

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia usaha semakin ambisius serta antusias menuntut semua korporasi untuk menyusun guna skema yang pasti menjaga keberlanjutan bisnis. Sebagai sektor yang amat terikat pada teknologi dan pasar, perusahaan percetakan, juga mengalami ujian nan setara besarnya. Semangat *Entrepreneur* akan terus didorong dibanyak kalangan serta lingkungan yang berbeda (Rahmi & Hidayati, 2019)

Indonesia Perusahaan percetakan dapat dikatakan sebagai jenis bahwa usaha tidak larut oleh waktu. Kemajuan zaman saat ini membuat usaha percetakan terus maju dimana saat ini perusahaan memanfaatkan alat elektronik atau *Counter* yang terus bertambah. Usaha percetakan ialah satu dari yang lain jenis usaha berkembang pesat sebanding dengan tuntutan para konsumen.(AP Faton, 2020).

Percetakan adalah permesinan yang dengan kencang menghasilkan Salinan dokumen atau foto seperti kata / ilustrasi terhadap suatu media seperti kain, kertas, kayu dan sebagainya. Sehari sebuah mesin cetak dapat membuat hingga ribuan bahan atau produk cetakan, percetakan merupakan penemuan penting dan cukup berpengaruh dalam sejarah kehidupan manusia. Percetakan yaitu bentuk salah satu informing massa yang dipakai dari pertengahan tahun 1400an sampai permulaan tahun 1900 an saat ini, percetakan sudah bisa dikategorikan sebagai industri penting di beragam negara.. Pada Analisis terdahulu dengan judul “Strategi Bisnis Berkelanjutan, dengan Model inovasi Operasional, di era globalisasi Bisnis.” (Harto, 2023) sehingga transformasi digital memungkinkan korporasi meningkatkan transparansi, daya tanggap serta efisiensi terhadap permintaan pasar serta kelanjutan regulasi.

CV Dealima Prosent ialah salah satu wirausahawan percetakan, usaha bergerak dibidang *printing* selama 28 warsa memiliki pangsa target pasar cukup luas dengan berbagai layanan percetakan, seperti percetakan kickoff serta digital printing. Meski perusahaan memiliki segudang pengalaman, namun terdapat permasalahan dialami sekarang juga yang menggempur sintasan usahanya unsur yang menghantam keadaan. Ditemukan permasalahan yaitu Persaingan dimana ditengah semakin ketatnya persaingan usaha percetakan diantaranya Lilly Printing, Laskar dan Arif Printing.

Arif Printing Percetakan Di wilayah Gresik Selatan, khususnya di daerah Boboh, merupakan usaha percetakan yang cukup populer dengan layanan lengkap. Mereka melayani berbagai kebutuhan cetak seperti banner, roll banner, X banner, Y banner, tripod banner, cetak foto UV hingga ukuran 12RS, digital printing hingga A3+ untuk stiker dan cutting sticker, art paper, kartu nama, serta layanan fotokopi dan offset untuk brosur, nota, dan kwitansi. Selain itu, Arif Printing juga menyediakan grosir alat tulis kantor, stempel flash, ID card PVC, buku yasin, undangan, cetak pin, gantungan kunci, serta jasa scan, burning, laminating, dan penjilidan dengan berbagai finishing seperti lakban, soft cover, dan hard cover.

Meskipun demikian, jika dibandingkan dengan CV. Dealima Prosent, Arif Printing masih kurang dalam beberapa aspek penting yang menjadikan CV. Dealima Prosent lebih menonjol sebagai pemain utama di bidang percetakan di Gresik. CV. Dealima Prosent, yang didirikan oleh tahun 1996, memiliki pengalaman lebih dari 29 tahun di industri percetakan. Dengan cakupan layanan yang lebih luas, perusahaan ini tidak hanya fokus pada digital printing, tetapi juga melayani percetakan kickoff dengan produk yang beragam mulai dari cetak undangan pernikahan, buku, pamflet, brosur, stiker, hingga banner dalam berbagai ukuran dan kebutuhan. Sejak tahun 2011, CV. Dealima Prosent mengalami perkembangan pesat terutama di wilayah Gresik Selatan. Perusahaan ini dikenal luas dan dipercaya oleh banyak instansi

