

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN DENGAN
METODE SWOT
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem
Purwokerto Selatan)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

**LAELA MEISAROH
NIM. 1817201066**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS
PENERBITAN DENGAN METODE SWOT
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas
Kelir Karangleseem Purwokerto Selatan)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/
karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 21 April 2022

Saya yang menyatakan



Laela Meisaroh

NIM. 1817201066



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN
DENGAN METODE SWOT
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir
Karanglesem Purwokerto Selatan)**

Yang disusun oleh Saudara **Laela Meisaroh NIM 1817201066** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **27 Mei 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.
NIP. 19780716 200901 2 006

Pembimbing/Penguji

Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
NIP. 19701224 200501 2 001

Purwokerto, 10 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof K H Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Laela Meisaroh NIM.1817201066 yang berjudul :

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN DENGAN
METODE SWOT”
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem
Purwokerto Selatan)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 21 April 2022
Pembimbing,



Rahmini Hadi, S.Ĕ., M.Si.
NIP.19701224 200501 2 001

**ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN DENGAN
METODE SWOT
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem
Purwokerto Selatan)**

**Laela Meisaroh
NIM. 1817201066**

Email: laelameisaroh117@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Bisnis Penerbitan merupakan bisnis yang paling di gandrungi oleh masyarakat umum, di samping banyaknya mahasiswa dan siswa yang membutuhkan buku sebagai acuan, bisnis ini juga memiliki profit margin yang relatif besar. Seiring perkembangan teknologi yang membuat mudahnya promosi membuat bisnis ini memiliki banyak pesaing. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada bidang penerbitan dan memiliki banyak pesaing yang masing – masing memiliki cara tersendiri untuk menarik konsumen. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir mampu bersaing dengan para pesaingnya hingga saat ini walau letak bisnis tersebut kurang strategis dan tergolong masih baru namun memiliki value tersendiri dimata konsumen. Sehingga untuk tetap mempertahankan usahanya dan meningkatkan omsetnya sangat diperlukan strategi bersaing yang tepat dan dapat mengenali lingkungannya. Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan yaitu Analisis SWOT untuk menentukan strategi yang tepat melalui lingkungan eksternal dan internal industri.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi apa yang telah diterapkan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dan memberikan alternatif strategi yang sesuai dengan posisi dan keadaan perusahaan. Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapang (*Field Research*) dengan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yaitu interview dan observasi serta sekunder yaitu dokumen penjualan, foto, dokumen yang ada kaitannya dengan penelitian. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik observasi partisipasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Data diolah menggunakan alat analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman dari perusahaan yang kemudian dianalisis untuk menyusun strategi bersaing yang tepat pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

Hasil penelitian yang diperoleh, bahwa strategi bersaing bisnis penerbitan rumah kreatif wadas kelir yang diterapkan adalah strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi dan strategi fokus. Kemudian melalui matrik SWOT, strategi yang tepat untuk diterapkan pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dimasa sekarang maupun yang akan datang adalah strategi W-O dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperbaiki serta mengurangi kelemahan yang ada.

Kata Kunci : Strategi Bersaing, Analisis SWOT, Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, Purwokerto

**ANALYSIS OF COMPETITIVE STRATEGY OF PUBLISHING
BUSINESS WITH THE SWOT METHOD
(Case Study on Wadas Kelir Creative House Publisher, Karangklesem, South
Purwokerto)**

**Laela Meisaroh
NIM.1817201066**

Email: laelameisaroh117@gmail.com

Department of Islamic Economics and Finance, Faculty of Islamic Economics and
Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Publishing business is a business that is most loved by the general public, in addition to the many students and students who need books as a reference, this business also has a relatively large profit margin. Along with the development of technology that makes promotion easy, this business has many competitors. Wadas Kelir Creative House Publisher is a business that is engaged in publishing and has many competitors, each of which has its own way of attracting consumers. Wadas Kelir Creative House Publisher is able to compete with its competitors to date, even though the business location is less strategic and is still relatively new but has its own value in the eyes of consumers. So that to maintain its business and increase its turnover, it is very necessary to have the right competitive strategy and be able to recognize the environment. In this study, the analytical tool used is SWOT analysis to determine the right strategy through the external and internal environment of the industry.

The main purpose of this study is to analyze what strategies have been implemented by Wadas Kelir Creative House Publisher and provide alternative strategies that are in accordance with the position and circumstances of the company. This type of research is a field research (Field Research) with a qualitative approach. The data sources used are primary data sources, namely interviews and observations, and secondary data sources, namely sales documents, photos, documents related to research. Data collection techniques in this study used participatory observation techniques, in-depth interviews and documentation. The data is processed using a SWOT analysis tool to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the company which is then analyzed to develop an appropriate competitive strategy for Wadas Kelir Creative House Publisher.

The research results obtained, that the competitive strategy of the wadas kelir creative house publishing business is a cost leadership strategy, differentiation strategy and focus strategy. Then through the SWOT matrix, the right strategy to be used for Wadas Kelir Creative House Publishers now and in the future is the W-O strategy by taking advantage of existing opportunities to improve and reduce existing weaknesses.

Keywords: Competitive Strategy, SWOT Analysis, Wadas Kelir Creative House Publisher, Purwokerto

MOTTO

Tidak ada yang tidak mungkin di dunia selagi ada Allah SWT



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas segala rahmat dan karunia yang Allah SWT limpahkan, penulis mengucapkan rasa syukur karena telah menyelesaikan skripsi yang berjudul **ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN DENGAN METODE SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan)**. Skripsi ini, penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Riyanto dan Ibu Ari Atiningsih, yang mana beliau merupakan orang tua tercinta yang selalu memberikan support, perhatian, motivasi, kasih sayang dan pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, semua doa terbaik yang tak pernah putus.
2. Terimakasih untuk Kakak ku, Mas Yoga Puji Asmoro yang selalu memberikan motivasi dan semangat disaat terpuruk. Semoga allah membalas semua kebaikanmu dan sukses selalu.
3. Keluarga besar Alm. Mbah Karsono, yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, terutama untuk mbah putri, bude pung dan Om Bambang yang selalu mendoakan dan mesupport penulis untuk bisa menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

Doakan saya supaya bisa menjadi orang yang bermanfaat untuk orang lain dan dapat membantu sesamanya serta mampu menjalani kewajiban dan haknya dengan baik. Aamiin.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ba ^ʾ	B	Be	
ta ^ʾ	T	Te	
ث	es (dengan titik di atas)		
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	H	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha ^ʾ	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Żal	Ż	ze (dengan titik di atas)
ر	ra ^ʾ	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	S	es (dengan garis di bawah)
ض	d ^ʾ ad	D	de (dengan garis di

			bawah)
ط	Ṭa	T	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ẓa	Z	zet (dengan garis di bawah)
„ ain	ع	”	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa”	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	„el
م	Mim	M	„em
ن	Nun	N	„en
و	Waw	W	w
هـ	ha”	H	ha
ء	Hamzah	”	apostrof
ي	ya”	Y	ye

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	Ditulis	„iddah
-----	---------	--------

C. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الولىاء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ ^h
---------------	---------	--------------------------------

- b. Bila ta^h marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة لفظر	Ditulis	Zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

D. Vokal pendek

	Fathah	Ditulis	a
	Kasrah	Ditulis	i
	Dammah	Ditulis	u

E. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	Ā
	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya’mati	Ditulis	Ā
	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya’mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya ^h mati	Ditulis	Ai
	باينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>

2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	a"antum
أعدت	Ditulis	u"iddat

H. Kata sandang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan *tabi'i* yang telah membimbing dan membawa kita ke zaman yang terak benderang ini. Semoga kita memperoleh *syafa'atnya* di hari akhir. Aamiin.

Bersamaan dengan selesainya skripsi yang berjudul ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN DENGAN METODE SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan).Ini merupakan karya ilmiah yang diajukan guna persyaratan menyelesaikan studi pendidikan Sastra Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Karya Ilmiah ini penulis susun dari berbagai sumber, dan penulisan skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari pihak-pihak yang telah membimbing, memotivasi, memberi saran dan dukungan sepenuhnya kepada penulis selama penulisan skripsi ini berlangsung. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

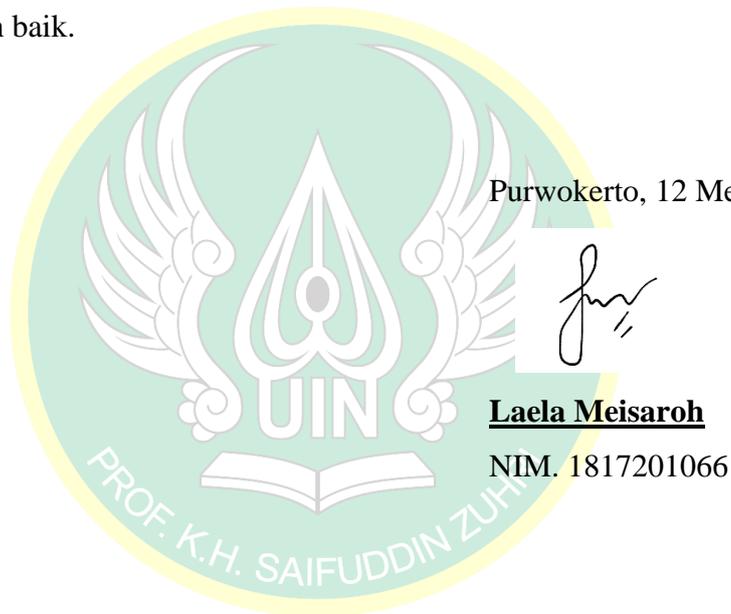
1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I. selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

5. Rahmini Hadi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terimakasih penulis ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesebarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa sehat dan mendapat perlindungan dari Allah SWT atas kebaikan yang ibu berikan.
6. Segenap dosen dari Staff UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh keluarga besar penulis, Bapak Riyanto, Ibu Ari Atiningsih , Mbah Sairah dan Bude Purwaningsih serta semua keluarga penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan doa agar selalu sukses.
9. Kepada kakak saya Yoga Puji Asmoro yang selalu senantiasa memberikan dukungan dan doa terbaik kepada penulis.
10. Untuk teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah B angkatan 2018, terimakasih atas kebersamaan dan support dalam suka dan duka.
11. Terimakasih untuk Aisyah Azzahra ponakan penulis yang telah memberikan pelangi disaat penulis sedang merasakan kesedihan dan keterpurukan.
12. Terimakasih untuk sahabatku Fitriana Hardianti yang selalu senantiasa memberikan semangat, dukungan, doa dan mendengarkan keluh kesahku.
13. Terimakasih untukseseorang yang menjadi sahabat, teman, sekaligus keluarga bagiku yang telah menemani selama pengerjaan skripsi ini, yang telah menghapuskan keraguan dan memberikan semangat.
14. Terimakasih untuk para sahabat Bestie Camp yang telah membantu, menyemangati dan memotivasi penulis.
15. Terimakasih kepada Kakak Tingkat mba Dhian Yuni Pratama S.E yang menjadi teman *Sharing* ketika penulis merasakan kebingungan dan kendala.
16. Terimakasih Kepada seluruh pihak Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang telah memberikan izin dan data sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini

hingga selesai. Terutama untuk mba Fitria Nur Azizah S.E yang selalu sabar ketika dimintai data oleh penulis.

17. Untuk semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, baik yang secara langsung memberikan dorongan dan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis berusaha semaksimal mungkin memberikan yang terbaik agar skripsi ini sempurna. Namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu , penulis mengharapkan saran dari pembaca untuk menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik.



DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.1 Bisnis Penerbitan di Purwokerto
2. Tabel 1.2 Tabel Penelitian Terdahulu
3. Tabel 3.1 Matriks SWOT
4. Tabel 4.1 Subjek dan Objek Penelitian
5. Tabel 4.2 analisis SWOT



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 4.1 Logo Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir
2. Gambar 4.2 Struktur Organisasi
3. Gambar 4.3 Harga Penerbitan Buku
4. Gambar 4.4 Cover Buku



DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 Foto Hasil Wawancara dan Situasi kantor Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir
2. Lampiran 2 Produk Custom Rumah Kreatif Wadas Kelir
3. Lampiran 3 Promosi pelatihan kepenulisan dan publikasi
4. Lampiran 4 Kuesioner Wawancara
5. Lampiran 5 Surat Izin Riset
6. Lampiran 6 Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi
7. Lampiran 7 Surat Pernyataan Kesiapan Menjadi Pembimbing Skripsi
8. Lampiran 8 Surat Bimbingan Skripsi
9. Lampiran 9 Permohonan Persetujuan Judul Skripsi
10. Lampiran 10 Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi
11. Lampiran 11 Berita Acara Seminar Proposal
12. Lampiran 12 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
13. Lampiran 13 Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Kecuali Skripsi
14. Lampiran 14 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
15. Lampiran 15 Kartu Bimbingan Skripsi
16. Lampiran 16 Surat Balasan pihak Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir
17. Lampiran 17 Surat Keterangan Penelitian
18. Lampiran 18 Biodata Mahasiswa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
E. Kajian Pustaka	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Bisnis Penerbitan	13
B. Analisis <i>Strengths, Weakness, Opportunities, and Threat</i> (SWOT)	16
C. Persaingan dan Strateginya.....	23
D. Landasan Teologis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	32

B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	32
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	32
D. Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Teknik Analisis Data.....	34
G. Uji Keabsahan Data.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.....	40
B. Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.....	43
C. Analisis SWOT Strategi Bersaing Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan ilmu teknologi membuat banyak sekali perubahan di berbagai bidang seperti bidang politik, sosial, pendidikan bahkan ekonomi. Kemajuan teknologi yang begitu pesat membawa dampak positif maupun negatif dalam kehidupan manusia. Dampak positifnya manusia dipermudah dalam melakukan berbagai kegiatan seperti melakukan promosi melalui media sosial yang memanfaatkan jaringan internet (Saputra *et al.*, 2020: 45). Jaringan internet merupakan sarana komunikasi yang tidak terbatas ruang dan waktu sehingga manusia bisa memasarkan produknya hingga ke mancanegara. Namun dari kelebihan itu membuat dunia usaha memiliki banyak pesaing. Situasi tersebut membuat suatu usaha harus membuat atau memiliki strategi – strategi yang membuat perusahaan dapat menambah omzetnya tidak hanya bertahan dalam pangsa pasar tanpa ada perkembangan. Maka dari itu strategi merupakan kunci utama dalam keunggulan bersaing serta keberhasilan suatu usaha.

