berikut definisi strategi menurut para ahli:

Menurut Alferd Chandler strategi adalah “penetapan dasar jangka panjang sasaran dan tujuan dari sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.”⁷

Menurut Kenneth Andre strategi adalah “pola sasaran, maksud dan tujuan kebijakan serta rencana penting untuk mencapai suatu tujuan.”⁸

⁶ Rachma, *Maajemen Strategik* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2014), 6.

⁷ Nanang Fattah, *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai* (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2015), 86.

⁸ Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2009), 339.

Sedangkan menurut Buzzel & Gale strategi adalah kebijakan dan keputusan kunci yang digunakan oleh manajemen, yang memiliki dampak besar terhadap kinerja keuangan.⁹

3. Alternatif Strategi.

Didalam perusahaan ada yang disebut dengan tingkatan strategi dimana strategi di bagi berdasarkan tingkatannya, tingkatan strategi dibagi menjadi dua macam yakni strategi tingkat korporasi dan strategi tingkat unit bisnis.

a. Strategi Tingkat Korporasi

Strategi Tingkat Korporasi ini menyangkut tentang perusahaan tersebut sedang berada dalam bisnis apa, apa bisnis utamanya dan apa yang harus atau ingin dimiliki oleh perusahaan, seperti jenis produk dan dimana produk akan dipasarkan.¹⁰ Dalam strategi tingkat korporasi ini menangani seluruh ruang lingkup strategis perusahaan terutama dalam menentukan tujuan dan sasaran suatu perusahaan. Corporate strategy juga menentukan arah yang akan dituju oleh perusahaan dan peran setiap unit bisnis dalam perusahaan untuk mencapai arah tersebut. Ada dua hal penting yang harus dilakukan pada strategi di tingkat korporasi yakni menetapkan visi misi perusahaan dan menentukan obyektif atau tujuan perusahaan.

1. Menetapkan visi dan misi perusahaan adalah pernyataan yang menggambarkan tujuan dan kondisi dimasa depan yang ingin dicapai

⁹ Ibid.,339.

¹⁰ Ibid.,339.

oleh perusahaan serta apa yang harus dikerjakan oleh perusahaan untuk mewujudkan visi dan misi tersebut.

2. Menentukan Obyektif atau Tujuan Perusahaan.

Obyektif atau tujuan perusahaan yang ditentukan adalah alat yang mendasari semua perencanaan dan kegiatan strategis dan berfungsi sebagai dasar untuk membuat kebijakan dan mengevaluasi kinerja. Contohnya seperti menghasilkan laba, meminimalkan pengeluaran, atau memperbesar pangsa pasar.

Kemudian perusahaan digolongkan dalam tiga kategori yaitu:

- a. Bisnis Tunggal, yakni perusahaan yang bergerak dalam satu lini bisnis saja.
- b. Diversifikasi yang berhubungan, yaitu perusahaan yang bergerak dalam beberapa bisnis dan bisnis tersebut memanfaatkan kemampuan inti perusahaan.
- c. Bisnis yang tidak ada hubungannya, yakni perusahaan yang bergerak dalam suatu bisnis yang berbeda-beda dan bisnis yang satu tidak ada hubungannya dengan bisnis yang lain.¹¹

b. Strategi Tingkat Unit Bisnis

Strategi Tingkat Unit Bisnis ini menyangkut tentang apa misi dari unit bisnis tersebut dan apa keunggulan kompetitif yang diandalkan dalam menjalankan misinya tadi. Strategi ini dijalankan oleh masing-masing unit bisnis namun harus bersinergi dan mendukung strategi

¹¹ Ibid., 340-341.

korporasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan induk. Opsi strategi umum yang diterapkan adalah salah satu dari strategi berikut:

1. Dibangun(*build*), yakni yang bertujuan untuk meningkatkan market share perusahaanya.
2. Dipertahankan(*hold*), yakni strategi mempertahankan *market share* unit bisnis dan posisi persaingan.
3. Dipanen(*harvest*), yaitu strategi yang bertujuan untuk memaksimalkan pendapatan dan aliran kas jangka pendek.
4. Dilepas (*divest*), yaitu memutuskan diri dari bisnis melalui proses likuidasi atau dijual.¹²

B. Pengelolaan Usaha

1. Pengertian Pengelolaan

Pengelolaan sama halnya dengan manajemen atau terjemahan dari kata *management*, dimana pengelolaan menurut Kamus Bahasa Indonesia Lengkap adalah “proses atau cara melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain dengan kata lain adalah manajer, membantu merumuskan kebijaksanaan dan tujuan organisasi, ataupun memberikan pengawasan dalam pencapaian tujuan”¹³. Menurut Marry Parker Follet pengelolaan adalah seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang berkaitan dengan sebuah tujuan pencapaian.¹⁴

¹²Ibid.,341.

¹³Daryanto, *Kamus Indonesia lengkap* (Surabaya : Apollo,1997), 348.

¹⁴Ernie Tisnawati, *Pengantar Manajeme* (Jakarta: Kencana, 2009), 5.

2. Fungsi Pengelolaan.

Dalam pengelolaan atau manajemen terdapat empat macam fungsi yakni perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerak (*Actuating*), dan pengawasan (*controlling*) atau yang sering disebut dengan POAC.

a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah sebuah tahap awal dalam suatu pengelolaan, dimana pada tahap ini baru direncanakan apa saja yang akan termasuk kedalam proses pengelolaan dan akan kearah mana tujuan yang akan di capai, Atau suatu susunan langkah-langkah secara sistematis. Dalam tahap perencanaan ini berfungsi memberikan kepastian dan membuat suatu patokan yang akan dijadikan acuan.

Menurut Louis A. Allen, perencanaan adalah penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai hasil yang diinginkan.¹⁵ ada beberapa manfaat yang didapat dengan adanya perencanaan, diantaranya adalah *protective benefits* dan *positive benefits*. Dimana *protective benefits* ini berkaitan dengan tujuan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan dalam pembuatan keputusan. Sedangkan *positive benefits* berkaitan dengan kesuksesan mencapai tujuan.¹⁶

Dalam tahapan perencanaan ini ada lima pertanyaan yang harus dijawab yakni:

¹⁵ Yan Hanif Jawangga, *Dasar-Dasar Manajemen* (Klaten : Cempaka Putih, 2019), 52.

¹⁶ Ibid., 56.

- 1) *What business are you in?*(bisnis apa yang kamu geluti)
- 2) *Where are you going?* (kemana kamu akan pergi)
- 3) *Where are you now?*(dimana kamu sekarang)
- 4) *How do you get there ?* (bagaimana kamu bisa sampai disana)
- 5) *How are you progressing?* (bagaimana kemajuan mu).¹⁷

Unsur yang harus ada dalam proses perencanaan adalah kebijaksanaan, prosedur, kemajuan yang diharapkan dan program.¹⁸

b. Pengorganisasian (*organizing*)

Tahap kedua setelah perencanaan adalah tahap pengorganisasian dimana pada tahap ini terjadi pembagian atau pengelompokan anggota organisasi atau perusahaan dan memberikan tugas agar dijalankan sesuai keahlian dibidangnya masing-masing. Manfaat dari pengorganisasian ini adalah setiap anggota mengetahui apa yang harus dilakukannya.¹⁹

Hal-hal yang perlu diperhatikan supaya didapat bentuk struktur organisasi yang efisien, yakni:

- 1) Adanya spesialisasi dan pembagian pekerjaan.
- 2) Adanya pendelegasian wewenang yang jelas.
- 3) Adanya proses pendelegasian dan pengintegrasian.²⁰

¹⁷Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2009), 115.

¹⁸ *Ibid.*, 115.

¹⁹Yan Hanif Jawangga, *Dasar-Dasar Manajemen*(Klaten : Cempaka Putih, 2019), 61.

²⁰Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), 117.

c. Penggerakan (*actuating*)

Jika sudah terjadi perencanaan dan pengorganisasian akan sangat tidak berarti jika tidak terjadinya pelaksanaan kerja dalam organisasi/perusahaan oleh yang bertanggung jawab. Karna itu seluruh sumber daya manusia yang ada dalam organisasi/perusahaan harus bekerja secara optimal untuk mencapai target atau tujuan yang telah di susun sejak awal, dengan kata lain mewujudkan visi misi organisasi/perusahaan tersebut.

d. Pengendalian(*controlling*)

Pengendalian atau *controlling* adalah proses untuk memastikan bahwa aktivitas aktual perusahaan sesuai dengan yang telah direncanakan.²¹ Tahap ini adalah tahap dimana untuk menilai, mengawasi dan mengendalikan jalannya aktivitas yang mengarah pada pencapaian tujuan perusahaan.²² dengan adanya pengendalian maka manajer atau sipengelola dapat melihat sejauh mana organisasi/perusahaan yang sedang ia kelola menuju target pencapaian yang telah di tentukan atau diinginkan pada tahap awal yakni tahap planning.

²¹ Ibid., 199.

²² Yan Hanif Jawangga, *Dasar-Dasar Manajemen* (Klaten : Cempaka Putih, 2019), 69.