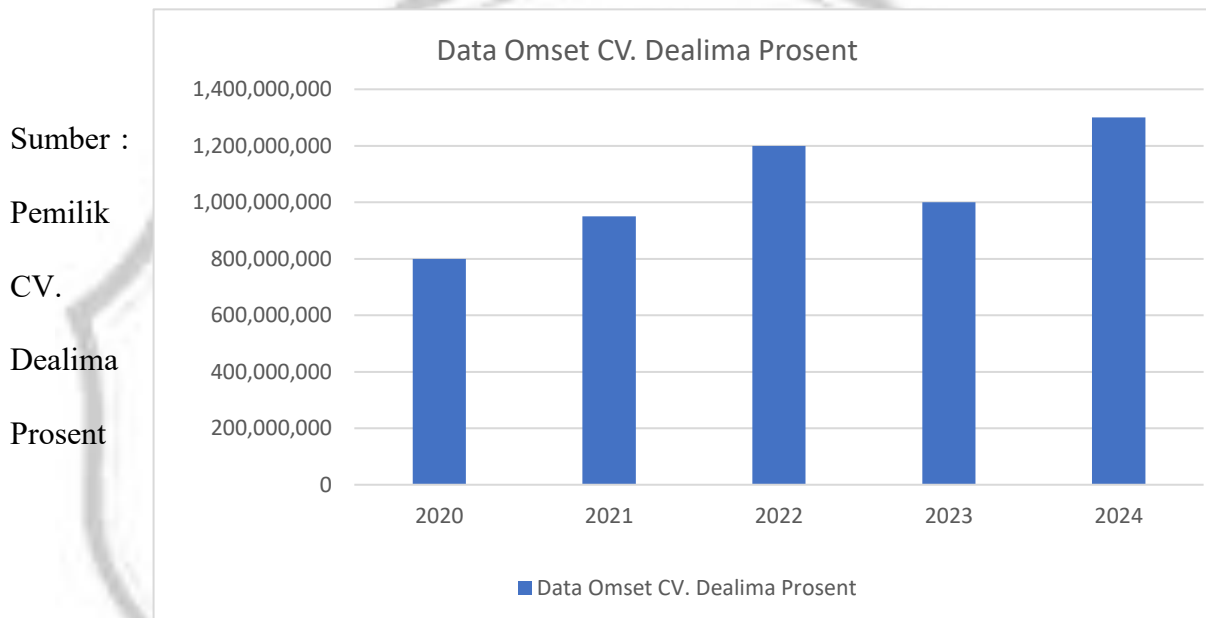
pemerintah dan lembaga pendidikan yang menjalin kerja sama resmi. Dengan dukungan 10 karyawan tetap yang berkompeten,

CV. Dealima Prosent mampu menjaga kualitas produksi yang tinggi sehingga memberikan kepuasan optimal bagi pelanggan. Keunggulan lain yang membedakan CV. Dealima Prosent adalah kemampuannya melakukan ekspansi bisnis. Selain tetap mengembangkan usaha di Kabupaten Gresik, perusahaan ini juga telah memperluas jangkauan usahanya hingga ke Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menjalin kerja sama strategis bersama pelaku usaha kuliner bakpia. Langkah ini menunjukkan visi jangka panjang dan kesiapan CV. Dealima Prosent dalam menjalin kolaborasi lintas sektor untuk memperkuat posisi bisnisnya. Secara keseluruhan, meskipun Arif Printing memiliki layanan yang lengkap dan dikenal di wilayahnya, CV. Dealima Prosent tampil lebih unggul dengan pengalaman lebih matang, cakupan layanan yang lebih luas, pertumbuhan bisnis yang signifikan, dan jaringan kerja sama yang kuat. CV. Dealima Prosent bukan hanya sekadar penyedia jasa percetakan, melainkan mitra profesional terpercaya yang mampu memberikan layanan berkualitas tinggi kepada berbagai kalangan pelanggan.

Maka dari itu CV. Dealima Prosent konstant menjaga pada posisinya baik didalam pasar maupaun mitra yang sudah bekerjasama serta bagaimana mempeluas pasar agar usaha percetakan CV. Dealima Prosent tetap berlanjut. Penelitian mengenai keberlanjutan usaha, khususnya di sektor percetakan skala kecil dan menengah, seperti CV. Dealima Prosent, menjadi sangat menarik untuk dikaji mengingat semakin tingginya tingkat persaingan di industri ini. Saat ini, banyak wirausaha baru bermunculan dengan strategi promosi yang agresif serta penawaran produk dan jasa serupa dengan harga yang kompetitif. Hal ini menyebabkan pelaku usaha yang sudah lebih dulu berdiri, seperti CV. Dealima Prosent, harus lebih adaptif

dan inovatif agar tetap mampu bertahan dan berkembang. Berikut adalah data omset CV. Dealima Prosent dalam 5 Tahun.