Strategi adalah suatu kerangka kerja atas sesuatu yang penting seperti dalam kewirausahaan, fungsional serta persaingan yang diterapkan untuk mewujudkan tujuan perusahaan dan mendapatkan posisi perusahaan yang berhasil secara berkesinambungan (Kamaluddin, 2020). Dalam mengembangkan suatu industri di perlukan strategi bersaing yang harus di jalankan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Strategi bersaing menurut Lynch adalah pola atau rencana yang mengintegrasikan tujuan utama atau kebijakan perusahaan dengan rangkaian tindakan dalam sebuah pernyataan yang mengikat (Yosita, Poernomo and Wahyudi, 2018). Penerapan strategi bersaing sangatlah memiliki arti yang sangat penting untuk menerapkan strategi alternatif bagi perusahaan dengan strategi bersaing yang tepat akan mengarahkan perusahaan pada efektifitas usaha sehingga mampu membimbing perusahaan dalam mengambil keputusan yang tepat. Disisi lain dengan penerapan strategi bersaing perusahaan akan mampu mengamati serta mengikuti perubahan lingkungan yang terjadi sehingga dapat dijadikan dasar dalam penetapan kebijakan(Elias, 2018).

Dalam memilih strategi bersaing yang baik dan tepat, pelaku bisnis perlu mengamati kondisi dan situasi usaha yang dijalankan serta mengamati kedudukan usaha bisnis dipasaran. Kegiatan itu dapat dilakukan dengan menganalisis lingkungan bisnis baik itu lingkungan eksternal maupun internal. Alat yang biasa digunakan dan tepat dalam menganalisis yaitu analisis SWOT selain itu analisis SWOT membahas secara detail apa yang menjadi kelemahan dan ancaman dari suatu perusahaan sehingga nantinya dapat memberikan solusi untuk mengatasi hal tersebut.

Analisis SWOT adalah singkatan dari Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weakness), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) yang merupakan suatu metode menyusun perencanaan strategis yang diperuntukan untuk mengevaluasi berbagai macam kekuatan, kelemahan, kesempatan serta tantangan yang ada dan sedang dihadapi perusahaan (Suryatama, 2020:26). Analisis SWOT membandingkan antara faktor Eksternal dan Internal. Faktor internal tersebut terdiri dari kekuatan dan kelemahan sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman.

Bersaing dalam Islam merupakan suatu usaha yang diperbolehkan dengan ketentuan tidak melanggar syariat dan tidak boleh melakukan kecurangan maupun merendahkan pesaingnya. Sesuai dengan apa yang dijelaskan pada ayat yang berbunyi:

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِيْهُوا الْحَبْرَاتِ اَيْنَ مَا تَكُوْنُوْنَ يَاۤ اَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا جَمِيْعًا اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Artinya: Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada pasti Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S. Al-Baqarah: 148)

Serta,

وَلَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوْا بِهَا اِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوْا فَرِيْضًا مِّنْ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْاِثْمِ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Yang artinya “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.” (Q.S. Al- Baqarah: 188)

Saat ini salah satu bisnis yang memiliki banyak pesaing yaitu bisnis yang bergerak pada bidang penerbitan. Hal ini dikarenakan dalam bidang pendidikan terutama seperti mahasiswa sangat membutuhkan referensi untuk bahan diktat dan bisnis penerbitan memiliki profit margin yang relatif besar dibandingkan industri lainnya khususnya barang-barang konsumsi. Sehingga berkaitan dengan hal itu banyak pengusaha yang tertarik dalam bisnis penerbitan (Position Paper Komisi Pengawas Persaingan Usaha Terhadap Kebijakan Perbukuan Nasional, 2020).

Menurut data Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) tahun 2018 perusahaan yang bergabung dalam bisnis jasa penerbitan mencapai 1.655 anggota dimana penerbit terbanyak terletak di pulau Jawa sedangkan sisanya terletak di DKI Jakarta dan Non Jawa seperti Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, termasuk juga Bali, NTT, NTB dan Papua (IKAPI / Ikatan Penerbit Indonesia)

Dalam sisi bisnis penerbitan juga mengalami dampak negatif dari adanya perkembangan teknologi dimana perkembangan teknologi yang menyediakan berbagai sarana hiburan melalui ponsel membuat kurangnya minat masyarakat terhadap membaca buku. Dan mudahnya mendapatkan Ebook bajakan lewat platform sehingga buku cetak tidak digemari, hal itu membuat dunia penerbitan menjadi melemah (Nugroho, 2020).

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan salah satu bisnis yang bergerak pada bidang penerbitan yang berada di Purwokerto tepatnya berlokasi di desa Karangklesem Purwokerto Selatan. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan penerbit indi dengan memiliki 3 lini yaitu kelir sastra, sastra populer dan buku-buku teori, yang telah berhasil menerbitkan beberapa buku dengan berbagai macam gendre. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir sendiri merupakan penerapan dari literasi Finansial yang diterapkan oleh Rumah Kreatif Wadas

Kelir. Berdiri sejak tahun 2016 yang didirikan oleh Heru Kurniawan beliau adalah seorang dosen UIN Syaifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto sekaligus founder dari Rumah Kreatif Wadas Kelir. Didirikan untuk menyebarkan virus literasi, mendokumentasikan karya serta mengelola dana operasional kegiatan literasi dan pendidikan.

Pada mulanya penerbitan ini hanya menerbitkan buku saja, namun lama kelamaan dengan di imbangi perkembangan teknologi kini Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir telah bertransformasi. Transformasi yang dilakukan yaitu dengan membuat berbagai hal yang menarik serta bermanfaat dalam dunia kepenulisan.

Penerbit ini memiliki beberapa pesaing yang bergerak dalam bidang penerbitan di purwokerto, diantaranya:

Tabel 1.1

No.	Nama Penerbit	Alamat Penerbit
1.	Zahira Media Publisher	Pasir Kidul, Purwokerto Barat.
2.	SIP Publishing	Penisian, Purwokerto Kulon
3.	Pena Persada	Tanjung, Purwokerto Selatan
4.	UNSOED Press	Grendeng, Purwokerto Utara
5.	STAIN Press	Purwanegara, Purwokerto Utara
6.	Vigi Bless Publisher	Karangbawang, Purwokerto Kulon
7.	Tatakata Grafika	Karangbawang, Purwokerto Kulon
8.	Mangku Bumi	Bobosan, Purwokerto Utara
9.	Jurnal INFOTEL	Lppm Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto Kidul
10.	Yudhistira Ghalia Indonesia, dll.	Karangpucung, Purwokerto Selatan

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Dari data diatas diketahui bisnis penerbitan menjamur di purwokerto, yang masing-masing penerbit memiliki ke unikan dan ke khasan dalam penyampaian maupun produk yang dihasilkan untuk menarik konsumen seperti halnya yang dilakukan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir untuk bisa menarik konsumen tentunya strategi itu berbeda dengan beberapa penerbit lain. Berdasarkan observasi pendahuluan diketahui strategi yang berbeda seperti pemberian review dan apresasi terhadap karya sastra yang tidak dilakukan penerbit lain.

Menurut bapak Ari selaku admin pada Penerbit Unsoed Press mengatakan bahwa :

“Kegiatan yang dilakukan hanya mengikuti instruksi dari pihak yang berwenang dalam UNSOED karena masih dibawah naungan UNSOED, pemasarannyapun masih sangat kurang, hanya sebagian kecil konsumen yang dari luar kebanyakan dari Universitas Jendral Soedirman (UNSOED)”(Ari, wawancara 05 Oktober 2021).

Menurut ibu Irna Novia Damanyanti Pada penerbit STAIN Press mengatakan bahwa :

“Kegiatan promosi sudah tidak dilakukan, sejak masa pemerintahan bapak Joko Widodo penerbit ini hanya melakukan penerbitan dengan hasil karya Dosen STAIN yang sudah berubah menjadi UIN Syaifudin Zuhri Purwokerto” (Damayanti, wawancara, 05 Oktober 2021).

Dan menurut ibu Tri Zuliaturochmah selaku CEO pada SIP Publishing kegiatannya cukup aktif walau tidak setiap hari, beliau mengatakan

“ Kegiatan yang dilakukan untuk menarik konsumen seperti mengadakan kelas menulis yang terdapat 2 tipe yaitu berbayar dan gratis (hanya hari tertentu), Promo Cetak, mengadakan Workshop, program terbit gratis (khusus komunitas penulis dan sekolah), lomba-lomba dan pembelajaran editing” (Tri Zuliaturochmah, 11 Oktober 2021)

Sedangkan pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir strategi yang dilakukan menurut ibu Fitria Nurul Azizah selaku Marketing diantaranya yaitu

“Membuat even pelatihan kepenulisan yang diadakan secara offline maupun online. Dari pelatihan kepenulisan ini nantinya akan menghasilkan buku untuk diterbitkan dimana karya tersebut merupakan hasil dari adanya lini klir sastra yang mengajarkan kepenulisan kepada orang yang memiliki potensi. Selain itu ada juga lomba-lomba dan bedah buku, lomba yang diadakan seperti lomba video puisi, menulis puisi dan resep makanan , dan lainnya yang berkaitan dengan sastra. Ada juga pemberian review dan apresiasi terhadap karya sastra” (Fitria Nurul Azizah, 02 Mei 2021).

Dengan hal tersebut Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir banyak yang meminati hingga saat ini walau dikatakan masih baru dalam dunia penerbitan dibandingkan dengan beberapa pesaingnya seperti UNSOED Press (1983), SIP Publishing (2014) serta STAIN Press (2001) yang telah lama berdiri dan telah mendapatkan citra di mata konsumen serta letaknya yang kurang strategis. Maka

dari itu untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya serta dapat mengatasi ancaman dari para pesaingnya perlunya diterapkan strategi bersaing yang paling tepat sehingga dapat meningkatkan omsetnya dalam persaingan yang sangat ketat.

Dari permasalahan yang disajikan diatas, maka peneliti tertarik untuk menganalisis bagaimana strategi bersaing Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir menggunakan analisis SWOT guna mencari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada dengan judul Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan)

B. Definisi Operasional

Untuk mengantisipasi adanya kesalah pahaman dalam penafsiran judul dalam penelitian ini serta untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap penelitian sehingga mempermudah untuk dimengerti, maka penyusun perlu mendefinisikan istilah berikut:

1. Penerbit

Penerbit merupakan suatu orang atau suatu pihak yang berwenang menerbitkan suatu buku, majalah maupun jurnal. Hal tersebut sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) penerbit merupakan seseorang atau perusahaan yang menerbitkan buku, majalah maupun sebagainya. Sedangkan Penerbitan adalah suatu sektor usaha yang berhubungan dengan teknik editorial, produksi dan pemasaran barang-barang produksi termasuk naskah cetak yang didistribusikan kepada para pembaca. Penerbit merupakan suatu industri yang befokus pada memproduksi dan menggandakan sebuah literatur dan informasi atau suatu kegiatan membuat informasi yang dapat dinikmati oleh masyarakat umum (Kanita, 2019).

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode menyusun perencanaan strategis yang diperuntukkan untuk mengevaluasi berbagai macam kekuatan, kelemahan,kesempatan serta tantangan yang ada dan sedang dihadapi perusahaan (Suryatama, 2020:26). Analisis SWOT juga diartikan dengan penggabungan

antara analisis *internal* dengan *eksternal* pada perusahaan yang digunakan untuk merumuskan atau menetapkan keputusan dalam strategi manajemen yang di buat (Siburian,2020).

3. Strategi Bersaing

Strategi bersaing menurut Michael E Porter pada (Bangun, 2021) merupakan pengembangan formula secara umum tentang bagaimana bisnis dapat bersaing, apa yang akan menjadi tujuan bisnis, dan kebijakan apa yang dilakukan agar tujuan tersebut dapat tercapai. Sedangkan pendapat Robbins dan Coulter pada (Sinaga, 2020) Strategi bersaing merupakan keterkaitan suatu perusahaan mampu bersaing dalam bisnisnya. Inti dari strategi bersaing yaitu bagaimana suatu perusahaan mampu menguasai pasar melalui keunggulan kompetitif yang berkesinambungan melalui upaya-upaya yang dilakukan dengan produknya.

4. Persaingan

Pesaing merupakan suatu perusahaan yang menghasilkan produk maupun jasa yang serupa (Rahayu, Lucitasari and Sutrisno, 2018). Persaingan dalam bahasa Inggris disebut *competition* yang berarti kegiatan bersaing, bertanding dan kompetisi. Menurut Erna (2018) pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang yang serupa dengan yang kita tawarkan. Secara universal persaingan bisnis merupakan persetujuan antar pelaku bisnis yang secara independen berupaya memperoleh konsumen dengan melakukan penawaran harga yang baik dengan mutu barang maupun jasa yang baik juga.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi SWOT terhadap strategi bersaing yang dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?”

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi bersaing yang tepat pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.
- b. Untuk mengetahui alternatif strategi dalam mengatasi hambatan perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian merupakan dampak telah tercapainya suatu tujuan dan telah terjawabnya rumusan masalah secara akurat yaitu:

a. Manfaat Teoritis

- 1) Untuk mengembangkan ilmu ekonomi khususnya tentang Strategi Bersaing
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan oleh orang lain untuk melakukan kajian mengenai Strategi Bersaing.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Komunitas Rumah Kreatif Wadas Kelir

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang Strategi Bersaing yang bagaimana agar penjualan bisa maksimal serta dapat menarik banyak pembeli. Serta dapat memberi informasi terkait bagaimana cara menghadapi kendala yang ada melalui peluang yang ada.

- 2) Para Pelaku Bisnis Ekonomi Kreatif

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman terkait Strategi Bersaing dan dapat menjadi bahan kajian bagi para pelaku usaha secara umum.