C. Pengembangan Usaha

1. Pengertian Pengembangan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pengembangan adalah Proses, cara, dan Perbuatan mengembangkan.²³ Sedangkan Pengembangan menurut pengetahuan umum berarti pertumbuhan, perubahan secara perlahan (evolusi) dan secara bertahap.²⁴ Jadi dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah suatu proses terjadinya perubahan yang baik secara bertahap.

2. Pengertian Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah “tanggung jawab dari setiap pelaku usaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas, jika hal ini berhasil dilakukan maka sangat besar harapan untuk menjadikan usaha yang awalnya kecil menjadi menengah bahkan menjadi usaha yang besar.²⁵ Jadi pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan para pelaku usaha atau wirausahawan agar usahanya mengalami kemajuan atau perkembangan.

3. Teknik Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya :

a. Perluasan Skala Usaha

Beberapa hal yang digunakan dalam memperluas skala usaha adalah menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah

²³ Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta : Pusat Bahasa, Departemen Pendidikan Nasional Indonesia, 2014), 201.

²⁴ Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembagan*(Jakarta:Kencana, 2012), 218-219.

²⁵ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis : Pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*(Jakarta:Rineka Cipta, 2011), 66.

modal untuk investasi, kemudian menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan, dan menambah lokasi usaha ditempat lain.

b. Perluasan Cakupan Usaha

perluasan cakupan usaha adalah dengan melakukan pengembangan jenis usaha baru dibidang yang baru dan diwilayah yang baru serta dengan jenis produk yang baru.

c. Perluasan Dengan Kerjasama, Penggabungan dan Ekspansi Baru.²⁶

4. Jenis-Jenis Strategi Pengembangan Usaha.

a. Strategi Integrasi Vertikal

Strategi ini Menghendaki supaya perusahaan melakukan pengawasan yang lebih tertahap pada distributor, pemasok, dan para pesaingnya dengan cara merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri.

b. Strategi fokus atau Industri Tunggal

Strategi fokus memiliki suatu segmen atau kelompok segmen yang kecil dalam suatu industri dan bisa memilih strategi fokus biaya atau diferensiasi. Strategi fokus memilih suatu segmen atau kelompok segmen yang kecil dalam industri bersangkutan dan menyesuaikan strateginya untuk melayani mereka dengan mengesampingkan yang lain. Dengan mengoptimalkan strateginya dimaksudkan perusahaan akan berusaha untuk mencapai keunggulan bersaingnya.

²⁶<http://dokumen.tips/dokuments/teknik-pengembangan-usaha.html> diakses pada 13 Feb. 21, pukul 14.19.

c. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

d. Strategi Bertahan

Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.²⁷

D. Keberlangsungan Usaha (*Business Sustainability*)

Keberlangsungan usaha adalah kondisi dimana perusahaan atau pelaku usaha masih mampu mempertahankan operasional usahanya termasuk mampu meningkatkan pencapaian laba usaha secara terus menerus. Keberlangsungan usaha ini dapat dilihat dari keberhasilan perusahaan dalam melakukan inovasi, pengelolaan karyawan dan pelanggan serta pengembalian modal awalnya, hal ini memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki orientasi untuk berkembang dan melihat peluang untuk inovasi secara berkesinambungan.²⁸

²⁷ Husein Umar, *Strategic Management in Action* (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2001), 35.

²⁸ Rochmi Widayanti, Ratna Damayanti, Fithria Marwanti, "Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (*Business Sustainability*) Pada UMKM Desa Jatisari", *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol. 18 No.2, 2017, 153-163.

E. Digital Printing.

1. Pengertian Digital Printing.

Digital printing mempunyai arti metode pencetakan berbasis digital (*digital-based*) yang langsung ke bermacam-macam media, yang biasanya berhubungan dengan pencetakan profesional dimana pekerjaan dengan jumlah yang sedikit dari hasil *layout* dengan perangkat lunak *desktop publishing* dan digital lainnya dicetak dalam ukuran lebar menggunakan laser atau injek berkualitas tinggi.²⁹

Digital printing adalah semua teknologi reproduksi yang menerima data elektronik dan menggunakan titik (*dot*) untuk replikasi. Semua mesin cetak yang memanfaatkan komputer sebagai sumber data dan proses cetak memanfaatkan prinsip *dot*, dimana gambar (*image*) pada material (kertas, plastik, tekstil, dll) tersusun dari kumpulan *dot*.³⁰

Berdasarkan mesin cetak aplikasi yang ada, maka secara umum digital printing dapat digolongkan menjadi beberapa macam yakni : printer, copier, dan pres. Sedangkan dengan seiring berjalannya waktu dalam perkembangan mesin cetak aplikasi digital, mesin-mesin tersebut berkembang menjadi mesin campuran seperti printer press, press printer, dan scanner printer.³¹

2. Target pasar /sasaran pada usaha digital printing.

Sasaran atau pasar target yaitu suatu kelompok konsumen yang homogen, yang merupakan sasaran perusahaan. Atau pasar target adalah

²⁹ Ariesto Hadi Sutopo, *Menulis dan Mengelola Jurnal Bereputasi* (Yogyakarta : Morfalingua, 2016), 94-95.

³⁰ Sandi Rahmanto, *Bisnis Adversing, Desain Grafis, dan Digital Printing* (Media Pressindo, 2015), 74.

³¹ *Ibid.*, 74.

sekelompok konsumen atau pelanggan yang secara khusus menjadi sasaran usaha pemasaran bagi sebuah perusahaan.³²

Kemudian sasaran konsumen pada usaha digital printing dapat terdiri dari instansi, perusahaan, kalangan profesional, konsumen rumahan atau sekolah, individu, kebutuhan souvenir, klub, organisasi, dan sebagainya³³ hal ini dikarenakan saat ini dapat dikatakan bahwa semua lapisan masyarakat sudah menggunakan produk digital printing dalam kesehariannya. Lalu untuk segmentasi usahanya meliputi Percetakan, Studio foto digital, Biro jasa printing dan proofing.

³²Budi Hartono, *Ekonomi Bisnis Peternakan* (Malang : UB Press,2012), 147.

³³Sandi Rahmanto, *Bisnis Adversing, Desain Grafis, dan Digital Printing*(Media Pressindo, 2015), 80.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan atau yang biasa disebut dengan *field research* yaitu memaparkan dan menggambarkan keadaan mengenai situasi yang terjadi dan terjun langsung kelapangan untuk mengumpulkan data-data. Maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian secara kualitatif. Dimana metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan metode observasi, wawancara, analisis, dan metode pengumpulan data lainnya untuk menyajikan respons-respons dan perilaku subjek.¹

Lokasi dari penelitian ini berada di Jl. Ahmad Yani No. 16 Iringmulyo Metro Timur, Kota Metro, Lampung. Kemudian yang mejadi objek penelitian adalah Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Usaha Digital Printing (Studi Kasus Primamedia Metro).

2. Sifat Penelitian.

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yakni menggambarkan kondisi apa adanya tanpa memberi manipulasi pada variabel

¹ Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*(Yogyakarta: Calpulis,2015), 9-10.

yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti akan mendeskripsikan strategi pengelolaan dan pengembangan usaha pada Percetakan Primamedia Metro.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, data primer dapat berupa opini subjek, hasil observasi terhadap suatu perilaku atau kejadian dan hasil pengujian.² Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari manajer, karyawan dan beberapa konsumen Primamedia Metro.

2. Sumber Data Skunder

Data Skunder adalah data atau informasi yang didapat secara tidak langsung dari objek penelitian yang bersifat publik, yang terdiri atas: struktur organisasi data kearsipan, dokumen, laporan, buku dan lain-lain yang berkenaan dengan penelitian ini.³ Dalam hal ini data skunder yang peneliti dapat bersumber dari buku-buku, jurnal, dan artikel.

C. Teknik Pengumpulan Data.

Pengumpulan data adalah salah satu tahapan yang sangat penting dalam suatu penelitian. Dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang benar maka akan menghasilkan data yang akurat. Proses pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan teknik wawancara, dan dokumentasi.

² Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), 79.

³ Ibid., 79.

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode mengumpulkan data dengan cara berhadapan langsung dengan subjek penelitian atau responden. Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengontruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan dua orang atau dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada orang lain yang diwawancarai yakni (*interviewee*).⁴ Kemudian metode wawancara dibagi menjadi beberapa macam diantaranya adalah :

- a. Wawancara tertutup dan terbuka, wawancara tertutup adalah model wawancara dalam kondisi subjek wawancara tidak mengetahui jika sebenarnya sedang diwawancarai. Sedangkan wawancara terbuka adalah dimana kondisi subjek yang diwawancarai menyadari dan tahu tujuan dari wawancara tersebut.⁵
- b. Wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

Wawancara terstruktur adalah wawancara yang pewawancaranya sudah menyusun apa saja yang akan diwawancarakan terlebih dahulu. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang pertanyaannya tidak disusun terlebih dahulu dengan kata lain pertanyaan yang disampaikan sesuai dengan keadaan dan situasi subjek.⁶

⁴Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu,2010), 80-81.

⁵ Ibid., 81.

