

Kelayakan Bisnis Percetakan Syailendra Kota Palangkaraya Ditinjau Dari Aspek Pemasaran

Nurlia Eka Damayanti¹, Cristian David², Elisabet Maria Rensiana Anggae³, Norol Aisyah⁴, Grecia Yunita⁵, Owen Juniarko⁶, Putri Dahlia⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Jurusan Manajemen, Universitas Palangkaraya

Email : nurliaekadamayanti@feb.upr.ac.id¹, cristiandavid17009@gmail.com², elisabetmariarensianaanggae@gmail.com³, nurulsubak08@gmail.com⁴, greciayunita2@gmail.com⁵, owenjr769@gmail.com⁶, putridahlia63603@gmail.com⁷

Abstract. *This study was conducted to determine whether a printing business should be established in Palangkaraya. The data sampled in this study is qualitative primary data. The collection of all data required in this study was carried out through the interview method. According to Esterberg in Sugiyono (2020:114) an interview is a meeting of two people to exchange information and ideas through questions and answers, so that meaning can be contributed to a particular topic.*

Keywords: *Business feasibility, marketing aspects.*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah usaha percetakan layak didirikan di Palangkaraya. Data yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah data primer yang bersifat kualitatif. Pengumpulan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan melalui metode wawancara. Menurut Esterberg dalam Sugiyono(2020:114) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Kata kunci: Kelayakan usaha, aspek pemasaran.

PENDAHULUAN

Percetakan adalah teknologi atau seni menghasilkan gambar atau tulisan dengan cepat, seperti kata atau gambar di atas kertas, kain, dan bahan lainnya. Mesin cetak dianggap sebagai salah satu hal terpenting. Karyawan merupakan salah satu aset terpenting suatu perusahaan. Tanpa kerja para pekerja, sekalipun ada berbagai hal penting, bisnis tidak akan berjalan. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan adalah kinerja karyawan. Jika suatu perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawannya maka akan memperoleh banyak manfaat.

LANDASAN TEORI DAN KAJIAN LITERATUR

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layak bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang tidak ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk baru (Gunawati, 2017:35).

Received: November 29, 2023; Accepted: Desember 11, 2023; Published: Januari 31, 2024

* Nurlia Eka Damayanti, nurliaekadamayanti@feb.upr.ac.id

Studi kelayakan merupakan sebuah ilmu yang lebih berorientasi kepada keuntungan dan berfokus pada tujuan yang di harapkan perusahaan (Huzain, 2021:4). Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa analisis kelayakan usaha merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui layak atau tidaknya usaha yang sedang dijalankan dengan menganalisis faktor-faktor tertentu yang dapat dijadikan sebagai alat ukur dan sebuah konsep dasar. Terdapat lima tujuan dalam analisis studi kelayakan bisnis sebuah proyek sebelum dijalankan (Kasmir dan Jakfar, 2016:12), yaitu :

1. Menghindari sebuah resiko kerugian di masa yang akan datang, karena masa yang akan datang penuh dengan ketidak pastian.
2. Kemudahan dalam perencanaan terkait dengan jumlah modal yang akan digunakan, kapan usaha dijalankan, lokasi yang tepat untuk usaha bisa berdiri, siapa yang akan menjalankan, bagaimana cara menjalankannya, serta berapa perkiraan keuntungan yang nantinya akan didapat.

Aspek Pemasaran

Tujuan dari aspek ini adalah untuk menilai apakah perusahaan harus Diinvestasikan atau tidak, mengacu pada peluang pasar yang diinginkan terkait Dengan pasar dan pemasarannya. (kasmir dan Jafar, 2016:96). Setelah unsur Segmentasi, target, dan posisi pasar ditentukan, maka selanjutnya dapat Diselaraskan dengan kegiatan pemasaran lainnya seperti strategi bauran pemasaran (Marketing Mix). Berikut ini penjelasan mengenai strategi bauran pemasaran (Marketing Mix Strategy).