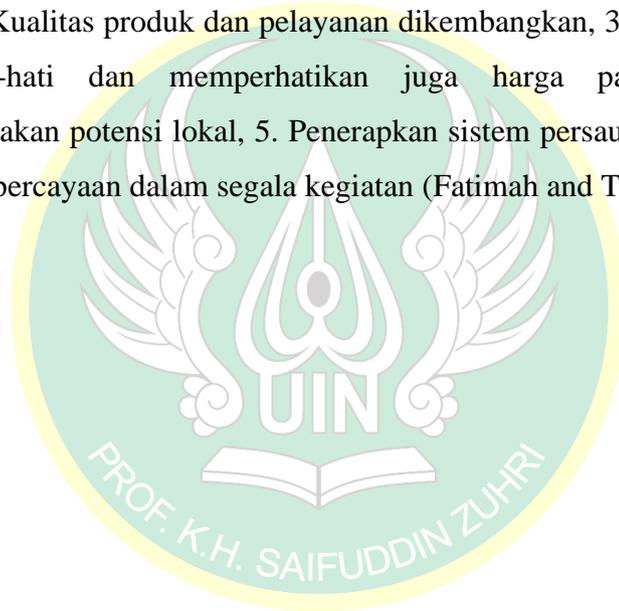
E. Kajian Pustaka

Untuk bisa mengetahui bagian apa yang telah diteliti dan yang belum diungkap, diperlukan kajian peneliti terdahulu untuk menemukan faktor penelitian yang akan dikaji. Adapun kajian pustaka dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Jurnal *AdBispreneur*, Muhammad Bahtiar Abdillah, dkk., Fakultas Politik Dan Ilmu Sosial Universitas Padjadjaran (2017) yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Pada UMKM Kerajinan Bambu di Kota Bandung”. Hasil penelitian menyatakan bahwa secara keseluruhan ketiga UMKM dalam penelitian ini telah menerapkan *Porter’s Generic Strategy* dengan baik. Namun pada strategi keunggulan biaya hanya diterapkan oleh Haur Bamboo, serta strategi diferensiasi dan fokus diterapkan oleh Sari Kurnia dan Virage Awi (Abdillah *et al.*, 2017).
2. *Journal Business and Entrepreneur*, Ratih Octaviri Yosita, dkk., Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik ,Universitas Jember (2017) yang berjudul “ Strategi Bersaing Kaos Khas Banyuwangi Blam Tees”. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi bersaing yang digunakan oleh “BLAM tees” antara lain fokus biaya rendah, inovasi produk, inovasi pemasaran, inovasi promosi, inovasi kemasan, inovasi sistem produksi serta mengeluarkan 2 desain baru setiap bulan (Yosita, Poernomo and Wahyudi, 2018).
3. *Jurnal Iqtishoduna* , Muchammad Saifuddin dan Siti Hasnaa Madinah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2022) yang berjudul “Analisis Perumusan dan Pilihan Strategi Bisnis pada Butik Saffana Surabaya”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa alternatif strategi utama yang layak untuk dijalankan oleh butik SAFFANA adalah pengembangan pasar (*market development*) yang di ikuti dengan strategi integrasi horizontal (*Horizontal Integration*) dan strategi pengembangan produk (Saifuddin and Madinah, 2022).
4. *Jurnal Sistem Teknik Industri (JSTI)*, Muhamad Ridwan dkk, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang (2021) yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Merek Mie Instan Menggunakan Teknik Markov Chain dan Game Theory (Studi Kasus Mie I Vs Mie S)”. Hasil penelitian menyebutkan bahwa konsekuensi penghitungan dengan item Mie S rantai markov mengurangi pangsa seluruh industri sebesar 5,8%, sedangkan item mie menyenangkan memperluas sebagian dari keseluruhan industri sebesar 41%, efek samping hipotesis permainan menjadi spesifik. yaitu X1

dengan probabilitas 0, 5, X2 dengan probabilitas 0,5 dan X3 dengan probabilitas 3,16. Sedangkan untuk membatasi kemalangan, Indomie mengkonsolidasikan tiga sistem yaitu Y1 dengan likelihood -0.1, Y2 dengan likelihood 0.5 dan Y3 dengan likelihood 1 (Ridwan, Sari and Suseno, 2021)

5. Jurnal Penelitian Ipteks, Feti Fatimah dan Wenny Murtalining Tyas, Universitas Muhammadiyah Jember (2020) yang berjudul “Strategi Bersaing UMKM Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19”. Hasil penelitian menyatakan bahwa strategi bersaing UMKM Rumah Makan di daerah kampus Jember sebagai berikut: 1. Kualitas produk dan pelayanan memiliki standar. 2. Kualitas produk dan pelayanan dikembangkan, 3. Penetapan harga harus hati-hati dan memperhatikan juga harga para pesaing, 4. Memberdayakan potensi lokal, 5. Penerapkan sistem persaudaraan dan selalu menjaga kepercayaan dalam segala kegiatan (Fatimah and Tyas, 2020).



Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
Muhammad Bahtiar Abdillah, dkk., Fakultas Politik Dan Ilmu Sosial Universitas Padjadjaran (2017) yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis Pada UMKM Kerajinan Bambu di Kota Bandung”	Secara keseluruhan ketiga UMKM dalam penelitian ini telah menerapkan <i>Porter’s Generic Strategy</i> dengan baik. Namun pada strategi keunggulan biaya hanya diterapkan oleh Haur Bamboo, serta strategi diferensiasi dan fokus diterapkan oleh Sari Kurnia dan Virage Awi .	-objek yang diteliti 3 Pengrajin Bambu - menggunakan analisis teori Porter’s <i>Generic Strategy</i> . - tidak menggunakan matriks SWOT dalam penentuan strategi.
Ratih Octaviri Yosita, dkk., Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik ,Universitas Jember (2017) yang berjudul “ Strategi Bersaing Kaos Khas Banyuwangi Blam Tees”	Strategi bersaing yang digunakan oleh “BLAM tees” antara lain fokus biaya rendah, inovasi produk, inovasi pemasaran, inovasi promosi, inovasi kemasan, inovasi sistem produksi serta mengeluarkan 2 desain baru setiap bulan.	-Objeknya penelitian ini adalah toko pakaian. - menggunakan Matriks IFAS dan EFAS. -tidak menggunakan matriks SWOT -Menggunakan analisis teori Porter’s <i>Generic Strategy</i> . -terdapat teknik pengumpulan data melalui studi kepustakaan.
Muchammad Saifuddin dan Siti Hasnaa Madinah, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya (2022) yang berjudul “Analisis Perumusan dan Pilihan Strategi Bisnis pada Butik Saffana Surabaya”.	Penerapan strategi bersaing terhadap pembangunan citra perusahaan ditinjau dari strategi serta promosi yang dilakukan untuk mendapatkan konsumen melalui keunikan yang ditawarkan oleh Omnes Coffeee itu sendiri. Sebagai usaha yang tergolong muda/baru berdiri, kedai kopi Omnes menawarkan rasa	-subyek yang di teliti yaitu Butik -menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. -pertanyaan dalam bentuk form kuesioner. -Alat analisis menggunakan matrix SWOT, IFE-EFE

	nyaman terhadap para pelanggan dengan olahan kopi yang kreatif serta tempat yang nyaman	matrix, matrix IE, matrix Grand Strategi dan Matrix QSPM.
Muhamad Ridwan dkk, Fakultas Teknik, Universitas Singaperbangsa Karawang (2021) yang berjudul “Analisis Strategi Bersaing Merek Mie Instan Menggunakan Teknik Markov Chain dan Game Theory (Studi Kasus Mie I Vs Mie S)”.	konsekuensi penghitungan dengan item Mie S rantai markov mengurangi pangsa seluruh industri sebesar 5,8%, sedangkan item mie menyenangkan memperluas sebagian dari keseluruhan industri sebesar 41%, efek samping hipotesis permainan menjadi spesifik. yaitu X1 dengan probabilitas 0, 5, X2 dengan probabilitas 0,5 dan X3 dengan probabilitas 3,16. Sedangkan untuk membatasi kemalangan, Indomie mengkonsolidasikan tiga sistem yaitu Y1 dengan likelihood -0.1, Y2 dengan likelihood 0.5 dan Y3 dengan likelihood 1.	-Jenis penelitian kuantitatif -menggunakan teknik Markov Chain dan Game Theory - Tujuan penelitian untuk mengetahui beberapa persen pergeseran pangsa pasar Mie S dan Mie I, dan untuk mengetahui jenis Mie Instan apa yang diramalkan mengalami permintaan produk yang meningkat.
Feti Fatimah dan Wenny Murtalining Tyas, Universitas Muhammadiyah Jember (2020) yang berjudul “Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19”.	Strategi bersaing UMKM Rumah Makan di daerah kampus Jember sebagai berikut: 1. Kualitas produk dan pelayanan memiliki standar. 2. Kualitas produk dan pelayanan dikembangkan, 3. Penetapan harga harus hati-hati dan memperhatikan juga harga para pesaing, 4. Memberdayakan potensi lokal, 5. Penerapkan sistem persaudaraan dan selalu menjaga kepercayaan dalam segala kegiatan.	- Objek yang di amati Rumah Makan - Difokuskan saat Pandemi Covid 19 - Tujuannya untuk menentukan strategi bersaing saat Covid-19 - menggunakan perhitungan bobot dan reteng dengan matriks IFAS, EFAS dan IF

Sumber: Data Sekunder yang diolah

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bisnis Penerbitan

1. Sejarah Penerbitan

Pada mulanya di Indonesia wujud buku masih dari gulungan daun lontar. Menurut Ajip Rosidi sebagai sastrawan sekaligus mantan Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) secara umum bisnis penerbitan terbagi menjadi 3 jalur yaitu bisnis penerbitan buku pelajaran, bisnis penerbitan buku bacaan umum dan bisnis penerbitan buku religi. Dimasa penjajahan Belanda orang peribumi tidak diberi kekuasaan untuk membuat buku, mereka hanya dijadikan pembantu dalam melakukan kepenulisan maupun penerbitan. Penerbitan buku agama dilakukan oleh orang Arab yang bertema buku-buku ajaran islam sedangkan untuk buku ajaran kristen dibuat oleh orang Belanda. Untuk buku penerbitan umum dikuasai oleh Cina. Orang peribumi hanya berwenang dalam membuat buku daerah saja dimana bisnis tersebut dimulai dari penulisan sampai proses penerbitan hanya dilakukan oleh orang Sumatera Barat dan Medan. Dengan berdirinya bisnis penerbitan peribumi membuat Belanda merasa khawatir sehingga di dirikanlah penerbit Buku Bacaan Masyarakat yang kemudian diganti menjadi Balai Pustaka pada tahun 1908. Berdirinya Penerbit ini bertujuan untuk mengimbangi bisnis penerbitan milik peribumi.

Presiden Indonesia mengambil alih dan menasionalisasi seluruh perusahaan belanda di Indonesia pada tahun 1955. Pemerintah berusaha menggenjot pertumbuhan dan perkembangan bisnis penerbitan buku nasional dengan memberikan subsidi berupa bahan baku kertas dengan mewajibkan para penerbit menjual bukunya dengan harga yang murah. Kemudian pemerintah mendirikan Yayasan Lektor yang bertugas mengatur bantuan yang diberikan pemerintah kepada penerbit, dengan didirikannya yayasan tersebut membuat bisnis penerbitan berkembang. Menurut data Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) yang berdiri pada tahun 1950, penerbit yang menjadi anggota IKAPI pada mulanya berjumlah 13 pada tahun 1965 kemudian bertambah hingga 600-an lebih (Chotimah ,Husnul dkk. 2015)

2. Definisi Penerbitan

Penerbitan sering kali disamakan oleh orang awam maupun pebisnis dengan percetakan. Padahal kedua kata tersebut memiliki arti dan makna yang berbeda. Penerbitan berasal dari kata “*Publish*” yang dipahami dengan “*The issuing of a written or printed work*” yang dalam bahasa Indonesianya berarti informasi yang ditulis maupun pekerjaan yang di cetak. Sedangkan definisi dari “*Printing*” yang merupakan bahasa dari Prancis kuno dan bahasa latinnya “*Primer*” yang berarti “*Top Press*” atau Cetak.

Dari pengertian tersebut, *European Commission and Skillset Assesment Uk* mendefinisikan sebagai berikut:

1. Penerbit dapat diartikan suetu proses produksi dan penyebarluasan informasi, yaitu yang memuat seluruh informasi untuk publik. Informasi yang diberikan dapat berbentuk karya –karya seperti buku, majalah, koran, dan rekaman dalam bentuk cetak maupun elektronik.
2. Percetakan diartikan sebagai proses memproduksi gambar maupun teks , termasuk kegiatan seperti penjilidan buku, jasa pembuatan piringan, dan pencitraan data. Percetakan lebih menitik fokuskan pada memproduksi konten dalam bentuk media.

Menurut Hassan Pambudi (1981) dalam bukunya yang berjudul Dasar dan Teknik Penerbitan Buku, mendefinisikan penerbit sebagai kegiatan mempublikasikan kepada publik mengetengahkan kepada orang-orang terkait kata dan gambar yang telah diciptakan dari jiwa-jiwa kreatif yang kemudian di sunting oleh para penyunting yang kemudian akan digandakan oleh bagian percetakan.

Berdasarkan definisi-definisi yang dikemukakan penerbitan diartikan suatu karya yang bersifat kreatif yang disebarluaskan kepada khalayak ramai sedangkan percetakan merupakan suatu proses produksi dan menggandakan suatu hasil karya yang berisikan konten.

3. Landasan Hukum Penerbitan

Peraturan Perundang-Undangan tentang sistem perbukuan telah disahkan yaitu Undang-Undang (UU) Nomor 3 Tahun 2017. Tujuan dibuatnya Undang – Undang ini agar menghasilkan buku bermutu, murah dan merata, dan dapat

meningkatkan peran serta pelaku perbukuan untuk mempromosikan budaya Indonesia.