⁶ Ibid., 81.

c. Wawancara Mendalam

Model wawancara mendalam telah diakui keakuratannya dalam mengungkap fakta, dimana wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan subjek. Dengan cara ini pewawancara akan mendapatkan gambaran lengkap, ekspresi, emosi, perasaan, pendapat, pengalaman dan lain-lain tentang topik yang diteliti. Model wawancara ini dilakukan secara intensif, berulang-ulang dan lebih bersifat kekeluargaan⁷. Dalam hal ini peneliti memilih menggunakan metode wawancara mendalam dimana peneliti berhadapan langsung dengan manajer dari Primamedia Metro dan karyawannya.

2. Dokumentasi.

Teknik dokumentasi adalah penelusuran dan perolehan data yang diperlukan melalui data yang telah tersedia. Biasanya berupa data statistik, agenda kegiatan, produk keputusan, sejarah dan lainnya yang berkaitan dengan penelitian.⁸ Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data data dan arsip tentang produk produk yang ada pada percetakan Primamedia Metro.

D. Teknik Analisis Data.

Analisis data adalah aktivitas pengorganisasian data, setelah mengumpulkan banyak data-data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi

⁷Ibid., 82.

⁸Mahi M. Hikmat, *Metode Penelitian Dalam Persepektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), 83.

maka kemudian data-data yang tidak beraturan tersebut dikelola menjadi data yang terstruktur. proses dari pengumpulan data yang kemudian di olah inilah yang disebut dengan proses penelitian induktif. Menganalisis data dengan cara induktif adalah penelitian kualitatif yang dimulai dari fakta empiris bukan dari deduksi teori dimana peneliti terjun langsung kelapangan untuk mempelajari,menganalisis,menafsirkan dan menarik kesimpulan dari fenomena yang ada dilapangan.⁹

E. Teknik Keabsahan Data.

Data penelitian kualitatif yang berupa kata-kata maupun kalimat yang telah di kumpulkan perlulah dianalisa kebenarannya untuk menyingkronkan dengan kondisi objek penelitian.Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi metode sebagai teknik keabsahan data.

1. Triangulasi metode.

Triangulasi metode yaitu teknik untuk menganalisa data dan informasi dengan menggunakan minimal dua metode.¹⁰ Semisal informasi yang didapat dari wawancara maka perlu diuji kebenarannya dengan hasil observasi.

⁹ Sandu Siyoto, M.Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian(literasiMedia Publisng:Yogyakart, 2015)*, 121.

¹⁰Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*(Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), 102.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Primamedia Metro

Primamedia Metro merupakan Perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan pengadaan barang cetak lain dengan fokus pengerjaan di bidang cetak banner. Produk yang dihasilkan diantaranya seperti: Stricker Label, One Way, Foto Besar, X-Banner, Roll Banner, Kanvas, Panel, Spanduk, Backdrop, Leaflet, Brosur, Tripot Banner dan lain sebagainya.

Primamedia Metro didirikan sejak tahun 2012 tepatnya pada tanggal 4 April, tokonya beralamatkan di Jl. Ahmad Yani No. 28 yakni di depan Giant Ekspres yang sekarang berubah menjadi Super Indo, yang saat itu Primamedia Metro masih menyewa tempat atau ruko sebagai tempat usahanya. Namun dengan seiring berjalannya waktu tepatnya pada penghujung akhir tahun 2012 pada bulan Desember Primamedia Metro memutuskan untuk membeli sebidang tanah yang bertempat di Jl. Ahmad Yani No. 16 Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro Lampung. tepatnya di pertigaan RSIA AMC atau samping Qolsa Baby Yang sampai saat ini dijadikan tempat usahanya.

Pada dasarnya Primamedia Metro ini adalah anak cabang dari perusahaan Primamedia Adi Sejahtera yang berada di Bandar Lampung, dimana perusahaan ini menggunakan sistem Kemitraan. Untuk Primamedia

Metro sendiri di pimpin oleh Bapak Miftahudin Ramli, S.Si dan wakilnya yakni Bapak Agus Sahlan Mahhub.

Gambar 1.1

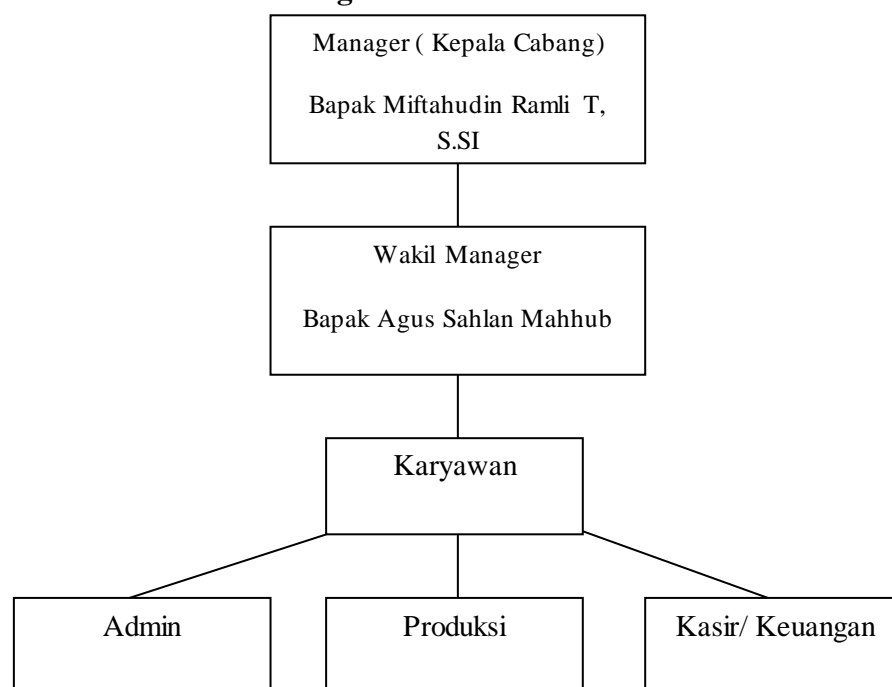
Logo Primamedia Metro



2. Struktur Organisasi Primamedia Metro

Gambar 1.2

Struktur organisasi Primamedia Metro



Pada struktur organisasi diatas dijelaskan bahwa Primamedia Metro dipimpin oleh Manager sekaligus Kepala Cabang dan di bantu oleh wakilnya

dalam melakukan tugas dan tanggung jawab lainnya sekaligus di bantu oleh karyawan lainnya. Tugas-tugasnya meliputi :

a) Manager

Bertugas memimpin kegiatan perusahaan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengawasan sampai dengan mengevaluasi dan menyempurnakan kebijaksanaan.

b) Wakil Manager

Bertugas membantu mewujudkan tugas manager dalam melaksanakan tugas-tugas dari seorang manager. Sekaligus menggantikan posisi manager ketika manager sedang berhalangan.

c) Karyawan.

Karyawan bertugas melayani *customer* (pembeli) secara maksimal dengan memberikan pelayanan yang terbaik, menjual dan mempromosikan setiap produk yang dihasilkan perusahaan. Disini karyawan di bagi menurut dengan tugas dan keahliannya masing-masing.

B. Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Primamedia Metro.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat diketahui dari hasil wawancara dengan manajer Primamedia Metro bahwasanya Primamedia Metro memiliki dua tingkatan strategi yaitu strategi tingkat *corporate* dan strategi tingkat unit bisnis.

1. Strategi tingkat *corporate*.

Dalam strategi tingkat korporasi ini mengenai seluruh ruang lingkup strategis perusahaan terutama dalam menentukan tujuan dan sasaran suatu perusahaan. Kemudian pada strategi korporasi ini perusahaan digolongkan menjadi beberapa hal yakni bisnis tunggal, diversifikasi, dan bisnis tidak berhubungan. Dari hasil wawancara yang disampaikan oleh manager yakni bapak Ramli, beliau menyampaikan bahwasanya ada beberapa strategi tingkat *corporate* yang di terapkan pada primamedia metro diantaranya seperti industri tunggal, penentuan lokasi, pemasaran dan segmentasi pasar.

a). Industri tunggal

Primamedia Metro menerapkan strategi industri tunggal pada bisnisnya, yakni fokus pengerjaan dibidang percetakan. produk unggulannya seperti banner, X-banner, dan Sticker. Seperti yang disampaikan oleh bapak Ramli :

“jadi dek, memang kita itu sangat mengedepankan inovasi untuk mengembangkan usaha kita, tapi kembali lagi perlu diingat kita punya fokus pengerjaan produk yaitu produk percetakan. Kalo dulu awal buka primamedia Metro Cuma bisa melayani cetak banner saja sekarang sudah merambah ke yang lain seperti sablon kaos, pembuatan sticker, itukan produk produk industri percetakan. bukan ujuk-ujuk (tiba-tiba) kita jualan makanan itu bukan”¹.

Dari wawancara di atas dapat diketahui bahwasanya pengimplementasian strategi industri tunggal yang dilakukan oleh Primamedia Metro adalah dengan berfokus menjual produk yang dihasilkan oleh mesin digital printing saja seperti halnya banner, sticker,

¹ Hasil wawancara dengan Bapak Ramli (Manager Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 September 2021.

sablon kaos dan turunan lainnya. Dengan kata lain Primamedia Metro tidak akan menjual produk makanan ataupun jasa lainnya selain produk-produk yang dapat dikerjakan oleh mesin percetakan. menurut peneliti hal ini sejalan dengan teori yang ada yakni memang perusahaan yang menganut strategi industri tunggal hanya akan menjual produk dalam satu lini saja atau satu jenisnya.

b) Penentuan Lokasi Strategis.