1. Product (Produk)

Menurut Rahmadana (2021:5) produk merupakan suatu barang yang di Produksi guna untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa jasa Dan barang.

2. Price (Harga)

Menurut Aliefah (2022:117) harga merupakan sejumlah uang yang diserahkan Atau ditukarkan guna untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.

3. Promotion (Promosi)

Menurut Suliyanto dalam Fadhillah, et al (2022:632) promosi merupakan Segala bentuk aktivitas yang di lakukan oleh perusahaan guna mengkomunikasikan Dan mempromosikan produk ke pasar.

4. Place (Lokasi/Distribusi)

Distribusi merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan perusahaan serta Memiliki tujuan mempermudah konsumen dalam memperoleh suatu produk pada Waktu dan tempat tertentu. Dalam distribusi terdapat saluran guna untuk Menyalurkan produk agar sampai ke tangan konsumen atau biasa disebut dengan Saluran distribusi (Suliyanto, 2010:98).

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang telah dilakukan pada objek Penelitian yakni percetakan syeilendra palangka raya dengan melakukan wawancara kepada Informan internal percetakan.

Tabel 1 Identitas Informan Peneliti

Tabel ini berisi informasi pribadi dari informan yang diwawancarai

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Citra Ade Septiani	Perempuan	37 tahun	marketing

METODE PENELITIAN

Data adalah serangkaian fakta dan juga angka yang bisa digunakan sebagai salah satu bahan unyuk menyusun suatu informasi (Arikunto Suharmi 2002). Berdasarkan jenisnya, data dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang telah tersedia. Sementara berdasarkan sifatnya, ada data kuantitatif dan data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bersifat deskriptif, tidak terstruktur, dan berisi teori-teori terdahulu. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang bisa diukur dan harus dianalisis dan valid.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang bersifat kualitatif. Pengumpulan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian ini dilakukan melalui metode wawancara. Menurut Esterberg dalam Sugiyono(2020:114) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikontribusikan makna dalam suatu topik tertentu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Penelitian

Percetakan adalah teknologi atau seni yang memproduksi salinan dari sebuah gambar atau tulisan dengan sangat cepat, seperti kata-kata atau gambar-gambar (image) di atas kertas, kain, dan permukaan-permukaan lainnya. Percetakan Syeilendra berlokasi di kota Palangka Raya yang berdiri sejak 23 tahun yang lalu. Percetakan Syailendra menawarkan

beberapa produk/ jasa yaitu konveksi, sablon manual maupun digital, dan bordir.

Data Fokus Penelitian

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data-data yang berhubungan dengan aspek yang akan diteliti yaitu aspek pemasaran.

Aspek-Aspek Analisis Kelayakan Usaha

Aspek-aspek analisis kelayakan usaha yang dibahas dalam penelitian ini yaitu aspek pemasaran. Pasar dan pemasaran merupakan aspek dasar yang diteliti dalam studi kelayakan. Analisis yang dilakukan pada aspek ini akan menjawab pertanyaan apakah produk yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki peluang pasar. Variabel-variabel yang dibahas pada aspek disesuaikan dengan kondisi usaha yang dijalankan.

Aspek Pemasaran

a. Potensi Pasar

Dengan melakukan survey dan diskusi dengan Informan. Percetakan syeilendra lebih Mengutamakan kualitas bahan, pelayanan, ketepatan waktu pengerjaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Strategi pemasaran

pangsa pasar untuk percetakan syailendra ditujukan untuk semua kalangan masyarakat(umum). Percetakan Syailendra melakukan promosi dengan melalui sosial media (Instagram,facebook,tiktok dan shopee) dengan waktu promosi pagi dan malam.

c. Percetakan Syailendra selalu mengadakan evaluasi kualitas produk dan kepuasan pelanggan agar bisa terus meningkatkan minat beli pelanggan

KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Studi kelayakan bisnis yang ditinjau dari aspek pemasaran pada percetakan Syailendra Palangka Raya menunjukkan bahwa usaha ini layak dilaksanakan berdasarkan analisis mendalam terhadap aspek pemasaran. Temuan ini mencerminkan potensi pasar yang memadai, strategi pemasaran yang efektif, serta keberlanjutan usaha di wilayah tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa investasi dalam percetakan Syailendra adalah langkah yang dapat memberikan hasil positif dalam konteks pemasaran

di Palangka Raya.