Undang-undang Sistem perbukuan terdapat XII Bab dan 72 Pasal. Bab I terdiri dari ketentuan umum. Bab II mengatur tentang bentuk, jenis dan isi buku. Bab III memuat peraturan terkait hak dan kewajiban masyarakat dan pelaku Pembukuan. Untuk Bab IV mengatur terkait wewenang dan tanggung jawab pemerintah dari pemerintah pusat maupun daerah. Selanjutnya Bab V memuat tentang emerolehan naskah buku. Bab VI berisi tentang pengaturan penerbitan, dan percetakan buku serta pengembangan buku elektronik. Bab VII mengatur tentang tatacara pendistribusian suatu karya buku. Bab VIII mengatur terkait cara penggunaan buku. Bab IX memuat aturan terkait penyediaan buku. Bab X berisi tentang rambu-rambu masyarakat terkait peran serta dalam perbukuan. Sedangkan untuk aturan tentang pengawasan diatur pada Bab XI. Dan Bab XII berisikan ketentuan penutup (Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemendikbud, 2017).

4. Jenis-Jenis Penerbitan

a. Penerbit Indie

Penerbit indi berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata Independen yang memiliki arti mandiri atau sendiri. Penerbitan indi dapat dikatakan penerbitan yang prosesnya dilakukan sendiri mulai dari penulisan naskah hingga penerbitannya. Naskah yang dituangkan merupakan ungkapan dari ide maupun *value*, serta visi dan misi tanpa ada maksud untuk mendapatkan profit. Maka dari naskah yang diterbitkan oleh penerbit indi biasanya bertema khusus. Khusus dalam arti tersebut menunjukkan bahwa pelaku atau pemilik penerbit indi hanya menerbitkan naskah dalam lingkup ilmu pengetahuan tertentu atau yang mereka pahami dan mereka minati untuk di sampaikan kepada masyarakat. Sebagai contoh ketika anda memahami suatu ilmu atau materi tertentu seperti bidang sastra, agama, humaniora maupun yang lain kemudian Anda ingin menyampaikan atau menginformasikannya kepada masyarakat melalui suatu naskah yang Anda terbitkan sendiri. Karakteristik dari penerbit indie yaitu naskah yang diterbitkan bersifat fungsional, jumlah barang cetak yang diedarkan dibawah 500 eksemplar, skop usahanya masih bersekala industri rumah tangga.

b. Penerbit Mandiri

Penerbit mandiri hampir sama dengan penerbit indie hanya saja pada penerbit mandiri naskahnya lebih bersifat umum, dan fungsional atau aspek nilai seperti value, visi misi, dan idealisme pada naskah kurang ditekankan. Selain itu penerbit mandiri memiliki pangsa pasar yang jelas. Oplah buku yang diterbitkan sama dengan penerbit indie yaitu 500 eksemplar dan lingkup bisnisnya masih berbasis rumah tangga.

c. Penerbit Mayor

Penerbit mayor dapat dikenal juga dengan penerbit reguler atau penerbit konvensional. Dalam pengelolaan naskah penerbit mayor memiliki otoritas penuh. Selain itu pemilihan naskah yang akan diterbitkan sangat selektif. Mengingat biaya yang dikeluarkan cukup besar karena biasanya mencetak judul buku lebih dari 2.000 eksemplar. Banyaknya buku yang dicetak di distribusikan ke seluruh toko yang berada di wilayah Indonesia. Penerbit mayor melayani penulis yang berkeinginan untuk menerbitkan naskah dengan syarat mau menanggung keseluruhan biaya penerbitan yang dikeluarkan. Dapat juga biaya penerbitan ditanggung oleh kedua belah pihak yaitu penerbit mayor dan penulis naskah.

Dalam proses penerbitannya, penerbit mayor membutuhkan waktu yang relatif lama mencapai beberapa bulan hingga 1 tahun lebih. Bisa terjadi juga naskah yang telah lama di proses pada penerbit mayor di batalkan untuk di terbitkan karena adanya pandangan kurang digemari atau tidak laku di pasaran (Legowo and Nurcahyo, 2018).

B. Analisis Strengths, Weakness, Opportunities, Threat (SWOT)

1. Sejarah Pengembangan Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, Threat* (SWOT)

Berdasarkan makalah yang dibuat oleh Albert S. Humphrey yang bekerja untuk Staford Research Institute (SRI), sebuah proyek penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti di SRI pada tahun 1960—1970. Analisis SWOT muncul dari penelitian yang di danai oleh perusahaan Fortune 500 dengan tujuan mencari tahu apa yang salah dengan perencanaan perusahaan dan untuk menciptakan sistem baru untuk mengelola perusahaan. Proyek ini di pimpin oleh Robert Stewart, dengan marion dosher, Dr. Otis benepe, birger Lie, dan

Albert Humphrey sebagai timnya. Tinjauan literatur menunjukkan bahwa tidak ada referensi yang mendukung klaim Albert Humphrey. Oleh karena itu munculnya analisis SWOT sering dikaitkan dengan karya-karya Philip Selznick, Alfred Dupont Chandler, Kenneth Andrews Harry Igor Ansoff dan diskusi kelas tentang kebijakan bisnis di Harvard Business School pada 1960-an.

Henry Mintzberg mengusulkan analisis SWOT sebagai instrumen utama “sekolah Desain Model”. Model Sekolah Desain menempatkan penekanan utama pada penilaian situasi eksternal dan internal yang sebelumnya mengungkap ancaman dan peluang di lingkungan, serta mengungkap kekuatan dan kelemahan organisasi.

Dalam buku *Leadership in Administration* yang dicetuskan oleh sosiologi Berkeley bernama Philip Selznick pada tahun 1957, membahas tentang perlunya menyatukan keadaan internal organisasi dengan harapan eksternal. Selznick menyarankan kepada pimpinan kelembagaan untuk memusatkan perhatian kepada upaya untuk melindungi nilai-nilai dan identitas khas perusahaan dari ancaman eksternal dan internal. Visi organisasi dalam kombinasi dengan struktur organisasi membantu mendefinisikan kompetensi khas perusahaan.

Alfred Chandler dalam karya pertamanya *Strategy and Structure* tahun 1962, menganalisis empat proses pertumbuhan perusahaan multinasional ke dalam struktur manajerial mereka, bahwa variabel lingkungan akan mempengaruhi strategi organisasi. Organisasi harus menyadari peluang pengembangan sebagai konsekuensi dari perubahan lingkungan dan mampu menanggapi secara kreatif.

Menurut Harvard berfokus pada mencocokkan kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan peluang dan ancaman yang dihadapi di pasar. Kerangka kerja ini membawa pemikiran kompetitif yang kompetitif dalam menjawab pertanyaan tentang strategi. Kenneth Andrews dari Harvard Business School menggabungkan unsur – unsur ini dengan akronim SWOT. Menurut Andrews (1971) pengembangan strategi termasuk mendefinisikan peluang dan ancaman di lingkungan organisasi dan mengidentifikasi resiko yang mungkin untuk alternatif

strategi. Organisasi harus mengetahui apa yang menjadi kekuatan dan kelemahannya sebelum membuat pemilihan alternatif.

Harry Ansoff dalam buku klasiknya tentang corporate strategi pada tahun 1965, mengambil model SWOT dasar dan membaginya menjadi langkah-langkah yang digambarkan secara rapi, termasuk daftar periksa dan teknik yang menggabungkan pengaturan tujuan dengan penganggaran dan rencana operasi semua tingkatan dalam organisasi. Harry Ansoff mengembangkan Ansoff Matrix yaitu Matriks Produk Pasar yang membandingkan strategi untuk penetrasi pasar, pengembangan produk, pengembangan pasar dan diversifikasi. Empat opsi tersebut masing-masing memungkinkan menentukan respons strategi inti terhadap kondisi internal dan eksternal yang berbeda. Menurut Ansoff matriks dapat digunakan manajemen untuk mempersiapkan masa depan.

Pada tahun 1989-an alat analisis SWOT digunakan dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah dan penciptaan rencana bisnis serta pemasaran. Heinz Wehrich memperkenalkan TOWS Matrix pada tahun 1982 untuk mencocokkan ancaman dan peluang lingkungan dengan kelemahan serta kekuatan organisasi.

Tahun 1990-an analisis SWOT digunakan dalam pengembangan nasional, pemasaran sosial organisasi non pemerintah dan perumusan proyek. Analisis SWOT yang dinamis dikembangkan oleh Richard Dealtry pada tahun 1992 yang dinamakan DSA. Richard Dealtry mendesain SWOT sebagai proses manajemen yang dinamis dimana melibatkan para manajer untuk mempersiapkan dan implementasi strategi bersaing berdasarkan nilai dengan menggunakan gagasan, prinsip, dan siklus organisasi pembelajaran. Metode ini dimulai dari menganalisis kegiatan suatu kelompok maupun individu seperti diskusi dan pengembangan, menentukan matriks masalah dan batasannya, analisis SWOT dan memprioritaskan atribut SWOT sebagai dasar dalam mengambil langkah eksekutif dan manajemen proyek taksis. Matriks dikembangkan dengan menggabungkan analisis faktor strategi melalui EFE (Faktor-faktor Eksternal) dan IFE (Faktor-faktor Internal) pada tahun 1998 oleh Thomas L. Wheelen dan J. David Hunger. Dari tabel EFE dan IFE yang menghasilkan matriks SWOT akan menggambarkan strategi alternatif (Sulasih and Sulaeman, 2020: 71–75).

2. Definisi Analisis *Strengths, Weakness, Opportunities, Threats* (SWOT)

SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang ada pada lingkungan eksternal perusahaan.

Analisis SWOT ialah identifikasi yang bertabiat sistematis dari aspek kekuatan serta kelemahan organisasi dan peluang serta ancaman lingkungan luar strategi yang menyajikan gabungan terbaik di antara keempatnya. Industri bisa memastikan strategi sehabis mengenali kekuatan, kelemahan, kesempatan, serta ancaman, ialah dengan menggunakan kekuatan yang dimilikinya buat mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang terdapat, sekalian memperkecil ataupun menanggulangi kelemahan yang dimilikinya buat menjauhi ancaman yang terdapat. Analisis SWOT memungkinkan perusahaan memformulasikan serta implementasikan strategi utama selaku tindak lanjut utama penerapan serta tujuan organisasi. Dalam analisis SWOT, informasi dikumpulkan kemudian dianalisis. Hasil analisis bisa menimbulkan pergantian pada misi, tujuan, kebijaksanaan, ataupun strategi yang tengah dijalankan (Bangun, 2021).

Analisis SWOT sering digunakan dalam pemasaran dan bisnis yang digunakan sebagai metode mengidentifikasi oposisi atau persaingan dalam usaha serta strategi baru. Dengan menerapkan analisis SWOT perusahaan mampu mengetahui semua faktor positif maupun negatif yang berpengaruh pada kegiatan yang baru diajukan. Melalui analisis SWOT pengusaha memiliki langkah pandangan kedepan bahkan pengusaha pemula mampu memahami dan menerapkan metode ini dengan mudah.

Fungsi dari analisis SWOT yaitu sebagai dashboard dalam suatu produk maupun jasa. Ketika analisis ini dilakukan dengan benar maka dapat membantu perusahaan dalam menavigasi atau menerapkan strategi yang tepat untuk bisnis diluar dari ukuran perusahaan maupun sektor (Suryatama, 2020: 30–31).

3. Empat Komponen analisis SWOT

a) Kekuatan/ Strength

Kekuatan merupakan karakteristik yang menambah nilai dan membuat sesuatu tersebut lebih special dibandingkan dengan lainnya. Dengan kata lain

kekuatan mengarah pada karakteristik positif, kreatif serta menguntungkan. Kekuatan juga mendefinisikan karakteristik dan situasi dimana suatu organisasi dinilai lebih efektif dan efisien daripada pesaingnya.

b) Kelemahan Organisasi

Kelemahan mendefinisikan kepada sesuatu yang dinilai tidak memberi keuntungan. Kelemahan pada suatu organisasi menggambarkan bahwa posisi perusahaan saat ini dan kapasitas kemampuan yang dimiliki perusahaan dinilai lebih lemah dibandingkan dengan organisasi lain dan organisasi pesaing. Kelemahan merupakan suatu situasi dimana sumber daya, keterampilan dan kemampuan masih kurang atau terbatas sehingga menghambat kinerja perusahaan untuk efektif.

c) Peluang Lingkungan

Peluang merupakan suatu keuntungan dan kekuatan pendorong terhadap suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Peluang adalah kondisi dimana lingkungan eksternal dapat memungkinkan perusahaan untuk mengambil keuntungan dari kekuatan perusahaan, mengatasi kelemahan maupun meminimalisir ancaman yang datang.

d) Ancaman Lingkungan

Ancaman merupakan elemen yang menyebabkan perusahaan sulit atau tidak mungkin untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Ancaman merupakan situasi yang muncul akibat dari adanya perubahan dikejauhan atau lingkungan langsung yang membuat perusahaan terhambat dalam mempertahankan eksistensinya, kehilangan keunggulannya dalam bersaing dan dapat menyebabkan kerusakan (Sulasih and Sulaeman, 2020: 86–90).

4. Manfaat analisis SWOT

- a. Sebagai Pedoman bagi perusahaan untuk merumuskan berbagai kebijakan strategis terkait perencanaan dan pelaksanaan dimasa depan. Melalui analisis ini, perusahaan akan dapat memilih kebijakan dan rencana terbaik untuk pengembangan bisnis di masa yang akan datang.
- b. Menjadi bahan evaluasi kebijakan strategis dan sistem perencanaan perusahaan. Analisis SWOT akan membantu perusahaan mempertimbangkan

berbagai upaya evaluasi kebijakan yang dianggap merugikan dan menguntungkan. Menentukan desain terbaru sebagai metode memecahkan berbagai masalah yang ditemukan melalui analisis dan evaluasi SWOT.

- c. Memberikan informasi tentang situasi perusahaan, kemudian menggunakan informasi yang ada tersebut sebagai pedoman bagi pemilik perusahaan atau perancang kebijakan untuk menerapkan kebijakan baru sebagai solusi.
- d. Memberikan tantangan ide-ide baru bagi pihak manajemen perusahaan. Adanya berbagai permasalahan seperti kelemahan, peluang serta kekuatan yang kecil maupun ancaman dari pihak luar akan mendorong manajemen perusahaan untuk menemukan berbagai ide kebijakan yang lebih fresh dan akan lebih efektif menjadi solusi atas berbagai permasalahan yang ada (Suryatama, 2020: 33).