Penentuan lokasi usaha dinilai sangat penting dalam setiap bisnis agar konsumen mudah menjangkau dan menemukan lokasi bisnisnya, disamping itu juga dapat menarik perhatian masyarakat umum yang belum mengenal Primamedia Metro. Seperti yang disampaikan oleh bapak Ramli :

“untuk lokasi usaha itukan memang penting ya dek, jadi dari awal mau mendirikan Primamedia di kota Metro ini kita sangat mengutamakan mencari tempat yang strategis contohnya yang dekat dengan pusat keramaian, dekat jalan raya. Dulu awal buka kan kita di depan giant expres itu rame, dekat jalan gede. Kemudian sekarang geser beli tanah sendiri juga di tempat yang rame, dekat dengan pusat kota, dekat dengan perkantoran, dekat dengan rumah sakit kan gampang pelanggan kita kalau mau cari lokasinya”²

Dari hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya memang sangat penting memilih tempat usaha yang strategis, penentuan lokasi strategis diimplementasikan dengan Primamedia Metro dengan membuka outlet atau toko hanya pada titik lokasi yang mudah di jangkau yakni biasanya yang berada dekat dengan jalan raya, ataupun pusat keramaian. hal ini berkaitan dengan bagaimana nantinya masyarakat luas akan

² Hasil wawancara dengan bapak Ramli (Manager Primamedia Metro) pada: Selasa, 7 September 2021.

mengetahui letak tempat usaha tersebut. Selain itu juga tempat yang strategis akan mempermudah konsumen untuk menjangkaunya, lokasi usaha yang strategis memang biasanya berada didekat pusat keramaian, dekat dengan jalan raya dan berada di tengah kota. Menurut peneliti, tempat usaha Primamedia Metro memang sudah cukup strategis. Dimana tempatnya adalah di dekat taman kota, dekat perkantoran yang pastinya sangat mudah untuk dijangkau.

c) Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi beberapa kelompok dengan berdasarkan karakteristik dan kebutuhan masing-masing. Untuk segmentasi pasar pada Primamedia Metro ini sendiri sebenarnya tidak terlalu diberlakukan karena memang Sasaran produk Primamedia Metro adalah semua lapisan Masyarakat, Primamedia Metro ingin memfasilitasi semua kalangan yakni dari perorangan maupun perusahaan, konsumen rumahan atau sekolahan, individu ataupun organisasi. Seperti yang disampaikan oleh bapak ramli :

“ pelanggan kita itu bermacam-macam dek, dan gak jarang juga dari jauh, banyak dari pedagang, ya pelaku usaha lainnyalah. Dan juga dari kantor-kantor pun juga ada, yang terbaru itu kan kita punya produk sablon baju atau kaos nah itu biasanya yang pesen ya komunitas-komunitas atau mahasiswa dan siswa sekolahan yang bikin seragam gitu”³

Produk-produk percetakan adalah produk yang dibutuhkan oleh berbagai kalangan, tidak ada pengkhususan tersendiri ataupun penggolongan tertentu jadi memang segmentasi pasarnya sangat luas.

³ Hasil wawancara dengan bapak Ramli (Manager Primamedia Metro) pada: Selasa, 7 September 2021

Berdasarkan informasi yang didapat pada saat wawancara bahwasanya pelanggan Primamedia Metro bermacam-macam ada yang dari kalangan pedagang, perkantoran, perorangan ataupun industri rumahan lainnya. Bahkan tidak jarang pelanggannya dari luar kota, hal ini peneliti benarkan karena memang untuk daerah daerah tertentu yakni daerah yang cukup plosok itu belum adanya tempat percetakan.

d). Pemasaran

Pemasaran adalah aktivitas atau kegiatan menyeluruh dan terencana yang dilakukan perusahaan dalam upaya memenuhi permintaan pasar, tujuannya yakni untuk memaksimalkan keuntungan. dari informasi yang didapat melalui wawancara dengan karyawan Primamedia Metro, diketahui bahwasanya upaya pemasaran yang dilakukan oleh Primamedia Metro adalah dengan promosi melalui akun media sosial dan media massa, yakni dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Primamedia Metro menggunakan akun sosial media seperti Facebook, Instagram, dan Tiktok, biasanya pihak Primamedia Metro memfoto atau membuat video yang menarik dimana didalamnya memuat berbagai informasi tentang produk-produk yang dijual oleh Primamedia Metro yang kemudian di upload pada *feed* ataupun *instastory* pada akun sosial medianya. dimana fitur ini dapat menjangkau segala lapisan masyarakat yang membutuhkan jasa percetakan. selain menggunakan media sosial Primamedia Metro juga menggunakan media massa lainnya untuk promosi seperti memasang

balihonya yang cukup besar di depan tempat usahanya. berikut penyampaian dari saudara Ana arifatul kholidah selaku karyawan Primamedia Metro :

“biasanya kita promosi itu lewat sosial media mba, kita punya WA,facebook, punya instagram dan yang sekarang lagi viral itu kan tiktok kita juga punya akun tiktok yang biasanya kita bikin snap atau postingan tentang produk-produk kita. Selain itu kita juga pasang balihonya tu mba di depan gede banget”⁴

Menurut peneliti Primamedia Metro sudah menggunakan perkembangan teknologi dalam kegiatan promosinya seperti contoh WatsAap, facebook, instagram dan tiktok. Selain itu juga upaya promosi melalui media massa lainnya juga akan semakin memperluas penyebaran informasi mengenai produk-produk yang dimiliki oleh Primamedia Metro. Namun, promosi atau pemasaran dengan melalui media sosial ini tidak dilakukan dari awal didirikannya Primamedia Metro, mengingat pada awal berdirinya Primamedia Metro saat itu penggunaan sosial media belum terlalu marak seperti saat ini. Primamedia Metro Mulai Aktif Promosi ataupun melakukan pemasaran semenjak tahun 2017/2018, dengan memanfaatkan sosial media yang ada pastinya akan memperluas segmentasi pasar hal ini juga akan berdampak pada pendapatan pada Primamedia Metro. Ketika peneliti bertanya “adakah perbedaan pendapatan antara sebelum aktif menggunakan sosial media dan setelah aktif menggunakan sosial media” beliau menyampaikan :

“awal buka itu kita masih manual dek, belum menggunakan sosial media karena dulu kan medsos juga belum banyak yang pake kan. Untuk perbedaan pendapatan gak terlalu signifikan sih, hanya saja kita sekarang lebih memfasilitasi konsumen untuk lebih mudah dalam bertransaksi dalam artian pembayaran bisa transfer dan barang bisa

⁴ Hasil wawancara dengan Ana (Admin Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 September 2021.

dikirim, lebih kepenyesuaian aja. Kalo untuk nominalnya dulu sebelum pake sosmed itu diangka 30-50an juta perbulan, kemudian untuk sekarang ya bisa 5 juta peharinya kurang lebih”⁵

Dari penyampaian tersebut peneliti berpendapat bahwasanya penggunaan sosial media akan sangat mempengaruhi pendapatan pada suatu usaha seperti halnya Primamedia Metro yang dulunya berpendapatan 30-50 juta perbulan sebelum menggunakan sosial media, dan sekarang mampu menghasilkan 5 juta perhari artinya perbulannya bisa sampai 100 juta setelah menggunakan sosial media dalam pemasaran maupun promosinya.

2. Strategi tingkat unit bisnis.

Dua strategi tingkat unit bisnis yang diterapkan oleh Primamedia Metro diantaranya yakni Penjaminan Kualitas Produk dan Pemberian Pelayanan terbaik untuk konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Ramli selaku manajer Primamedia Metro bahwasanya strategi tingkat unit bisnis yang dimiliki oleh Primamedia Metro adalah menjaga kualitas produk dan memberikan layanan terbaik untuk para konsumen.