Implikasi

Analisis ini menunjukkan bahwa usaha percetakan Syailendra memiliki prospek yang bagus. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya peneliti lebih detail lagi dalam menggali informasi yang sudah ada sehingga hasil bisa digunakan sebagai bahan informasi untuk mengembangkan usaha percetakan Syailendra agar bisa menjadi lebih baik.

Keterbatasan

Secara umum masih terdapat keterbatasan dalam analisis kelayakan usaha percetakan Syailendra diantaranya adalah analisis kelayakan hanya pada aspek pemasaran, sedangkan untuk aspek lain seperti aspek keuangan belum diteliti karena data yang diperoleh sangat sedikit dan pencatatan keuangan yang dilakukan oleh percetakan syeilendra Palangka Raya masih sangat sederhana

DAFTAR PUSTAKA

- (Ruhayat & Purwanda, 2022)Rita, N., Tintin, S., & Arif, K. (2019). Studi Kelayakan Bisnis,Pengertian Studi Kelayakan Bisnis. Studi Kelayakan Bisnis, September 2018, 4.
- Ruhayat, A., & Purwanda, E. (2022). Analisa Kelayakan Bisnis – Study kasus Toko Bahan Bangunan CV Mekar Laksana Jaya Cicalengka. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2(6), 685–695. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.791>
- Tumiur, R., Carolin, M., Buana, U. M., Aziza, N., & Buana, U. M. (2022). Tugas Besar 2 (STUDY KELAYAKAN BISNIS) - Kelompok 7. Tugas Besar 2 (STUDY KELAYAKAN BISNIS) - K, 2(November).
- Wiska, M., Resty, F., Ermawati, E., & Uliya, U. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas XYZ di Kabupaten Tebo. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(2), 1268. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.571>
- Rita, N., Tintin, S., & Arif, K. (2019). Studi Kelayakan Bisnis,Pengertian Studi Kelayakan Bisnis. Studi Kelayakan Bisnis, September 2018, 4.
- Ruhayat, A., & Purwanda, E. (2022). Analisa Kelayakan Bisnis – Study kasus Toko Bahan Bangunan CV Mekar Laksana Jaya Cicalengka. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2(6), 685–695. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.791>
- Tumiur, R., Carolin, M., Buana, U. M., Aziza, N., & Buana, U. M. (2022). Tugas Besar 2 (STUDY KELAYAKAN BISNIS) - Kelompok 7. Tugas Besar 2 (STUDY KELAYAKAN BISNIS) - K, 2(November).
- Wiska, M., Resty, F., Ermawati, E., & Uliya, U. (2022). Pengaruh Motivasi Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas XYZ di Kabupaten Tebo. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(2), 1268. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.571>

- Helmi, S. (2017). Studi Kelayakan Bisnis Buku 1 (Issue October 2007).
- Mulyanti, D. (2020). Jurnal ALTASIA Keterkaitan Budaya dan Strategi Pemasaran Pada January. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2>
- Pemasaran, M., & Digital, S. (2023). Bambang Suwarno , S . E . , M . M Dra . Fitri Yetti , M . M Dr . Muzakir , S . E . M . Si. September.
- Said, L. R., & Mangkurat, U. L. (2023). Pemasaran jasa tingkat dasar (Issue September).
- Solihin, D., & Pamulang, U. (2023). Buku Service Pemasaran (Issue March).