5. Faktor yang mempengaruhi analisis SOWT

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang ditimbulkan dari dalam lingkungan perusahaan seperti kekuatan maupun kelemahan yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Beberapa hal yang merupakan faktor internal yaitu:

- 1) Sumber Daya Manusia yang kompeten
 - a) Perekrutan
 - b) Pelatihan dan Pembinaan
 - c) Sistem imbalan atau upah
 - d) Motivasi karyawan
 - e) Hubungan Karyawan dengan buruh atau manajemen
- 2) Teknologi yang digunakan
- 3) Manajemen Keuangan yang baik
- 4) Pemasaran yang baik
 - a) Analisis konsumen
 - b) Penjualan produk atau jasa,
 - c) Penetapan harga,
 - d) Distribusi,
 - e) Riset pemasaran dan

- f) Analisis biaya/ keuntungan.
- 5) Produksi dan Operasioanal
 - a) Jaminan Kualitas
 - b) Proses Produksi dan Operasioanal (Putra and Siwalankerto, 2017)
- 6) Komunikasi yang baik
- 7) Komitmen
- 8) Pelayanan yang baik
- b. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan yang berasal dari luar perusahaan seperti peluang dan ancaman. Berbagai hal yang merupakan faktor eksternal yaitu:

- 1) Lingkungan Umum
 - Tren bisnis yang marak dipasaran
 - Budaya masyarakat
 - Antusias masyarakat
 - Sosial dan politik
 - Peraturan serta kebijakan pemerintah
 - Perkembangan teknologi
 - Isu yang beredar , dll.(Marasi, 2020)
- 2) Lingkungan Industri
 - Kemungkinan masuknya pesaing baru
 - Persaingan diantara perusahaa yang sejenis
 - Peluang pengembangan produk pengganti baru
 - Kekuatan tawar menawar pembeli / konsumen
 - Kekuatan tawar penawaran penjual/ pemasok.

C. Persaingan dan Strateginya

1. Definisi Persaingan

Persaingan adalah kegiatan dimana suatu organisasi berlomba atau berperang dalam mencapai target serta tujuan yang diinginkan seperti konsumen, sumber daya yang dibutuhkan, pangsa pasar serta peringkat survai. Dalam pengertian industri mengidentifikasi bahwa pesaing merupakan suatu perusahaan

yang menghasilkan produk maupun jasa yang serupa (Rahayu, Lucitasari and Sutrisno, 2018).

2. Jenis-Jenis Persaingan

Berdasarkan tingkat substitusi produk jenis persaingan dapat dibagi menjadi 4 menurut Kotler (2000: 293) yaitu:

a. Persaingan Merk

Perusahaan melihat pesaingnya sebagai perusahaan lain yang menawarkan produk dan jasa yang serupa atau sama kepada konsumen yang sama dengan harga yang sama juga.

b. Persaingan industri

Perusahaan dapat melihat perusahaan lain sebagai pesaing utamanya dengan lebih luas lagi dilihat dari semua perusahaan yang membuat produk dan jasa yang sama.

c. Persaingan Bentuk

Perusahaan melihat pesaingnya lebih luas lagi yaitu perusahaan yang menghasilkan produk yang memberikan manfaat yang sama.

d. Persaingan Umum

Perusahaan memandang pesaingnya dari semua perusahaan yang bersaing dengan harga yang sama (Sinaga, 2020).

3. Definisi Strategi Bersaing

Suatu perusahaan agar dapat bertahan dalam persaingan bisnisnya maka di perlukan strategi yang tepat sesuai dengan lingkungan dan karakter yang dimiliki perusahaan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Grant (1995) dalam (Rokhaenisza and Madiawati, 2018) bahwa strategi yang dilakukan dapat berhasil ketika konsisten dengan tujuan dan nilai perusahaan, lingkungan eksternal perusahaan, sumber daya dan kekuatan yang dimiliki perusahaan serta sistem dan organisasi yang ada pada perusahaan. Perusahaan yang tepat dalam menentukan strateginya maka perusahaan itu dapat bersaing dalam pasaran dengan jangka panjang. Menurut para ahli ekonomi strategi bersaing dalam industri bisnis adalah kombinasi antara akhir dan tujuan dari apa yang diperjuangkan oleh perusahaan melalui alat (kebijaksanaan) dimana perusahaan berusaha untuk mampu mencapai

kesana. Philip Kotler (1965) berpendapat bahwa strategi bersaing adalah strategi yang secara kuat menempatkan perusahaan dalam persaingan serta memberikan perusahaan keunggulan bersaing yang sekuat mungkin (Sugiarto, 2016).

Tujuan akhir dari strategi bersaing yaitu untuk menanggulangi dan baiknya mampu mengubah suatu aturan untuk kepentingan perusahaan (Porter, 2017).

4. Faktor- faktor yang menentukan keunggulan bersaing

Menurut (Porter, 2017) terdapat 5 (lima) kekuatan kompetitif yang menentukan keunggulan bersaing perusahaan yaitu:

a. Ancaman Pendatang Baru

Apabila suatu perusahaan baru dapat memasuki ruang lingkup pasar dengan mudah maka intensitas persaingan diantara perusahaan-perusahaan akan lebih ketat dan meningkat. Pendatang baru akan mengurangi keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan lama karena biasanya perusahaan baru tersebut akan membawa kapasitas baru, mencari pangsa pasar serta mengurangi keuntungan perusahaan lama. Perusahaan lama harus melakukan strategi mengidentifikasi perusahaan yang baru yang berpotensi memasuki pasar.

b. Ancaman Produk Pengganti

Banyak industri yang melakukan persaingan yang sangat ketat dengan para produsen produk pengganti, seperti produsen plastik sebagai pengganti kaca. Kehadiran produk pengganti tersebut merupakan ancaman bagi perusahaan sebelum konsumen beralih menggunakan produk tersebut. Tekanan ancaman pesaing tersebut dapat membuat penurunan kualitas produk karena konsumen merasakan adanya penurunan harga.

c. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Kekuatan tawar menawar pemasok mempengaruhi intensitas persaingan dalam industri, khususnya apabila ada pemasok yang banyak namun hanya ada beberapa bahan baku pengganti yang baik dan bahan baku pengalihan menjadi sangat mahal. Hal yang dapat dilakukan yaitu pemasok dan produsen saling membantu dalam berbagai hal seperti memberikan harga yang wajar, meningkatkan kualitas, mengembangkan jasa baru, mengurangi biaya inventaris serta mengupayakan kemampuan dalam jangka panjang.

d. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli

Persaingan terkonsentrasi dan konsumen membeli dalam ukuran yang besar, maka intensitas tawar menawar sangat mempengaruhi persaingan dalam industri. Perusahaan – perusahaan pesaing mungkin memberikan pelayanan atau jaminan khusus untuk memperoleh loyalitas pelanggan yang memiliki kekuatan tawar menawar yang substansial. Kekuatan tawar menawar pelanggan juga tinggi apabila terdapat produk yang dijual tidak terdeferensiasi dan standar.

e. Persaingan Sesama Perusahaan

Persaingan diantara para perusahaan merupakan persaingan yang sangat penting. Perusahaan dapat berhasil dalam persaingannya hanya dengan berkonsentrasi pada peningkatan keunggulan bersaing yang secara langsung menyerang strategi pesaing. Perubahan strategi oleh suatu perusahaan dapat dilakukan dengan gerakan balasan dimana melakukan penurunan harga, meningkatkan kualitas, menambah penampilan, peningkatan pelayanan dan penambahan jaminan serta pengiklanan. Intensitas persaingan antar perusahaan akan meningkat jika terjadi peningkatan jumlah pesaing dimana para pesaing memiliki kesamaan ukuran dan kapasitas usaha (Nainggolan, 2018).

5. Jenis-Jenis Strategi Bersaing Generik menurut Michael E. Porter

a. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)

Strategi kepemimpinan biaya merupakan strategi dimana perusahaan berusaha sebagai produsen yang memberikan harga lebih rendah dibandingkan dengan para pesaingnya dalam pasaran. Perusahaan yang telah menang dalam hal biaya (pimpinan dalam biaya) akan memiliki keunggulan kompetitif dalam menarik pelanggan dengan daya tarik utamanya adalah harga. Perusahaan yang terlalu terfokus pada strategi kepemimpinan biaya pasti akan meniadakan berbagai fitur produk dan jasa untuk menekan biaya, padahal fitur tersebut merupakan fitur yang diminati maupun sangat penting bagi pelanggan. Strategi Kepemimpinan Biaya bila di laksanakan secara baik dengan pertimbangan yang baik pula maka akan menjadi senjata strategi yang sangat hebat.

Produk maupun jasa ini biasanya ditujukan kepada konsumen yang relatif mudah terpengaruh oleh pergeseran harga atau menggunakan harga sebagai tolak

ukur pengambilan suatu keputusan. Dari sisi pelanggan strategi ini sangat sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang termasuk dalam kategori perilaku keterlibatan rendah dimana pelanggan tidak terlalu peduli dengan perbedaan merek, tidak peduli dengan perbedaan produk atau ketika sejumlah besar konsumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang signifikan.

Untuk dapat menjalankan strategi biaya rendah, perusahaan haruslah mampu memenuhi syarat dalam dua bidang yaitu Sumber Daya dan Organisasi. Strategi ini hanya dapat dijalankan jika perusahaan memiliki keunggulan dalam bidang sumber daya perusahaan yaitu pemasaran produk, kreatifitas dan bakat SDM, pengawasan yang ketat, riset pasar, distribusi yang kuat, keterampilan kerja dan biaya distribusi serta promosi yang rendah. Sedangkan dalam bidang organisasi perusahaan harus mampu melakukan koordinasi antar fungsi manajemen terkait, merekrut tenaga kerja yang memiliki kemampuan yang tinggi dan insentif berdasarkan target (Nurlita, 2020).

b. Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)

Perusahaan yang menerapkan strategi diferensiasi akan berusaha membuat produk maupun jasanya menjadi lebih unik dan berbeda dari yang lain sehingga memperoleh loyalitas dari pelanggan. Perusahaan berusaha untuk memberikan yang terbaik kepada pelanggan melalui berbagai faktor yang dianggap penting oleh pelanggan.

Perusahaan yang mampu meningkatkan kinerja produk maupun jasanya, mengurangi biaya serta risiko yang akan ditanggung pembeli, atau dapat memberikan manfaat yang sangat dirasa penting oleh pelanggan maka perusahaan tersebut bisa sukses dalam menerapkan strategi diferensiasi. Perusahaan yang berhasil dalam menerapkan strategi diferensiasi maka dapat menetapkan harga premium terhadap produk dan jasanya, meningkatkan pangsa pasarnya serta dapat meningkatkan keuntungan karena pelanggan akan teringat dan loyal. Setidaknya perusahaan harus mampu menghasilkan produk maupun jasa yang berbeda dimata pelanggan dari para pesaingnya.

Menurut (Wijaya, 2020: 63) dalam jurnal pendidikan ekonomi strategi diferensiasi adalah perbedaan diferensiasi produk, perbedaan pelayanan,

perbedaan karakteristik personil dan perbedaan citra. Serta dapat diukur menjadi menampilkan produk secara fisik lebih unik dan menarik, pelayanan jasa yang lebih berkualitas, sumber daya manusia yang lebih berkompeten serta menciptakan citra sebuah merek yang berbeda di masyarakat.

Keistimewaan atau perbedaan produk dapat dilakukan dengan menciptakan produk yang berbeda dari bentuk, dimana bentuk produk yang ditawarkan berbeda dari pesaing. Selain itu keistimewaan dapat diperoleh dari pelayanan dimana perusahaan memberikan pelayanan yang lebih baik kualitasnya sehingga dapat membuat konsumen senang dilayanani oleh perusahaan ketimbang pesaing. Keistimewaan juga timbul dari sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan, dari pengetahuan dan kemampuan yang luas baik dari teknik penggunaan peralatan ataupun kreatifitas yang tinggi dapat menciptakan bentuk atau pola produk berkualitas yang berbeda dari pesaing (Zahara, Danial and Samsudin, 2020).

Ruang lingkup umum dalam melakukan diferensiasi yaitu memberikan pelayanan yang istimewa terhadap pelanggan, adanya ciri khas produk, keandalan produk tanpa kompromi, baiknya kualitas produk, serta luasnya pengetahuan tentang produk.

c. Strategi Fokus (*Focus Strategy*)

Strategi fokus merupakan strategi dimana perusahaan hanya memilih satu maupun beberapa segmentasi pasar, mengidentifikasi kebutuhan, minat dan keinginan pelanggan serta mendekati pelanggan dengan memberikan produk sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan, keminatan serta keinginan pelanggan. Strategi fokus dikembangkan melalui berbagi segmen pasar. Pengusaha harus mampu memahami bagaimana menambah nilai terhadap produk maupun jasa untuk pelanggan.

Perusahaan yang fokus hanya akan memprioritaskan satu segmen tertentu untuk dilayani ketimbang harus melayani seluruh segmen pasar. Strategi fokus sangat ideal diterapkan pada usaha kecil karena masih kurangnya sumber daya untuk melayani pasar secara keseluruhan.

Yang menjadi dasar dalam strategi fokus yaitu penguasaan total terhadap suatu geografis kecil tertentu, menargetkan pelanggan yang hampir mempunyai ketertarikan atau kebutuhan yang sama dan mengkhususkan diri pada suatu produk maupun jasa.

Risiko menggunakan strategi ini yaitu perusahaan harus mampu menarik para pelanggan dalam pasar yang sangat kecil untuk bisa mendapatkan keuntungan. Suatu perusahaan kecil yang telah sukses dalam pasaran akan terancam dengan perusahaan besar yang mampu merebut pangsa pasarnya. Pengusaha yang menggunakan strategi fokus harus menjaga biaya perusahaan agar tetap rendah, volume bisnis yang kecil akan meningkatkan biaya produksi dengan berbagai cara, sehingga membuat perusahaan sangat rentan kalah saing pada saat harga perlahan-lahan naik (Hery, 2020: 29).