Bagi Primamedia Metro Konsumen adalah yang terpenting maka dari itu Primamedia Metro selalu berupaya mempertahankan kualitas produknya dan memberikan pelayanan yang terbaik serta memperhatikan kebutuhan dari setiap konsumennya, dengan harapan konsumen selalu merasa puas dengan pelayanan yang ada di Primamedia Metro dan akan kembali lagi memesan produk di Primamedia Metro. Upaya yang digunakan oleh Primamedia Metro untuk menjaga kualitas produknya adalah dengan tetap menggunakan bahan

⁵ Hasil wawancara dengan bapak Ramli (manajer) pada :Kamis, 14 Oktober 2021.

baku yang berkualitas dan menggunakan tinta ori, meskipun harga yang ditawarkan lumayan tinggi dari harga pasaran namun, Primamedia Metro dapat menjamin kualitas produknya. kemudian memberikan layanan terbaiknya adalah dengan adanya pemesanan produk melalui online, dengan hal ini akan semakin memberi kemudahan kepada konsumen dalam memesan produk, pengerjaan nya pun cepat alias bisa di tunggu, bebas desain dan tanpa adanya minimal order. Seperti yang diutarakan oleh bapak Ramli:

“yang membuat Primamedia Metro ini beda dari yang lain itukan tentang pengerjaannya dek, kebanyakan di tempat lain itu gak bisa dadakan kalau pesen banner contohnya, mereka harus PO (*pre-orde*) beberapa hari dulu, sedangkan di kita bisa ditunggu pengerjaan paling lama kalau lagi rame itu paling ya sejaman. Kita juga menerima pemesanan online, ketika barang sudah jadi tinggal diambil atau dikirim, kualitas kita utamakan dek, kita tidak jual barang murah tapi memang kita jual kualitas. Diluar sana banyak perang harga, pada promosi murah tapi kita tidak tergiur karna kita tau yang mereka jual murah itu menggunakan bahan baku yang kurang bagus sehingga berpengaruh terhadap keawetan barang yang kita jual. Desain kita juga bebas, konsumen ada yang minta terima beres, jadi kita yang desainkan ada juga yang sudah punya desain kita tinggal proses”.⁶

Hal serupa juga disampaikan oleh seorang pelanggan Primamedia Metro yakni ibu Maryani. Ketika saya bertanya: mengapa ibu memilih Primamedia Metro, kan banyak percetakan yang lain bu? beliau menjawab:

“soalnya udah langganan mba, disini enak saya pesen lewat wa nanti langsung di buatin. Jadi saya kesini tinggal ambil barang aja, disini kualitasnya juga bagus, banner saya awet meskipun keujanan kepanasan”.⁷

Dari hasil wawancara keduanya dapat diketahui bahwasanya memang Primamedia Metro telah memberikan pelayanan terbaiknya dengan adanya

⁶ Hasil wawancara dengan bpk Ramli(manager Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 Sep 21

⁷ Hasil wawancara dengan seorang pelanggan Primamedia Metro (ibu Maryani) pada : Rabu, 8 Sept 21.

fitur pemesanan secara online serta cepatnya proses pembuatan produk. Selain itu juga mengenai kualitas produk yang dipertahankan oleh Primamedia Metro pun memang benar adanya. Hal ini di buktikan dari pernyataan salah satu pelanggan primamedia Metro yakni ibu Maryani yang mengatakan bahwa memang pemesanan produk di Primamedia Metro itu sangat mudah karena dapat melalui via online dan produknya yang awet.

3. Strategi Pengelolaan.

Proses perkembangan dari suatu perusahaan hendaknya dapat mengikuti perubahan alur yang ada. Pengetahuan dalam sebuah perusahaan diperlukan dalam pelaksanaan strategi dan manajemen, untuk mencapai tujuan dari suatu perusahaan manajer menggunakan sumber daya dan melaksanakan empat fungsi manajerial utama yakni POAC. Fungsi POAC itu sendiri dalam suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi suatu perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Strategi Pengelolaan atau strategi manajerial yang digunakan oleh Primamedia Metro dalam mengelola usahanya adalah dengan menerapkan empat fungsi manajemen yakni *planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling* atau yang biasa disebut dengan POAC.

a. Perencanaan (*planning*)

Dari berdasarkan informasi yang didapat melalui wawancara dengan manajemer Primamedia Metro diketahui pada awal pendirian Primamedia Metro memiliki *planning* atau perencanaan untuk menjadi perusahaan yang mencari keuntungan sebesar-besarnya kemudian di tutup. Namun

dengan berjalannya waktu rencana tersebut diubah karena di rasa banyak hal yang bisa di dapatkan selain dari sekedar laba atau keuntunga, yakni menjadi tempat penghidupan khususnya untuk para karyawan yang bekerja di Primamedia Metro. Yang kemudian saat ini *planning* dari Pimamedia Metro adalah ingin menjadi percetakan terbesar dan menjadi percetakan yang menyediakan segala hal kebutuhan yang di hasilkan dari mesin digital printing. Hal tersebut disampaikan oleh bapak Ramli ketika peneliti bertanya : jadi pak, rencana pada awal pendirian Primamedia Metro ini dulu bagaimana ya? Beliau menyampaikan :

“ awalnya dulu itu kita niatnya mau buka usaha dimana kita mencari keuntungan yang sebesar-besarnya kemudian kita tutup dek, tapi makin kesini kita lihat ternyata banyak yang menggantungkan hidupnya di usaha kita alias Primamedia Metro. Kita punya karyawan yang lumayan kalau kita tutup setelah kita dapat untung itu kan kasian, jadi rencana awal atau *planning* yang sebelumnya itu kita ganti sesuai visi misi kita yaitu ingin menjadi perusahaan percetakan terbesar di Lampung bahkan indonesia. Rencananya juga kita pengen percetakan kita ini seperti alfamart atau indomart yang ada di setiap kecamatan-kecamatan, intinya tersebar luaslah, Didalam proses perencanaan juga itukan meliputi tentang bisnis apa yang akan kita geluti, kemudian mau gimana usaha kita nanti, terus bagaimana proses yang akan kita lalui ”⁸.

b. Pengorganisasian (*organizing*)

berdasarkan informasi yang didapat melalui wawancara dapat diketahui bahwa fungsi pengorganisasian pada Primamedia Metro ini sangat penting yang diterapkan untuk menentukan karyawan maupun anggota perusahaan yang lain untuk ditempatkan sesuai dengan bidangnya

⁸ Hasil wawancara dengan bapak Ramli (manager Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 Sept 2021.

masing-masing. *Organizing* juga berguna untuk penugasan setiap aktifitas dan membagi pekerjaan yang lebih spesifik. Pak Ramli menyampaikan:

“untuk fungsi pengorganisasian itu kita gunakan untuk menyesuaikan di keahlian masing-masing karyawan pastinya dek, yang pintar desain kita tempatkan untuk mendesain, yang pintar itung-itungan itu kita taro di keuangan ataupun admin, yang paham mesin ya di operator mesin. tapi memang diutamakan disini adalah karyawan yang saling bisa membackup. Jadi semisal ada satu karyawan yang berhalangan hadir kan bisa di gantikan dengan karyawan yang lain.”⁹

c. Penggerakan (*actuating*)

fungsi dari penggerakan ini sangat penting karena jika sudah ada rencana dan pengorganisasian maka akan sangat sia-sia jika tidak dilaksanakan atau tidak adanya gerakan . Primamedia Metro menjalankan bisnisnya dengan cukup baik, hal tersebut dapat memperlihatkan bahwa memang adanya gerakan yang sesuai dengan rencana awal perusahaan dan seluruh sumberdaya manusia yang ada didalamnya.

d. Pengendalian (*controlling*)

Fungsi Pengendalian adalah untuk memastikan bahwa kinerja ataupun usaha yang dilakukan sudah sesuai dengan rencana atau belum, hal ini membandingkan apakah selama ini SOP (standar operasional) yang ada pada Primamedia Metro telah dijalankan dengan benar atau tidak. Kemudian fungsi *controlling* pada Primamedia Metro ini di implementasikan untuk mengontrol proses operasional sehari-hari pada Primamedia Metro dan untuk membagi tugas para karyawannya sesuai keahlian maing-masing. Dan jika terjadi perbedaan ataupun masalah,

⁹Hasil wawancara dengan bapak Ramli (manager Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 Sept 2021.

manajer dapat mengambil tindakan yang sifatnya mengoreksi. Proses *controlling* atau pengendalian pada Primamedia Metro dilakukan oleh kepala cabang atau manajer beserta wakilnya. Seperti yang disampaikan oleh bapak Ramli :

“untuk pengawasan disini itu saya sendiri yang melakukan selaku manajernya dek, jadi kalau saya tidak ada kerjaan lain atau urusan gitu ya saya *stay* di kantor sini, kadang saya juga ikut melayani konsumen juga. Saya pantau terus pokoknya, walaupun saya berhalangan untuk datang ke kantor pun pasti saya pantau lewat hp, saya komunikasi dengan karyawan yang ada disini atau wakil saya pak agus itu yang disini untuk memantau mereka. Kadang kita juga ada evaluasi untuk membahas hal-hal yang dirasa penting dan rencana-rencana selanjutnya.”¹⁰

Dari beberapa hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwasanya Empat fungsi manajemen yakni POAC telah di terapkan oleh Primamedia dalam mengelola usahanya.