Tabel 1.1 Omset CV. Dealima Prosent



CV. Dealima Prosent sendiri merupakan salah satu usaha percetakan yang telah memiliki pelanggan tetap dan mitra usaha. Namun, keberadaan pelanggan setia tidak cukup menjamin keberlangsungan usaha jika perusahaan tidak mampu mempertahankan keunggulan kompetitifnya. Di tengah tekanan dari pesaing baru yang menawarkan tarif lebih murah, waktu produksi lebih cepat, serta layanan yang lebih fleksibel, perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi dan peningkatan kualitas, menariknya studi mengenai strategi keberlanjutan usaha percetakan dalam konteks lokal dan berskala kecil seperti CV. Dealima Prosent masih relatif jarang dilakukan. Sebagian besar literatur lebih banyak menyoroti perusahaan besar atau industri dengan skala nasional. Padahal, usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan sektor yang sangat berperan dalam perekonomian nasional, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan fokus pada strategi keberlanjutan dan kapabilitas dinamis yang melibatkan pengelolaan sumber daya manusia, adopsi teknologi, serta adaptasi terhadap tren pasar, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru yang

aplikatif dan relevan. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha lain dalam menghadapi tantangan yang serupa, serta menjadi kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen usaha kecil menengah.

(Hermansyah Dahmiri, 2019) Kewirausahaan merupakan upaya untuk menciptakan nilai tambah dengan memadukan sumber daya melalui cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan, nilai tambah ini dapat diciptakan melalui pengembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Dengan memproduksi barang dan jasa agar lebih efisien dengan mengembangkan teknologi dan ilmu pengetahuan serta memproduksi barang dan jasa agar lebih efisien serta mencari cara untuk memasok kepada konsumen (Hermansyah Dahmiri, 2019). Untuk berhasil dalam persaingan setiap pengusaha perlu lebih peka terhadap mutu barang atau layanan yang mereka tawarkan. Mutu produk akan menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian, mutu produk merujuk pada kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau performa yang sesuai bahkan melampaui harapan oleh pelanggan (Halim & Iskandar, 2019)

Penelitian ini bertujuan untuk Menganalisis strategi keberlanjutan usaha CV Dealima Prosent dalam menghadapi persaingan ketat di industri percetakan. Mengidentifikasi kapabilitas dinamis yang dibutuhkan CV Dealima Prosent guna mempertahankan keunggulan kompetitifnya, seperti manajemen sumber daya manusia, adopsi teknologi, dan adaptasi terhadap tren pasar. Serta Mengembangkan wawasan baru, aplikatif, dan relevan tentang strategi keberlanjutan usaha kecil dan menengah (UKM) di sektor percetakan. Sehingga dapat Menjadi rujukan bagi pelaku usaha lain dalam menghadapi tantangan serupa. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang strategi keberlanjutan usaha percetakan dan bagaimana perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya di tengah persaingan yang ketat.

CV. Dealima Prosent perusahaan percetakan yang menyusun dan menerapkan strategi bersaing, serta bagaimana berkaitan berhubung dengan keberhasilan atau rintangan yang dihadapi dalam bisnis percetakan. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh deskripsi yang jelas mengenai skema yang bersaing efektif dan relevan bagi CV Dealima Prosent, serta memberikan wawasan yang diterapkan dalam memperluas bisnis percetakan tepatnya di Indonesia. Dengan demikian, analisis ini juga berkontribusi dalam menambah wawasan mengenai pergerakan dalam sektor percetakan serta signifikansi penyusunan rencana yang fleksibel untuk mempertahankan keunggulan kompetitif suatu perusahaan.

### **1.2 Rumusan Masalah.**

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi keberlanjutan usaha percetakan CV Dealima Prosent?
2. Bagaimana CV Dealima Prosent mengembangkan dan menerapkan strategi keberlanjutan untuk mengatasi tantangan yang ada?