Strategi ini dapat berupa fokus pada harga termurah (Cost leadership), fokus pada kualitas produk yang memiliki keunikan (differentiation) maupun fokus pada keduanya yaitu produk dengan harga terendah yang memiliki keunikan (cost leadership dan differentiation)

Fokus pada biaya (Cost Leadership) strategi ini membuat efisien biayanya, namun sekaligus mencari ceruk pasar tertentu yang mengganggu pemimpin pasar (Market leader). Contohnya, daripada bersaing secara langsung, lebih baik perusahaan memasok peritel modern untuk memasarkan merek dagang toko. Mutunya yang di promosikan perusahaan “lumayan” tapi perusahaan dapat berhemat dalam biaya komunikasi.

Fokus pada Diferensiasi (Differentiation Fokus) strategi ini berfokus pada sekelompok pasar tertentu, segmen lini produk tertentu atau geografis tertentu. Contohnya sebuah perusahaan produksi film dimana hanya menawarkan film anak-anak saja dan penerbit buku atau majalah yang hanya menyediakan buku bergenre anak-anak/ dewasa (Odeth, 2017).

Syarat untuk menerapkan strategi ini adalah adanya besaran pasar yang cukup, terdapat potensi pertumbuhan yang baik, serta tidak terlalu diperhatikan oleh para pesaing dalam proses mencapai keberhasilannya (pesaing tidak tertarik

untuk menyelami ceruk tersebut). Strategi ini menjadi lebih efektif jika konsumen memerlukan suatu kekhasan tertentu yang tidak diminati oleh perusahaan pesaing.

D. Landasan Teologis

1. Analisis SWOT dalam pandangan Islam

Analisis SWOT telah tertuang dalam kehidupan, sesuai dengan ayat al-quran dimana allah bersabda:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ ۖ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Hasyr ayat 18)

Jika dipahami dalam kalimat tersebut , terdapat pertanyaan dari Allah SWT terkait mengharuskan untuk berpikir dan bermuhasabah terhadap apa yang akan dilakukan dan apa yang sudah dilakukan dalam hidup. Namun kita juga perlu memperhatikan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan menurut Allah SWT, Kerjakanlah yang diperintahkan-Nya dan tinggalkan lah yang menjadi larangan-Nya. Dengan itu kita dapat menggunakan sebuah cabang ilmu manajemen dengan memanfaatkan strategi manajemen. Bila analisis swot dikupas satu persatu , maka hal utama yang akan dibahas tentang kekuatan kita sebagai umat islam adalah keimanan. Hal tersebut merupakan modal yang sangat besar kerana tidak semua orang mendapatkan hidayah tersebut.

Kekuatan yang lain yaitu kesehatan, kemampuan berpikir, peluang melakukan hal hal yang berpotensi dan sedikit kekayaan. Kelemahan kita mungkin dalam cangkupan ilmu yang diperoleh, sebab dalam islam sebuah ilmu harus mendahului amal. Sedangkan tantangan dalam kehidupan yaitu masalah

tentang pola kehidupan yang dipengaruhi dengan pola pikir materialistic yang mengunggulkan kesenangan dunia.

2. Bersaing dalam Islam

Ajaran islam selalu mewajibkan terhadap umatnya untuk mencari rezeki dengan jalan yang halal atau di ridhoi Allah SWT. dalam syariat islam mencari rizki haruslah dilakukan atas dasar jalan kebaikan untuk kemaslahatan umat manusia. Prinsip dasar yang mewajibkan untuk mencari rizki yang halal telah di cantumkan dalam firman Allah SWT. Diantaranya adalah

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Qs. An Nisa ayat 29)

Dari ayat tersebut dijelaskan bahwa boleh melakukan perniagaan tetapi dengan dasar kerelaan bersama tidak boleh dengan cara-cara yang batil (tidak benar). Karena ketika jual beli dilaksanakan dengan keterpaksaan maka hukumnya menjadi tidak sah. Dalam kegiatan jual beli tidak boleh ada unsur zolim kepada manusia lain baik itu individu maupun masyarakat. Tindakan jual beli secara batil seperti melakukan pencurian, riba, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap menyuap serta lain sebagainya.

Dalil tersebut di perkuat oleh hadis Nabi Muhammad SAW di riwayatkan oleh Imam at- Thabarani yang berbunyi ;

طَلَبُ الْحَلَالِ لِوَاجِبٍ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

Artinya :

“ Setiap kaum muslim diwajibkan mencari rezeki yang halal”

Dalam hadis tersebut imam al-Munawi menjelaskan bahwa hadis ini memiliki makna setiap umat islam yang hendak berbuat sesuatu harus mengetahui hukum kehalalan dan keharamannya. Dalam hal ini termasuk dalam persaingan usaha yang di hukumkan halal yaitu persaingan usaha yang sehat dengan didasari sifat kejujuran, keterbukaan, dan keadilan, maslahat untuk semua umat serta memenuhi persyaratan-persyaratan keabsahan sebuah persaingan usaha (Ahmad *et al.*, 2019: 54)

Islam mengkategorikan persaingan usaha sebagai salah satu bentuk mu'amalah yang dibolehkan selagi tidak berdampak negatif, merusak dan merugikan. Persaingan usaha yang tidak di perbolehkan yaitu yang melanggar syariat islam seperti melakukan penipuan, penawaran palsu, mencegat penjual dan lain-lain.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian lapangan (*Field Research*) dimana penelitian ini dilakukan dengan mengamati secara langsung dan menganalisis data yang diperoleh dilapangan secara langsung baik itu data yang diperoleh berupa data lisan maupun data tertulis atau dokumen. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif

B. Tempat dan Waktu

Tempat penelitian yang dipilih yaitu Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang berlokasi di Jln. Wadas Kelir RT.07/05 Windusara, Karangklesem, Kec. Purwokerto Selatan, Kab.Banyumas. Pemilihan tempat dikarenakan menarik untuk diteliti karena memiliki strategi tersendiri untuk bisa memperoleh *value* dari konsumen terhadap produknya. Waktu yang diperlukan untuk melakukan penelitian kurang lebih 2 bulan atau menyesuaikan dengan waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi.

C. Subjek dan Objek

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian merupakan orang, tempat atau benda yang akan diamati sebagai sasaran penelitian. Adapun subyek dalam penelitian ini adalah pimpinan, anggota, dan konsumen Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

2. Obyek penelitian

Obyek penelitian merupakan hal yang menjadi sasaran dalam penelitian yang dilakukan atau pokok permasalahan yang dicari untuk bisa menghasilkan data secara lebih terarah. Obyek penelitian ini yaitu Ancaman, Kelemahan, Peluang, dan Kekuatan pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dalam menentukan Strategi Bersaing.

D. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber yang dapat memberikan informasi terkait penelitian secara langsung. Sumber data tersebut memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian sebagai bahan informasi yang dicari. Data

primer merupakan data yang berbentuk verbal maupun kata-kata yang diungkapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subyek yang telah dipercayainya, dalam hal ini adalah informan yang telah berkenan.

Data primer penelitian ini diambil dari sumber berupa interviu dan observasi terhadap penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

2. Sumber Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data yang menjadi bahan penunjang dan melengkapi dalam proses menganalisis selanjutnya data ini disebut juga data tidak langsung. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari dokumen penjualan, foto, serta dokumen-dokumen seperti literatur serta arsip-arsip yang telah dikumpulkan pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang terdapat kaitannya dengan judul penelitian secara gambaran umum dari objek yang diteliti (Feni, 2020).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi (Pengamatan)

Observasi merupakan mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang akan diteliti disertai dengan pencatatan obyek yang diteliti.

Dalam hal ini peneliti menggunakan jenis observasi partisipasi. Dimana peneliti terlibat langsung dalam keseharian kegiatan informan ,dengan melihat strategi bersaing yang dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan kepada narasumber atau pihak yang diwawancarai untuk memperoleh informasi yang terkait dengan permasalahan penelitian. Teknik wawancara dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam yaitu peneliti melakukan penelitian dengan memberikan pertanyaan mendalam terkait permasalahan penelitian secara langsung kepada pimpinan, anggota serta beberapa pelanggan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang berupa tulisan, gambar maupun karya-karya monumental dari seseorang. Data ini sifatnya tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Dokumen pada penelitian ini berasal dari dokumen-dokumen atau data terkait dengan permasalahan penelitian, baik itu buku catatan pembelian maupun gambar yang dapat mendukung data penelitian (Yulistiyaningrum, 2021).

Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi Daftar harga paket penerbitan, foto kegiatan pemasaran, Brosur Pemasaran, Struktur Organisasi dan CV Relawan. Tegaskan data-data seperti apa yang dikumpulkan melalui dokumentasi!

F. Teknik Analisis Data

Setelah data sudah di peroleh dan dikumpulkan kemudian data akan dianalisis dengan metode kualitatif model interaktif dari Miles dan PHuberman yaitu mulai dari tahapan, Reduksi data, Penyajian atau Display data, terakhir Kesimpulan atau Verifikasi. Dimana prosesnya berlangsung secara sirkuler selama penelitian masih berlangsung. Untuk lebih jelasnya sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses memilih, memfokuskan data pada penyederhanaan, abstraksi dan transformasi terhadap data kasar yang muncul dari data-data yang diperoleh dari penelitian lapangan. Proses ini berjalan terus menerus hingga penelitian berakhir, bahkan sebelum data terkumpul keseluruhan, dapat dilihat pada kerangka konseptual penelitian, permasalahan penelitian dan metode pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti.

Reduksi data meliputi: 1. Ringkasan Data, 2. *Coding*, 3. Menelusuri tema, dan pembuatan *cluster*. Caranya pilih data, abstrak, atau deskripsi singkat secara ketat, dan kategorikan kedalam pola yang lebih luas.

2. Penyajian Data

Penyajian Data adalah kegiatan pada saat sekumpulan informasi disusun, sehingga memberikan kemungkinan untuk dilakukannya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk data pada penelitian kualitatif dapat berupa grafik, teks naratif berbentuk catatan lapangan, matriks, jaringan serta bagan.

3. Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan Kesimpulan merupakan upaya yang selalu peneliti lakukan selama masih ada di lapangan. Dimulai dengan mengumpulkan data yaitu dengan mencari arti kata benda-benda, mencatat ketentuan pola-pola (dalam catatan teori), penjelasan, konfigurasi yang mungkin terjadi, alur sebab akibat dan proposisi. Kesimpulan ini dikerjakan secara longgar namun sudah ada kesimpulan yang nantinya akan disediakan. Pada awalnya kesimpulan belum jelas namun lama kelamaan akan menjadi lebih rinci dan jelas.

Proses verifikasi merupakan kegiatan meninjau ulang terhadap catatan lapangan, tukar pikiran dengan teman untuk menemukan kesepakatan intersubjektivitas. Jadi setiap makna budaya di uji lagi kebenarannya, kecocokannya dan kekokohnya yaitu validitasnya(Rijali, 2019).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi strategi bersaing pada bisnis Penerbitan Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto. Analisis SWOT merupakan langkah pengidentifikasian berbagai faktor dengan sistematis guna merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan faktor eksternal yaitu Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats) dan faktor internal yaitu Kekuatan (Strengths), Kelemahan(Weaknesses) (Rangkuti, 2019: 19).

a. Analisis Faktor Eksternal dan Internal

Sebelum pada tahap matriks analisis SWOT, peneliti diharuskan terlebih dahulu menentukan faktor eksternal dan internal yang ada pada perusahaan. Faktor Internal terdiri dari:

1) Kekuatan (*Strenghts*)

Situasi atau kondisi yang menjadi kekuatan dari perusahaan atau program yang dijalankan yang dapat dipergunakan untuk menjadi alternatif dalam menangani ancaman. Yang termasuk dalam faktor ini yaitu sumber daya, keahlian, atau kelebihan lain yang dapat diperoleh dari sumber keuangan, citra, keunggulan dipasar, serta hubungan baik diantara penjual dengan pembeli.

2) Kelemahan (Weakness)

Kegiatan-kegiatan yang tidak berjalan dengan baik maupun sumber daya yang dibutuhkan oleh perusahaan namun tidak terpenuhi. Kelemahan dapat menjadi penghambat berjalannya suatu strategi. Faktor penghambat ini dapat berupa fasilitas yang tidak lengkap, kurangnya sumber keuangan, kemampuan mengelola, keahlian pemasaran, dan citra perusahaan.

Sedangkan faktor eksternal terdiri dari:

1) Peluang(*Opportunity*)

Faktor yang memberi dampak positif pada perusahaan yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan untuk dapat dimanfaatkan oleh perusahaan. Yang merupakan faktor peluang seperti respons masyarakat atau isu yang sedang diangkat, perubahan kebijakan, perubahan persaingan, perubahan teknologi, dan perkembangan hubungan antara penjual dan pembeli.

2) Ancaman(*Threat*)

Faktor negatif dari lingkungan yang menimbulkan hambatan bagi berkembangnya perusahaan dan berjalannya program. Faktor yang dapat menghambat perusahaan yaitu: masuknya pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, meningkatnya antusiasme kegiatan tawar-menawar antara penjual serta pembeli, perubahan teknologi serta kebijakan baru (Suryatama, 2020: 26).

b. Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini bisa menginformasikan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang telah dimiliki perusahaan. Matriks ini menciptakan 4 (empat) set kemungkinan alternatif strategis.

Tabel 3.1
Diagram Matriks SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) ▪ Tetapkan 5-10 Faktor. Faktor-Faktor kelemahan Internal.	WEAKNESSES (W) Tetapkan 5-10 Faktor Kekuatan Internal
EFAS		
OPPORTUNIES (O) ▪ Tetapkan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Menciptakan skema yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO Ciptakan Strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
TREATHS (T) ▪ Tetapkan 5-10 faktor ancaman eksternal.	STRATEGI ST Menciptakan skema yang mempergunakan kekuatan untuk menjadi solusi dalam mengatasi ancaman.	STRATEGI WT Menciptakan suatu skema yang mengurangi kelemahan serta ancaman.