4. Strategi Pengembangan.

Seperti yang telah disampaikan oleh pak Ramli, dapat diketahui bahwasanya dalam pengembangan usahanya Primamedia Metro menggunakan teknik perluasan skala usaha dan menggunakan jenis strategi diversifikasi. Teknik perluasan skala usaha dapat dilakukan dengan menambah skala produksi, menambah tenaga kerja, teknologi, dan menambah lokasi usaha. Implementasi perluasan skala usaha yang dilakukan oleh Prmamedia Metro adalah menambah tenaga kerja, pada awal dibuka Primamedia Metro hanya memiliki satu orang karyawan, namun dengan berjalannya waktu dan berkembangnya usaha saat ini primamedia Metro memiliki kurang lebih 10

¹⁰ Hasil wawancara dengan bapak Ramli (manager Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 Sept 2021.

karyawan. Kemudian perluasan skala usaha selanjutnya adalah menambah kapasitas mesin dan mengupgrade mesin, dulunya primamedia Metro hanya memiliki mesin A3+ yang menghasilkan produk seperti *cover* buku, leaflet satuan, *flayer*, poster, foto dan stiker. Seiring bejalannya waktu, pasar yang sesuai sudah terbentuk sehingga pada awal tahun 2012 primamedia Metro menambah mesin untuk cetak banner dan varian lainya. Kemudian perluasan skala usaha selanjutnya adalah dengan menambah skala produksi, dengan meningkatnya permintaan dari para konsumen maka primamedia metro menambah skala produksinya dan menambah stok bahan baku yang ada dengan setiap hari senin selalu mengontrol stok bahan baku di gudang. Dan yang terakhir perluasan skla usaha yaang digunakan oleh Primamedia Metro adalah dengan menambah lokasi usaha baru, hal ini sama seperti strategi Diversifikasi dimana strategi pengembangan diversifikasi adalah strategi untuk memperluas usahanya dengan membuka unit baru ataupun untuk menambah produk-produk baru pada usahanya.

belum lama ini Primamedia Metro telah menambah cabang baru yakni tepatnya yang berada di Sekampung, Batanghari, Lampung Timur kemudian untuk *Corporate* pusat telah membuka cabang baru yang berada di Kota Gajah.

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh bapak Ramli :

“kita kemarin baru buka cabang dek, kalo kamu liat kemren di status wa bapak kan ada, cabang barunya di batanghari sekampung itu sekarang ada primamedia juga, kalau itu memang asli cabang dari primamedia Metro. Ada lagi masih baru di Kota Gajah kemarin baru buka juga, dekat pasar itu sekarang ada Primamedia Kota Gajah, kalo itu cabang langsung dari pusat yang ada di Bandar Lampung. Hal ini kita lakukan karena ingin

mewujudkan visi misi kita dek yang ingin ada Primamedia di setiap kecamatan. Disamping itu juga kita selalu berinovasi mengenai produk produk yang kami hasilkan, dulu produk kita paling cuma banner, sticker, pamflet tapi sekarang kita punya produk sablon kaos, cetak foto yang gede juga bisa. Banyak lah produk yang bisa kita kerjakan sekarang.”¹¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas peneliti berpendapat bahwa strategi yang diterapkan oleh Primamedia Metro sudah cukup baik, dengan menggunakan strategi perluasan skala usaha maka akan mewujudkan visi misi Primamedia Metro yang ingin menjadi percetakan terbesar dan terbanyak yakni ingin menjadi percetakan yang ada pada setiap kecamatan.

C. Analisis Strategi Pengelolaan dan Pengembangan terhadap Keberlangsunga Usaha.

Mengelola dan mengembangkan suatau usaha atau bisnis tentunya memerlukan pemahaman tentang teknik dan pengetahuan yang mumpuni, supaya usaha dan bisnis yang dijalankan dapat terus berlangsung. Maka diperlukan suatu strategi dalam hal ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai sumber yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwasanya Primamedia Metro menerapkan beberapa strategi dalam berbisnis untuk menjamin keberlangsungan usahanya.

Dalam mengelola usahanya dibidang digital printing, Primamedia Metro memiliki tingkatan strategi dimana strategi dibagi menjadi dua tingkatan yakni strategi tingkat korporasi dan strategi tingkat unit bisnis.

¹¹ Hasil wawancara dengan bapak Ramli (manager Primamedia Metro) pada : Selasa, 7 Sept 2021.

Pada strategi tingkat korporasi ini ada beberapa strategi yang di terapkan oleh Primamedia Metro yakni strategi industri tunggal, penentuan lokasi strategis, segmentasi pasar dan pemasaran. Terkait industri tunggal, primamedia Metro ini dalam bisnisnya hanya menjual produk-produk yang dihasilkan dari mesin digital printing, yang artinya Primamedia Metro hanya fokus pada satu lini bisnis saja. kemudian dalam menentukan lokasi untuk berbisnis, Primamedia Metro hanya membuka toko pada titik tertentu yakni pada lokasi yang strategis seperti dekat dengan keramaian dan dekat dengan jalan raya, hal ini dilakukan untuk memudahkan para konsumen untuk menemukan lokasi bisnis milik Primamedia Metro. Mengenai segmentasi pasarnya pun Primamedia Metro tidak ada pengkhususan tersendiri, dalam artian semua kalangan boleh memesan dan membeli produk-produk yang dimiliki oleh Primamedia Metro. Lalu upaya pemasaran yang dilakukan oleh Primamedia Metro adalah promosi dengan membuat konten-konten vidio atau foto yang menarik yang kemudian disebar luaskan diberbagai media sosial yang dimiliki, selain itu Primamedia Metro juga melakukan pemasaran dengan memasang baleho didepan tokonya. Sayangnya Primamedia Metro belum menggunakan fitur Ads pada setiap sosial medianya, seperti yang kita ketahui bahwasanya fitur ads adalah layanan berupa iklan berbayar yang ditujukan secara khusus untuk para pelaku usaha, komunitas, merek dan sebagainya yang ingin mempromosikan produk/jasanya di media sosial seperti facebook, instagram dan yang lainnya. Kalau saja Primamedia Metro juga menggunakan fitur ads pada setiap sosial media yang dimiliki pasti

akan semakin memperluas pangsa pasar dan akan membuat Primamedia Metro semakin diketahui oleh masyarakat luas.

Kemudian Pada strategi tingkat unit bisnisnya, Primamedia Metro memiliki dua strategi yakni dengan memberikan pelayanan terbaik dan menjaga kualitas. Dengan memberikan pelayanan prima pada setiap konsumennya Primamedia Metro berharap konsumennya akan merasa puas, senang dan akan kembali lagi untuk memesan produk pada Primamedia Metro. Upaya pelayanan prima yang dilakukan oleh Primamedia Metro adalah dengan memberikan pelayanan secara online maupun offline dengan hal ini akan semakin mempermudah konsumen dalam pemesanan produk, free desain, kemudian pengerjaan pada Primamedia Metro juga sangat cepat tidak perlu menunggu berhari-hari hanya dengan hitungan menit atau jam saja produk yang diminta sudah rampung, ini yang menjadikan Primamedia Metro berbeda dengan Pечetakan pada umumnya. Selain memberikan pelayanan terbaik primamedia Metro juga sangat menjaga kualitas produknya dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas dan menggunakan tinta ori untuk menjamin keawetan produknya.

Sedangkan dalam pengelolaan usahanya Primamedia Metro menerapkan empat fungsi manajemen yakni *Planning* (perencanaan), *Organizing* (pengelompokan), *Actuating* (penggerakan), dan *Controlling* (pengontrolan). Mengelola usaha atau bisnis harus dilakukan dengan menjalankan siklus manajemen yang terstruktur mulai dari merancang tujuan organisasi, pengelolaan sumber daya dengan tenaga kerja yang ada, menjalankan program

kerja yang telah disusun hingga memantau kinerja bisnis tersebut. Selain pengelolaan usaha, Primamedia Metro juga berupaya untuk mengembangkan usahanya, dalam hal ini primamedia Metro menerapkan teknik perluasan skala usaha dan menggunakan strategi diversifikasi pada usahanya. Dalam hal perluasan skala usaha disini Primamedia Metro berupaya untuk menambah mesin-mesin cetak untuk menunjang pengadaan produk-produk yang lebih inovatif, selain itu juga Primamedia Metro berupaya untuk membuka cabang-cabang baru diberbagai tempat. Upaya strategi yang dilakukan oleh Primamedia Metro ini tak lain dan tak bukan adalah untuk mewujudkan kesuksesan berbisnisnya dan menjamin keberlangsungan usahanya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil uraian yang telah peneliti deskripsikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwasanya ada beberapa strategi yang di terapkan oleh Primamedia Metro dalam menjalankan usaha untuk menjamin keberlangsungannya yakni Primamedia Metro mempunyai dua tingkatan Strategi yaitu strategi tingkat korporasi yang didalamnya memuat tentang industri tunggal, lokasi strategis, segmentasi pasar dan pemasaran. Kemudian untuk strategi tingkat unit bisnis didalamnya memuat tentang bagaimana Primamedia Metro memberikan pelayanan terbaik dan menjaga kualitas produknya. lalu dalam pengelolaan usahanya Primamedia Metro menerapkan empat fungsi manajemen yakni *Planning* atau perencanaan, *Organizing* atau pengelompokan, *Actuating* atau gerakan, dan *Controlling* atau pengawasan. Kemudian untuk pengembangan usahanya Primamedia Metro menerapkan strategi perluasan skala usaha dan strategi diversifikasi.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang peneliti lakukan, peneliti mempunyai saran untuk Primamedia Metro yaitu alangkah lebih baik lagi jika Primamedia Metro mulai menggunakan fitur ads pada setiap akun sosial mediana agar semakin memperluas pangsa pasar dan semakin membuat Primamedia Metro dikenal oleh khalayak yang lebih luas. Kemudian pemasaran melalui media massa dapat