### **1.3 Tujuan Penelitian.**

1. Menganalisis faktor apa yang memengaruhi keberlanjutan bisnis percetakan CV Dealima Prosent, baik faktor internal. (seperti kemampuan teknis, sdm dan manajerial) maupun faktor eksternal (seperti persaingan pasar, permintaan konsumen, dan perkembangan teknologi).
2. Menjelajah keberlanjutan Strategi yang diterapkan oleh CV Dealima Prosent, dan focus pada pengambilan keputusan yang strategi guna diambil untuk mengatasi persaingan serta tantangan yang ada di industri percetakan.
3. Memberikan rekomendasi tentang strategi yang lebih berkesan guna CV Dealima Prosent dalam menjaga daya saing dan mengembangkan usahanya di perusahaan percetakan Indonesia yang terus berkembang.

### **1.4 Manfaat Penelitian.**

## 1. Manfaat Teoritis.

Diharapkan penelitian dapat dimanfaatkan sebagai tambahan informasi dan rujukan bagi analisis yang akan datang, maupun pada pengusaha yang memiliki permasalahan serupa.

## 2. Manfaat Praktis

Analisis ini diharapkan dapat menjadi sarana penulis untuk mengaplikasikan teori yang sudah didapatkan selama kegiatan perkuliahan kepada masyarakat luas.

### 1.5 Kesenjangan Fenomena.

Penelitian terdahulu yang dikerjakan oleh (Muttaqin & Firdausy, 2022) “Studi Kelayakan usaha percetakan dan Sablon guna Keberlanjutan Bisnis”. dengan “Strategi Keberlanjutan Usaha Percetakan, CV Dealima Prosent”

1. Perbedaan Fokus Teknologi: Omah Aanlon bergantung pada sablon manual menghadapi kesulitan besar dalam daya guna serta daya saing. Di sisi lain CV Dealima Prosent memanfaatkan teknologi digital printing dan cetak offset, merupakan alat penting untuk meningkatkan efisiensi dan kapasitas produksi. Perbedaannya antara keduanya menunjukkan bahwa usaha kecil perlu lebih memahami dan mengadopsi teknologi terbaru guna meningkatkan keberlanjutan mereka. Namun, sayangnya hal ini masih belum banyak diteliti dalam studi kelayakan bisnis yang ada.
2. Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM): Usaha menengah kecil seperti Omah Aanlon menghadapi kesulitan dalam mengatur pekerja terampil untuk proses sablon manual, sedangkan CV Dealima Prosent lebih hemat waktu dengan penggunaan otomatisasi. Perbedaan ini menunjukkan pentingnya penelitian mengenai cara yang dapat digunakan oleh usaha menengah kecil untuk mengelola SDM dengan baik agar tetap bersaing di pasar, yang semakin mengandalkan teknologi.

3. Adaptasi Terhadap Permintaan Pasar dan Tren: Omah Aanlon harus cepat menyesuaikan dengan perubahan dalam desain dan pilihan konsumen, sedangkan CV Dealima Prosent beroperasi pada pasar yang lebih konstan. Riset kelayakan yang ada, lebih banyak menyoroti pasar nan stabil, tanpa mendalami tantangan yang dihadapi usaha kecil, dalam menyesuaikan diri dengan tren pasar, yang cepat berubah.
4. Strategi Pemasaran dan Branding: Omah Aanlon menerapkan metode pemasaran, yang berfokus pada komunitas dan hubungan pribadi, sementara CV Dealima Prosent lebih mengutamakan pemasaran B2B untuk kontrak besar. Studi kelayakan, usaha perlu lebih ditekankan bagaimana usaha dapat mengembangkan strategi, pemasaran digital yang berhasil untuk menarik pasar, yang lebih luas dengan anggaran yang terbatas.
5. Strategi Proses Pembedaan dan Posisi Pasar: Omah Aanlon menekankan produk hasil yang kustom dan istimewa, sedangkan CV Dealima Prosent berfokus pada produksi besar-besaran dengan harga yang bersaing. Kedua pendekatan ini mempunyai pengaruh signifikan, terhadap kelangsungan usaha, tetapi penelitian mengenai kelayakan masih jarang membahas bagaimana strategi diferensiasi didalam pasar, yang berubah-ubah dapat mempengaruhi daya saing dan kelangsungan, usaha.