Sumber : Buku karya Fredd Rangkuti teknik membedah kasus bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI

Empat alternatif strategi yang di peroleh matriks SWOT adalah sebagai berikut:

1. Strategi Kekuatan-Peluang (SO) yaitu strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk memperoleh dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ini merupakan strategi yang menyerang dengan penuh inisiatif dan terencana atau disebut juga strategi agrasif positif. Strategi yang mempergunakan semua kekuatan sehingga peluang yang ada dapat dimanfaatkan. Data program atau kegiatan yang akan diadakan, waktu pelaksanaan, dan tempat dilaksanakannya program sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara terencana dan terukur. Strategi SO membuat organisasi mengejar peluang-peluang yang ada di luar dengan mempertimbangkan kekuatan organisasi.

2. Strategi Kekuatan-Ancaman (ST) yaitu menggunakan seluruh kekuatan yang ada pada perusahaan untuk bisa menghadapi maupun mengatasi ancaman yang datang. Dalam strategi ini diperlukan perancangan strategi turn around yaitu strategi mengubah haluan. Peluang eksternal yang besar yang penting untuk diraih, tetapi permasalahan internal atau kelemahan yang terdapat pada internal perusahaan menjadi fokus utama untuk dicarikan solusi, sehingga perlu dilakukan penurunan skala dalam pencapaian peluang yang besar. Dalam hal tersebut kelemahan-kelemahan dalam perusahaan menjadi prioritas utama untuk di perbaiki dan di cari solusi untuk mendapatkan peluang tersebut.
3. Strategi Kelemahan-Peluang (WO) yaitu memanfaatkan peluang yang ada untuk memperbaiki serta mengurangi kelemahan. Terkadang adanya peluang eksternal yang besar tetapi karena kelemahan internal suatu perusahaan membuat perusahaan tidak mampu memanfaatkan peluang tersebut. Strategi ini dapat di kenal dengan strategi diversifikasi atau strategi perbedaan (Istiqomah and Andriyanto, 2017).
4. Strategi Kelemahan-Ancaman (WT) yaitu lebih memfokuskan pada usaha untuk bertahan dan mencoba mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman (Rangkuti, 2019: 84).

G. Uji Keabsahan Data

1. Uji Kredibilitas (*Credibility*)

Tujuan uji kredibilitas data dalam penelitian ini digunakan untuk derajat kepercayaan atau derajat akurasi data. Dengan kata lain data yang diperoleh dalam proses penelitian apakah sudah dianggap kredibel atau belum. Beberapa cara untuk melakukan uji kredibilitas data yaitu dengan triangulasi, *member check*, perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, diskusi dengan teman sejawat, dan analisis kasus negatif.

2. Uji Keteralihan (*Transferability*)

Uji Keteralihan atau *transferability* adalah uji keabsahan data berkenaan dengan derajat ketepatan ataupun sejauh mana hasil penelitian dapat diterapkan pada situasi yang lain. Tugas peneliti adalah membuat dan menyusun laporan

yang mudah dipahami oleh orang lain sehingga dapat diterapkan pada situasi yang berbeda. Laporan yang dapat dipahami adalah laporan yang disusun secara sistematis dan parisimoni (menyederhanaan hal yang rumit), terinci, jelas dan dapat dipercaya. Semakin mudah di pahami maka semakin baik tingkat *transferability* suatu hasil penelitian.

3. Uji *Dependability* (*Auditability*)

Uji *dependability* atau *auditability* adalah uji keabsahan data berkenaan dengan apakah hasil penelitian dapat direplikasi oleh penelitian yang berbeda. *Uji dependability* disebut juga *auditability* yang berarti penelitian yang dianggap baik adalah penelitian yang telah diaudit pihak lain. Pihak lain tersebut dapat berupa pihak independen yang secara khusus diminta untuk mengaudit seperti pihak pembimbing atau promotor.

4. Uji *Confirmability*

Uji *confirmability* adalah uji keabsahan data dengan derajat banyaknya kesepakatan orang terkait topik penelitian yang sama. Uji ini dapat diaplikasikan dengan meminta pendapat dari para pakar atau peneliti yang pernah melakukan penelitian dengan topik yang sama. Uji *Confirmability* hampir sama dengan uji triangulasi antar peneliti perbedaannya terletak pada waktu meminta pendapat. Triangulasi antar peneliti dilakukan pada waktu proses pengumpulan data sedangkan *confirmability* dilakukan pada saat proses penelitian sudah mau selesai (Hermawan and Amirullah, 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

1. Sejarah singkat Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto Selatan

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan suatu usaha yang bergerak pada bidang penerbitan. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto beralamat di Jln. Wadas Kelir RT.07 RW.05, Karangklesem, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan salah satu penerbit yang ada di Purwokerto. Penerbit ini menawarkan jasa 3 paket penerbitan yang pertama basik, kedua standar dan yang terakhir premium selanjutnya terdapat jasa perubahan format naskah penelitian atau skripsi menjadi buku dan terdapat produk penerbitan ada kaos, mug dan tote bag yang desainnya bisa dari sampul buku.

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan penerbit indi yang telah menerbitkan bermacam-macam buku dengan berbagai genre. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan salah satu lini ekonomi kreatif di Rumah Kreatif Wadas Kelir yang berfokus pada dunia literasi dan penerbitan. Selain itu penerbit ini merupakan bentuk penerapan literasi finansial yang diterapkan oleh Rumah Kreatif Wadas Kelir. Akun instagram resminya adalah @wadaskelirpublisher_

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir telah berdiri dari bulan September 2016. Segmentasi buku yang diterbitkan yaitu buku sastra seperti puisi, dongeng dan cerpen. Namun selain menerbitkan buku sastra juga menerbitkan buku-buku teori. Seiring dengan perkembangan teknologi penerbit ini mampu bertransformasi yang tadinya hanya menerbitkan buku saja hingga mampu membuat berbagai kegiatan yang menarik dan bermanfaat dalam dunia kepenulisan.

2. Visi, Misi dan Tujuan

a. Visi

- 1) Memberikan karya terbaik untuk para konsumen.
- 2) Menjadi penerbit yang unggul, inovatif dan profesional.

b. Misi

- 3) Menghadirkan buku-buku unggul berkualitas.
- 4) Mempertemukan literasi dengan masyarakat.
- 5) Menyediakan pelayanan penerbitan buku yang ramah.

c. Tujuan

- 1) Meningkatkan fungsi dan peran buku dalam kehidupan masyarakat
- 2) Memajukan industri penerbitan buku, sebagai upaya ikut serta secara aktif mencerdaskan dan meningkatkan peradaban bangsa.
- 3) Mencari finansial untuk mengembangkan Rumah Kreatif Wadas Kelir.
- 4) Menyebarkan virus literasi kepada masyarakat.

3. Logo Perusahaan



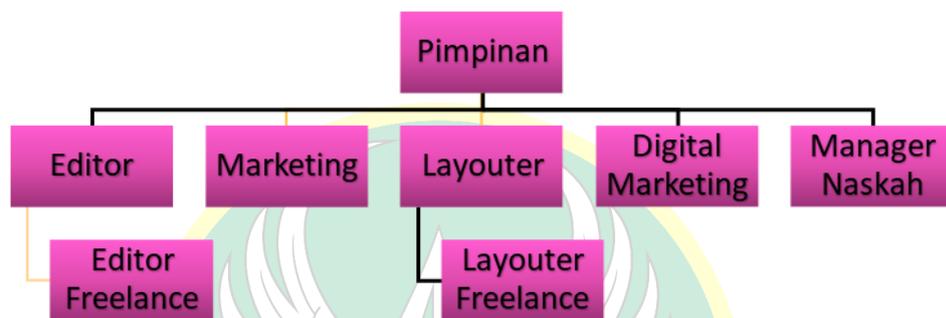
Makna Logo Perusahaan adalah :

Simbol W pada logo melambangkan Wadas Kelir dimana itu diambil dari logo utama Rumah Kreatif Wadas Kelir dimana Penerbit ini dinamakan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, yang merupakan dibawah naungan Rumah Kreatif Wadas Kelir. Bentuk kelir bermakna segala sesuatu dikerjakan secara tuntas dan profesional. Warna ungu pada logo penerbitan melambangkan kemuliaan, kemewahan, kekuatan, kreativitas, pengabdian, kedamaian, dan ambisi. Makna dari warna ungu yang dijadikan dasar untuk penerbitan bergerak. Dengan logo warna ungu tersebut diharapkan penerbit ini mengalami kemakmuran dan dapat berguna untuk masyarakat. Sedangkan Font Garamond pada tulisan “Penerbit

Rumah Kreatif Wadas Kelir” mempresentasikan karakter modern yang relate dengan gerakan penerbitan yang modern dan berkemajuan.

4. Struktur Organisasi Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir membagi tugas sesuai dengan keahlian yang dimiliki masing-masing anggota sebagai bentuk dari sistem pengelolaan sumber daya manusia. Dibawah ini merupakan struktur organisasi yang ada pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir:



Gambar 4.2
Struktur Organisasi

Struktur Organisasi

Pemilik (<i>Owner</i>)	: Heru Kurniawan
Pimpinan	: Mukhamad Hamid Samiaji
Editor	: Titi Anisatul Laely
Marketing	: Fitria Nur Azizah
Layouter	: Rafli Adi Nugroho
Digital Marketing	: Diana Rahmawati
Manager Naskah	: Chatelya ZahraNur Afifah

5. Deskripsi Jabatan (*Job Description*)

Berikut ini merupakan deskripsi jabatan dari masing-masing posisi yang ada pada struktur organisasi Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir:

a. Pimpinan

Pimpinan bertugas untuk mengatur pola kerja, membagi tugas pada masing-masing anggota team, dan mengarahkan serta mengawasi anggota team dalam melaksanakan tugasnya. Selain itu pimpinan bertugas dalam membuat

desain cover buku, membuat desain promo buku, membuat desain flayer kegiatan, membuat desain sertifikat dan juga desain lainnya.

b. Editor

Tugas editor yaitu menyeleksi naskah yang masuk, menyunting naskah yang dinilai layak untuk di terbitkan, mengedit tipografi, ejaan dan tanda baca kemudian menginput naskah yang telah selesai di edit dan mengecek hasil yang telah di layout dan membuat kata-kata di *back cover*.

c. Marketing

Tugas dari seorang marketing yaitu membantu pimpinan dalam mengatur jadwal harian anggota, berkomunikasi dengan vendor, mencatat laporan keuangan dan menetapkan harga dan mengurus tentang keuangan.

d. Layouter

Memiliki tugas dalam menyusun naskah dan mengatur tata letaknya, mengecek kelengkapan dokumen, dan melengkapi dokumen yang belum lengkap selain itu membuat desainer.

e. Digital Marketing

Bertugas dalam melakukan pemasaran melalui media online maupun secara langsung. Kegiatan yang dilakukan seperti membuat kata-kata yang menarik agar konsumen tertarik terhadap produk yang kemudian dishare di media sosial. Selain itu bertugas dalam merumuskan strategi pemasaran baik online maupun offline, melakukan penawaran terhadap konsumen, merekap data penjualan dan memastikan kepuasan konsumen.

f. Manager Naskah

Bertugas mengatur proses pengerjaan naskah mulai dari naskah masuk hingga selesai (jadi). Manajer naskah juga dituntut untuk selalu mengingatkan anggota yang bertugas untuk menyelesaikan naskah.

B. Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

1. Data Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil penelitian dengan empat indikator utama yaitu kekuatan, kelemahan peluang dan ancaman untuk mengetahui strategi bersaing

yang tepat dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto Selatan.

a. Kekuatan

Kekuatan merupakan sesuatu hal yang dimiliki oleh perusahaan yang mampu menambah nilai dari sesuatu dan membuatnya lebih istimewa dibandingkan dengan lainnya. Kekuatan dapat diperoleh dari Sumber Daya Keuangan, Citra, Kepemimpinan pasar, hubungan pembeli/pemasok, dan faktor-faktor lain.

Dari hal tersebut dapat dilihat melalui wawancara yang dilakukan dengan pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu Mas Mukhamad Hamid Samiaji yang dilakukan pada tanggal 03 Maret 2022.

Menurut Mas apa kelebihan yang dimiliki oleh produk Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

“Kelebihannya itu kita memberikan fasilitas secara lebih ngga hanya sampai bukunya itu terbit tetapi kita memfasilitasi juga untuk bedah buku terus pelatihan, desain promo, revisi cover dan layout sampai 3 kali jadi bener-bener sesuai dengan kaidah kepenulisan. Intinya memenuhi kepuasan pelanggan dan membeikan fasilitas yang terbaik.”

Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?

“Pertama kita memanfaatkan background anggota yang ada di penerbit wadas kelir itu sendiri karena backgroundnya adalah mahasiswa dan juga dosen maka kita memanfaatkan teman-teman yang ada di kampus, kemudian jaringan yang dimiliki sama pak heru kemudian kita juga mengadakan kompetisi menulis sehingga dari peserta yang ikut itu melahirkan karya-karya yang dibutuhkan. Selain itu karena hari ini adalah eranya digital yang menjadi kekuatan untuk memasarkan dan menginformasikan penerbitan kita ya melalui media sosial seperti instagram kemudian facebook dan juga shopee. Selain itu kita juga bekerjasama dengan toko buku rumah kreatif wadas kelir. Yang menjadi kekuatan lagi kita menjaga kualitas jadi dari naskah masuk sampai dengan proses cetak itu kualitasnya bener-bener kita teliti mulai dari naskah masuk kemudian cek kelengkapan naskahnya kemudian editing bahasa dan typo grafi dilakukan oleh editor yang profesional kemudian layouter dan juga ilustrasi yang menarik.”

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kekuatan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu memiliki *background* akademisi dan mahasiswa dimana memiliki banyak relasi dan terdapat orang berpengaruh yaitu pak heru

selaku dosen UIN Syaifuddin Zuhri Purwokerto. Selain itu Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memberikan pelayanan dan fasilitas yang baik.

b. Kelemahan

Kelemahan merupakan keterbatasan pada sumber daya, keahlian, dan kemampuan yang serius sehingga menghambat kinerja organisasi berjalan secara efektif. Hal-hal yang dapat menjadi kelemahan diantaranya fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, keterampilan pemasaran dan citra merek.