ditingkatkan lagi seperti memasang iklan di koran, menjadi sponsor event dan masih banyak yang dapat dilakukan. Serta semakin memberikan pelayanan prima untuk setiap konsumen dan tetap menjaga kualitas produknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinova, D. E. (2015). *Memahami Metode Penelitian Kualitatif* . Yogyakarta: Calpulis.
- Anoraga, P. (2000). *Manajame Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aoraga, P. (2011). *Pengantar Bisnis : pengelolaan Bisnis Dalam Era-Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daryanto. (1997). *Kamus Indonesia Lengkap*. Surabaya: Apollo.
- Fattah, N. (2015). *Manajemen Stratejik Berbasis Nilai*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- George R Terry, L. W. (1992). *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Haryadi, B. W. (2013). *Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan pada PT Ubital Offset Printing* . AGORA.
- Hikmat, M. M. (2011). *Metode Penelitian Dalam Persepektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jawangga, Y. H. (2019). *Dasar Dasar Manajemen*. Klaten: Cempaka Putih.
- Margomo, K. (2018). *Formulasi Strategi Bersaing Perusahaan Digital Printing*. AGORA.
- Purhantara, W. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik* . Bandung: CV Pustaka Setia.
- Rahmanto, S. (2015). *Bisnis Adversing ,Desain Grafis, dan Digital Printing*. Media Pressindo.
- Rangkuti, F. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setyawan, A. (2020). *Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT*. *Jurnal Ekonomi Syariah*.
- Setyosari, P. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.

Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* . Yogyakarta: Literasi Media Publising.

Sutopo, A. H. (2016). *Menulis dan Mengelola Jurnal Bereputasi* . Yogyakarta: Morfalingua.

Trisnawati, E. (2009). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Kencana.

Yusanto, M. I. (2002). *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 1617/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

15 Juni 2020

Kepada Yth:

1. Liberty, S.E.,M.A
 2. Liana Dewi S. M.E.Sy
- di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Melanda Rosa
NPM : 1702040053
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Bisnis Pada Usaha Akasa Digital & Printing Di 29 Banjarsari Metro Utara

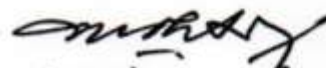
Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
 - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan


MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1549/In.28/D.1/TL.00/06/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Primamedia Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1550/In.28/D.1/TL.01/06/2021, tanggal 03 Juni 2021 atas nama saudara:

Nama : **MELANDA ROSA**
NPM : 1702040053
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Primamedia Metro, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 03 Juni 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 1550/In.28/D.1/TL.01/06/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **MELANDA ROSA**
NPM : 1702040053
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Primamedia Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 03 Juni 2021

Mengeluarkan
Pejabat Setempat



Miglatinda, S.P.

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP 19720611 199803 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1072/In.28/S/U.1/OT.01/11/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Melanda Rosa
NPM : 1702040053
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1702040053

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 01 November 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002

OUTLINE

**STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN
TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA
DIBIDANG DIGITAL & PRINTING**

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

B. PERTANYAAN PENELITIAN

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

D. PENELITIAN RELEVAN

BAB II LANDASAN TEORI

A. STRATEGI

1. Pengertian Strategi
2. Pengertian Strategi Menurut Para Ahli
3. Alternatif Strategi

B. PENGELOLAN USAHA

1. Pengertian Pengelolaan Usaha
2. Fungsi Pengelolaan

C. PENGEMBANGAN USAHA

1. Pengertian Pengembangan
2. Pengertian Pengembangan Usaha
3. Teknik Pengembangan Usaha
4. Jenis-jenis Pengembangan Usaha

D. KEBERLANGSUNGAN USAHA

E. DIGITAL PRINTING

1. Pengertian Digital Printing
2. Target Pasar

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. JENIS DAN SIFAT PENELITIAN

1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian

B. SUMBER DATA

1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder

C. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Wawancara
 - a. Wawancara Tertutup dan Terbuka
 - b. Wawancara Terstruktur dan Tidak Terstruktur
 - c. Wawancara Mendalam
2. Dokumentasi

D. TEKNIK ANALISIS DATA

E. TEKNIK KEABSAHAN DATA

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

B. STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING

C. ANALISIS STRATEGI PENGELOLA DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN DI BIDANG DIGITAL & PRINTING

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN

B. SARAN


DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Metro, 16 Maret 2021

Peneliti



Melanda Rosa

NPM. 1702040053

Mengetahui

Pembimbing I



Liberty, SE., MA.

NIP. 198805292015031005

Pembimbing II



Liana Dewi S., M.E.Sy

NIP.

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
“STRATEGI PENGELOLAAN DAN
PENGEMBANGAN TERHADAP
KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL
& PRINTING”

A. WAWANCARA

NO	RESPONDEN	PERTANYAAN
1	Manager Primamedia Metro	<ul style="list-style-type: none"> a. Sejak Kapan Usaha ini didirikan? b. Bagaimanakah Awal mendirikan Usaha? c. Apa yang membedakan Percetakan Primamedia Metro dengan Percetakan Linnya? d. Keunggulan apa yang dimiliki Percetakan Primamedia Metro? e. Bagaimanakah cara mengelola Usaha ini? f. Bagaimanakah Perkembangan Primamedia Metro dari sejak awal berdiri hingga sekarang? g. Strategi apa yang digunakan untuk mengembangkan usaha ini? h. Berapakah Jumlah Karyawan yang dimiliki? i. Apa strategi yang digunakan Primamedia Metro untuk Keberlangsungan Usahanya?
2	Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> a. Sejak Kapan Bekerja di Primamedia Metro? b. Strategi apa yg di gunakan dalam mengelola dan mengembangkan usaha ini? c. Siapakah target pasar dari usaha ini? d. Selama menjadi karyawan disini, adakah kendala yang ditemui? Jika ada apakah kendalanya?
3	Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> a. Sejak kapan sudah menggunakan jasa dari Percetakan Primamedia Metro? b. Bagaimana Kualitas Produk dan Pelayanannya? c. Mengapa memilih Percetakan Primamedia Metro?

B. DOKUMENTASI

1. Foto Tempat Usaha.
2. Foto Alat dan Mesin yang dimiliki Perusahaan.
3. Foto Produk yang dihasilkan perusahaan.
4. Laporan Pendapatan 3 tahun terakhir.
5. Dokumentasi Proses Wawancara.

Metro, 16 Maret 2021

Peneliti



Melanda Rosa

NPM. 1702040053

Mengetahui

Pembimbing I



Liberty, SE., MA.

NIP. 198805292015031005

Pembimbing II



Liana Dewi S., M.E.Sy

NIP.



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
METRO

Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34112
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : @metrouniv.ac.id Website : www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Melanda Rosa
NPM : 1702040053
Dosen Pembimbing : Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Fakultas/Jurusan : FEBI /ESy
Semester/TA : IX/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa, 28 Sept 21	<ul style="list-style-type: none">- Analisis kamu ini masih salah lebih baik di bagian implementasi nya di taro di bagian analisis.- footnote masih ada yg salah.- langsung buat lampiran, buat tabel nawan cara dan dokumentasinya.	

Dosen Pembimbing II

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy
NIP.

Mahasiswa ybs.

Melanda Rosa
NPM. 1702040053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41807; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Melanda Rosa

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY

NPM : 1702040053

Semester/TA : VIII/2020/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	kamis 18/02 21	Tambahkan pertanyaan pada karyawan tentang Strategi. Siapa tau yg disampirkan karyawan dan manajer berbeda Acc Apd Outline	

Dosen Pembimbing I

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Mahasiswa

Melanda Rosa
NPM. 1702040053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Ringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41667; Faksimili (0725) 47296; wab/ftc: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Melanda Rosa

Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY

NPM : 1702040053

Semester/TA : VIII/2020/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1	Senin/15-3-21	Acc pendalaman Bab 2.0.III. Lanjutkan ke APO dan Outline	

Dosen Pembimbing I

Liana Dewi Susanti, M.E.Sy

Mahasiswa

Melanda Rosa
NPM. 1702040053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : MELANDA ROSA
NPM : 1702040053

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESy
Semester/TA : IX/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin: 8/11-21	Bimbingan BAB 4-5	
		Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan	
		Kesimpulan telah menjawab pertanyaan pada bab sebelumnya	
		Skripsi Acc.	
		Siap di Ujikan	

Dosen Pembimbing

Libery SE, MA

NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Melanda Rosa

NPM. 1702040053



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296

Website : www.metrouniv.ac.id; email : iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Melanda Rosa Jurusan/Fakultas : ESy/FEBI

NPM : 1702040053 Semester/ TA : IX / 2021

No	Hari/Tanggal	Hal-Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Glasa 2/11 - 21	Hasil wawancara yg mengacu dari APD di runutkan dan di narasikan dgn bahasa ilmiah	
		Simpulan harus menjawab pertanyaan di bab sebelumnya.	
		Perbaiki	

Dosen Pembimbing

Liberty, SE.MA
NIP.19740824 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Melanda Rosa
NPM. 1702040053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Melanda Rosa
NPM : 1702040053

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2020/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Kamis 25/3 - 21	Outline telah di perbaiki	
		Outline Acc	
		APD telah di perbaiki	
		APD Acc	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Melanda Rosa
NPM. 1702040053



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; website: www.syariah.metro.uiv.ac.id; e-mail: syariah.iain@metrouiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Melanda Rosa
NPM : 1702040053

Fakultas/Jurusan : FEBI/ESY
Semester/TA : VIII/2020/2021

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 22/3/21	<u>Pendalaman Pasca Seminar</u> Bab 1,2,3 atau Proposal telah di seminarkan dan sudah di perbaiki sesuai saran dari para pembahas 1 dan 2 saat Seminar .	
		<u>Lanjutkan ke tahap selanjutnya</u> H	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Melanda Rosa
NPM. 1702040053

A. Tabel Wawancara

- Wawancara dengan Manajer Primamedia Metro

No	Tanggal	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Narasumber
1.	Kamis, 31 Desember 2020.	apa yang membedakan Primamedia Metro ini dengan bisnis serupa lainnya?	disini kita tidak memberi iming-iming barang murah tapi kita mengutamakan kualitas dek. semua produk dari kami menggunakan bahan khusus untuk promosi bukan bahan sekali pakai,jadi hal ini mempengaruhi soal keawetan barang. Produk dari Kami Juga pakainya tinta original, Produk kami di desain dengan sekreatif mungkin sesuai dengan permintaan konsumen atau dengan desain template yang telah disediakan oleh kami. jadi konsumen dapat menentukan desainnya sendiri. Selain itupula proses pemesanya pun sangat cepat dan bisa di tunggu, biasaya kan percetakan gitu harus pesen minimal 1hari baru jadi, kalau di kami tidak.
2.	Sabtu, 15 februari 2021.	Bagaimanakah perkembangan Primamedia Metro dari sejak awal berdiri hingga sekarang?	Terkait perkembangan Primamedia Metro ya? Pertama, Primamedia Metro berdiri pada 4 April 2012 yang bertempat di Jalan Ahmad Yani no. 28 (depan Giant Ekspres, yang sekarang berubah menjadi Super Indo). Pada awal berdiri, Primamedia masih menyewa tempat karena masih merintis dan sedang mencari pasar yang sesuai sekitar +- 3 Tahun.Pada awal berdiri, Primamedia hanya dikelola oleh 1 orang manager dan dibantu oleh 1 orang staff. Produk yang dipasarkan pun masih sangat sedikit. Yakni produk2 dari mesin A3+, seperti cover buku, leaflet

			<p>satuan, flyer, poster, foto, sticker dll.seiring berjalannya waktu, pasar yang sesuai dengan primamedia sudah mulai terbentuk. sehingga pada tahun 2012 akhir primamedia sudah mulai menambah mesin untuk cetak Banner. Karena Produk utama dari Primamedia adalah Banner dan variannya.Lonjakan pendapatan terjadi setelah Primamedia memutuskan untuk membeli sebidang tanah yang bertempat di Jl. Ahmad Yani no. 16 (pertigaan RSIA AMC).karena didukung dengan lahan yang cukup luas, sehingga mampu mengakomodir semua pesanan yang masuk.Pelangganpun merasa lebih nyaman karena parkir yang cukup luas.Banyak faktor yang membuat Primamedia terus berkembang. Inovasi dan selalu memberikan pelayanan terbaik adalah salah satunya.</p>
3	Selasa, 7 September 2021	Apa visi Misi dari Primamedia Metro pak?	<p>a.Visi Primamedia Metro Menjadi perusahaan percetakan terbesar dan terbanyak di Lampung bahkan di Indonesia. b.Misi Primamedia Metro 1.Membangun jaringan kerja di setiap Kecamatan. 2.Membentuk percetakan yang melayani segala kebutuhan khususnya dibidang percetakan.</p>
		Bagaimana struktur organisasinya?	<p>Jadi di Primamedia Metro ini jabatan teratasnya ada manajer yakni saya sendiri, kemudian ada wakil manajernya itu pak Agus sahan mahub, kemudian baru di bawahnya ada staf-staf atau karyawan.</p>

		<p>Strategi apa saja yang diterapkan oleh Primamedia Metro sehingga Primamedia Metro tetap berjalan sampai sekarang?</p>	<p>Jadi memang kita itu ada dua tingkatan strategi ya dek, kan memang kita ada induk usaha itu di bandar, jadi kalo strategi yang dari induk sendiri itu biasa disebut dengan strategi korporasi, dan untuk para anak cabangnya itu disebut strategi unit bisnis. Strategi korporasi yang kita terapkan adalah bagaimana kita berbisnis pada satu lini saja artinya kita punya fokus bisnis pada satu produk yaitu produk percetakan, kemudian tentang penentuan lokasi strategis, segmentasi dan pemasaran itu termasuk ke dalam strategi tingkat korporasi. Sedangkan untuk unit bisnisnya kita menerapkan strategi bagaimana kita memberikan pelayanan terbaik untuk para konsumen dan menjaga kualitas produk kita.</p>
		<p>Pada pengelolaan usaha ini apakah bapak menerapkan fungsi manajemen ?</p>	<p>Yang namanya kita mengelola ya dek pastinya kita menerapkan lah manajemen itu tadi meskipun kita tidak tau secara teori yang benar itu bagaimana tapi pasti kita terapkan yang namanya fungsi manajemen seperti planning, organizing, actuating dan controlling.</p>
		<p>Adakah strategi dalam upaya mengembangkan usaha ini?</p>	<p>Upaya kita dalam mengembangkan bisnis ini adalah dengan menambah produk-produk baru yang tetap satu lini yakni produk percetakan, terus berinovasi dan berupaya untuk membuka cabang baru .</p>

- Wawancara dengan salah satu karyawan Primamedia Metro (Anna)

No	Tanggal	Pertanyaan Peneliti	Jawaban Narasumber
1.	Jumat, 2 juli 2021	Target pasar dari Primamedia Metro sendiri itusiapa aja si mba?	Sebenarnya tidak ada penargetan mba, dikarenakan produk kita yang make semua lapisan masyarakat jadi semua orang bisa kita layani. Tapi memang kebanyakan pelanggan kita dari pedangan dan pelaku industri gitu.
		Selama menjadi karyawan disini ada menemukan kendala atau masalah tidak?	Ada si mba, terutama dari pelanggan, kadang ada yang gasabar buat nunggu. Kadang kalau rame gitu suka human eror. Jadi bisa bikin nota double.
2	Minggu,12 september 2021	Gimana si mba caranya supaya Primamedia Metro ini tetep eksi dan bisa tetep bejalan usahanya?	Mungkin yang bisa kita lakuin sebagai karyawan ya tetep maksimal dalam melayani konsumen si mba,kita memberikan servis yang terbaik dan tentunya kita tetap menjaga kualitas barang yang kita jual supaya pembeli gak kecewa.

- Wawancara dengan salah satu pelanggan Primamedia Metro (ibu Maryani)

No	Tanggal	Pertanyaan peneliti	Jawaban narasumber
1.	Selasa, 7 September 2021	Ibu tau Primamedia Metro ini dari mana ya bu? Dan dari kapan sudah menjadi konsumen disini?	Saya taunya ya karena didepan itu ada balih gede mba, ada tulisan percetakan dan saya tertarik kesini nyobain. Terus cocok jadi kesini lagi. Kalo sejak kapan saya langganan saya lupa pastinya kapan, tapi ya udah lumayan lama lah mba.
		Kenapa ibu memilih Primamedia Metro bu? Kan masih banyak percetakan yang lain?	Disini enak saya pesen lewat wa nanti langsung di buat. Jadi saya kesini tinggal ambil barang aja. Cepet prosesnya di bisa ditunggu juga, disini kualitasnya bagus, banner saya awet meskipun keujanan kepanasan.

DOKUMENTASI.

- Mesin percetakan



- Lokasi Primamedia Metro



- Peneliti dengan manajer



- Produk-produk Primamedia Metro



RIWAYAT HIDUP



Melanda Rosa lahir di Bumi Nabung Iilir pada 2 Desember 1999. Putri kedua dari Bapak Suroto dan Ibu Herawati serta memiliki satu kakak kandung perempuan yang bernama Nova Elyana Andespa dan satu Adik kandung laki-laki yang bernama Rizky Reyhanafi. Peneliti saat ini berdomisili di 29 banjarsari Metro Utara Kota Metro.

Berikut ini riwayat pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti :

1. TK Alfirman Ma'arif Bumi Nabung Iilir, Lulus pada tahun 2005
2. SD Negri 05 Bumi Nabung Iilir, Lulus pada tahun 2011
3. SMP Negri 02 Bumi Nabung Timur, Lulus pada tahun 2014
4. SMA Negri 01 Rumbia, Lulus pada tahun 2017

Kemudian pada tahun 2017 peneliti melanjutkan pendidikannya di Institut Agama Islam Negri (IAIN) Metro, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI). Pada akhir masa study peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul : “STRATEGI PENGELOLAAN DAN PENGEMBANGAN TERHADAP KEBERLANGSUNGAN USAHA DI BIDANG DIGITAL & PRINTING (Studi Pada Percetakan Primamedia Metro)”.