Kelemahan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dapat dilihat melalui wawancara yang telah dilakukan dengan pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu Mukhamad Hamid Samiaji pada tanggal 03 Maret 2022.

“Pertama karena kita belum memiliki mesin cetak sendiri jadi kita masih kolaborasi dengan percetakan lainnya. Kemudian karena ini adalah penerbitan yang berbasis swadaya relawan jadi ngga ada modal untuk mengembangkan ini. Untuk pendanaan kita masih cari sana sini gali lobang tutup lobang.”

Pernyataan tersebut di tambahkan oleh Fitria Nur Azizah selaku Marketing dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang diwawancarai pada 03 Maret 2022.

“Kelemahan saat ini yang masih kita miliki itu yang pertama kurangnya sumber daya manusia dalam hal kuantitasnya. Yang kedua bukan total full karyawan tapi kita masih belajar kaya kuliah lah jadi waktunya masih terbagi-bagi.”

Dari hasil penjelasan tentang kelemahan dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir harus segera dilakukan perbaikan administrasi keuangan perusahaan dan manajemen waktu, berusaha memiliki mesin cetak sendiri dan menambah beberapa sumber daya manusia untuk mengisi bagian utama yang kurang.

c. Peluang

Peluang adalah kondisi lingkungan dari luar yang memungkinkan organisasi untuk mengambil keuntungan dari kekuatan organisasi, mengatasi kelemahan organisasi atau menetralsir ancaman lingkungan. Yang merupakan faktor dari peluang yaitu respons masyarakat, perubahan kebijakan, perubahan

persaingan, perubahan teknologi dan perkembangan antara hubungan penjual dengan pembeli.

Dari hal tersebut dapat dilihat yang menjadi peluang dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dari hasil wawancara dengan Mukhamad Hamid Samiaji selaku pimpinan pada tanggal 03 Maret 2022.

Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi peluang perusahaan?

“Peluang dari penerbitan itu peluangnya banyak ketika kita melihat segmentasi pasar yaitu guru, guru itu kan membutuhkan anak kredit untuk kenaikan pangkat/ jabatan fungsional misal subnya adalah berkaitan dengan publikasi buku lah itu menjadi peluang tersendiri ketika musimnya guru-guru itu pada mau naik jabatan itu kan perlu menerbitkan buku sama juga dengan dosen-dosen menjadi peluang tersendiri untuk penerbitan kita. Kemudian dengan adanya gerakan literasi sekolah juga itu kemudian kita juga bisa masuk ke sekolah-sekolah untuk menjalin kerjasama untuk kaitannya dengan pelatihan, pelatihan menulis dan penerbitan buku.”

Pernyataan tersebut di tambahkan oleh Fitria Nur Azizah selaku Marketing dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang diwawancarai pada 03 Maret 2022.

Apa saja inovasi yang dilakukan oleh penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

“Inovasi yang dilakukan salah satunya itu melalui kelir sastra kita membuka kerjasama dengan berbagai instansi pemerintahan dalam mencerminkan berbagai kegiatan kita, selain itu kita juga melakukan promosi melalui berbagai media sosial IG, Shopee, Facebook, Tic Tok. Juga lewat WA juga sih, untuk youtube kita masih menggunakan rumah kreatif wadas kelir ada beberapa video yang terkait dengan penerbit yang sudah di cantumkan di youtube itu.”

Dari penjelasan diatas terkait peluang yang ada pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir bahwa dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan menarik serta syarat kenaikan pangkat guru maupun dosen dapat menaikkan penjualan jasa.

d. Ancaman

Ancaman merupakan elemen yang membuat perusahaan sulit dalam mencapai tujuan situasi itu tidak menguntungkan perusahaan. Ancaman dapat membuat perusahaan kehilangan keunggulan dalam persaingan.

Dari hasil wawancara dengan Mas Mukhamad Hamid Samiaji selaku pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dapat diketahui ancaman yang dilakukan pada tanggal 03 Maret 2022.

Menurut mas hal apasaja yang menjadi ancaman untuk perusahaan?

“Ancamannya itu dengan adanya penerbit-penerbit lain yang bermunculan hari ini dan kemudian membanting harga biasanya itu cukup berpengaruh juga terkait dengan konsumen yang masuk kepenerbitan kita.”

Pernyataan tersebut di tambahkan oleh Fitria Nur Azizah selaku Marketing dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang diwawancarai pada 03 Maret 2022.

“Terus juga dari ketidakstabilan kondisi apalagi saat sekarang kaya misal dalam hal pandemi seperti adanya pandemi membuat kegiatan dibatasi sehingga kita tidak bisa mengadakan even atau memasuki sekolahan.”

Dari penjelasan diatas yang menjadi ancaman bagi Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dalam bersaing dan meningkatkan pendapatan. Hal tersebut dikarenakan adanya pandemi yang membuat kegiatan dibatasi. Pandemi sangat meresahkan masyarakat bahkan dalam dunia bisnis banyak pebisnis yang gulung tikar dan kesulitan keuangan. Akibat dari itu banyak penerbit yang membanting harga untuk menarik minat masyarakat.

2. Deskripsi Informan Penelitian

Tabel 4.1
Karakteristik Informan

No.	Nama	Umur	Jabatan
1	Mukhamad Hamid Samiaji	26	Pimpinan
2	Fitria Nur Azizah	25	Marketing
3	Rafli Adi Nugroho	20	Layouter
4	Diana Rahmawati	20	Digital Marketing
5	Chatelya Zahra Nur Afifah	20	Manager Naskah
6	Rini Mei Hastuti	35	Pelanggan
7	Narto Triyono	42	Pelanggan

(Sumber: Hasil Review Wawancara)

Jumlah informan dalam penelitian ini terdapat 7 orang dimana yang pertama Mas Mukhamad Hamid Samiaji selaku Pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, Mba Fitria Nur Azizah selaku Marketing Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, Mas Rafli Adi Nugroho selaku Layouter Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, Chatelya Zahra Nur Afifah selaku Manager Naskah Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, Diana Rahmawati selaku Digital Marketing Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dan 2 pelanggan setia Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan dalam melakukan persaingan dengan penerbit lain di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem, Purwokerto Selatan. Dengan mengetahui faktor yang menjadi penghambat dan pendukung dari perusahaan dapat mempermudah dalam melakukan analisis, yang nantinya bisa dijadikan sebagai acuan atau pedoman yang nantinya dapat menghasilkan ide atau inovasi yang mampu mengembangkan jasa Penerbitan Rumah Kreatif Wadas Kelir di Purwokerto.

1. Strategi Bersaing yang diterapkan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

a. Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership Strategy*)

Strategi Kepemimpinan Biaya merupakan salah satu strategi bersaing yang mampu membuat perusahaan memiliki keunggulan yang kompetitif dalam menarik minat beli konsumen dengan daya tarik utamanya yaitu harga yang lebih

rendah. Jika strategi ini dilakukan dengan baik maka dapat menjadi senjata strategi yang sangat hebat dalam bersaing. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir telah menerapkan strategi kepemimpinan biaya dimana mereka menerapkan harga yang relatif rendah namun dengan kualitas yang baik dan pelayanan yang seoptimal mungkin. Dengan hal itu konsumen merasa puas atas apa yang mereka dapat. Risiko dari strategi kepemimpinan biaya adalah akan meniadakan beberapa fitur produk yang dapat menekan biaya namun di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir tidak membuang fitur – fitur tersebut seperti halnya cover yang di buat sangat indah sesuai keinginan konsumen serta memakai kertas yang tebal dan baik walaupun harga yang ditawarkan relatif murah.

Dalam wawancara dengan salah satu pelanggan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu Bapak Narto Triyono pada tanggal 06 Maret 2022 mengatakan bahwa :

“Harga sangat terjangkau dan bisa di ikuti oleh teman –teman dan harga lebih rendah tapi kualitas bagus.”

Dipertegas oleh pernyataan terkait kualitas

“Kualitas produk yang saya alami sudah cukup bagus dari cover, kertasnya sudah tebal sudah bagus, isinya dan desainnya juga sudah sesuai yang saya harapkan.”

Dari sisi pelanggan strategi ini sangat sesuai dengan kebutuhan dimana terdapat pelanggan yang memiliki sifat lebih memilih harga rendah tanpa memperdulikan perbedaan produk, perbedaan merek dll.Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir juga memberikan berbagai pilihan harga sesuai dengan kemampuan konsumen dan mereka dapat request sesuai keinginan mereka. Harga yang ditawarkan dari mulai Rp.500.000- Rp. 700.000. Dengan dilakukannya hal tersebut maka konsumen akan merasa puas dan kepuasan itu akan membuat perusahaan memiliki posisi yang kuat dalam persaingan.

b. Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*)

Diverensiasi adalah strategi yang dapat dilakukan guna membuat perusahaan mampu lebih dari rata-rata dalam suatu bisnis tertentu supaya mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap merek karena sensitivitas terhadap harga strategi diferensiasi akan membuat produk selalu melekat di benak

konsumen, dalam melakukan strategi tersebut tentulah berbeda-beda antar industri (Abdillah et al., 2017). Perusahaan yang menerapkan Strategi Diferensiasi akan berusaha menghasilkan produk maupun jasa yang berbeda dan memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan yang lain. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir selalu berusaha memberikan hal-hal yang terbaik untuk para pelanggannya melalui berbagai faktor yang dianggap penting oleh pelanggan. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dalam pelayanannya tidak menekankan pada kuantitas atau jumlah produksi yang dihasilkan dalam waktu yang singkat, namun berorientasi terhadap hasil yang memiliki kualitas baik dan bagus sesuai dengan keinginan konsumen. Bahkan untuk memuaskan keinginan konsumen penerbit menawarkan revisi terhadap karya hingga 3 kali dalam hal cover hingga layout.

Pernyataan tersebut di dukung oleh wawancara yang dilakukan oleh pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu Mas Mukhamad Hamid Samiaji pada tanggal 03 Maret 2022.

“Kelebihannya itu kita memberikan fasilitas secara lebih ngga hanya sampai bukunya itu terbit tetapi kita memfasilitasi juga untuk bedah buku terus pelatihan, desain promo, revisi cover dan layout sampai 3 kali jadi bener-bener sesuai dengan kaidah kepenulisan. Intinya memenuhi kepuasan pelanggan dan membeikan fasilitas yang terbaik.”

Selain mampu mengutamakan kualitas dan memberikan pelayanan yang baik, bahan baku kertas yang di gunakan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memiliki ketebalan yang berbeda dari penerbit lain, sesuai dengan pernyataan dari para pelanggan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir sebagai berikut:

Wawancara yang dilakukan dengan Bapak Narto Triyono selaku Pelanggan Penerbit rumah Kreatif Wadas Kelir pada tanggal 03 Maret 2022

“Kualitas produk yang saya alami sudah cukup bagus dari cover, kertasnya sudah tebal sudah bagus, isinya dan desainnya juga sudah sesuai yang saya harapkan.”

Dan Wawancara yang dilakukan dengan Ibu Rini Mei Hastuti pada tanggal 22 Februari 2022.

“Dari kualitas kertasnya saja itu sudah beda ya mba, kualitas kertas antara RKWK sama penerbit yang lainnya yang harganya dibawah RKWK itu beda banget mba. Jadi kalo kertas di RKWK itu tebal terus untuk covernya itu aku sukane sama desainnya jadi kita mintanya apa mereka bener-bener merealisasikan sesuai dengan ekspektasi kita.”

Berdasarkan strategi tersebut Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir mampu bersaing dengan para pesaingnya hingga saat ini. Dengan kualitas dan pelayanan yang baik maka pelanggan akan menjadi loyal terhadap produk yang dihasilkan dan percaya dengan kerjanya.

c. Strategi Fokus

Strategi fokus merupakan strategi dimana pengusaha terfokuskan pada salah satu segmentasi pasar, mengidentifikasi kebutuhan, minat dan keinginan pelanggan serta mendekati pelanggan dengan memberikan produk sesuai dengan keinginan pelanggan. Dalam Penerbit rumah Kreatif Wadas Kelir memfokuskan segmentasinya kepada bidang pendidikan dimana pangsa utamanya adalah guru, dosen serta mahasiswa karena mereka melihat peluang yang besar dimana para guru dan dosen sangat memerlukan penerbitan buku maupun yang lainnya sedangkan pada mahasiswa sangat memerlukan penerbitan karya ilmiah. Untuk memenuhi kepuasan dan keinginan para pelanggannya Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir lebih mengutamakan pelayanan yang baik dan ramah serta kualitas dari kertas dan output yang bagus sesuai dengan keinginan pelanggan.

Dari hal itu dapat disimpulkan bahwa Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir terfokus pada Strategi fokus Diferensiasi dimana Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir mengutamakan pangsa pasar dalam bidang akademik dan mahasiswa dengan memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik. Melalui ceruk pasar yang tidak diminati pesaing itulah penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir mencari peluang. Dengan puasanya pelanggan maka akan menghasilkan *Value* tersendiri dibenak pelanggan.

d. Strategi Pemasaran

Salah satu faktor penting dari suatu kegiatan bisnis perusahaan adalah aspek pemasaran. Pemasaran dalam suatu bisnis merupakan hal yang sangat penting dimana pemasaran merupakan sarana interaksi antara perusahaan dan

pelanggan (Yosita, Poernomo and Wahyudi, 2018). Melalui pemasaran itulah pelanggan dapat mengetahui produk yang ditawarkan dan dapat menciptakan daya beli terhadap produk. Kegiatan pemasaran yang dilakukan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir diawali dengan kegiatan *mom by mom* atau strategi getuk tular selain itu juga menggunakan media digital seperti Facebook, Whatsapp dan Instagram. Namun untuk mempertahankan bisnisnya Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir melakukan inovasi dalam bidang pemasarannya dimana penerbit ini menyediakan pelayanan pemesanan melalui shopee dan pemasaran melalui Tiktok. Tentu dengan mengikuti perkembangan zaman dan trend akan membuat pelanggan banyak yang mengetahui dan menikmati.

C. Analisis SWOT Strategi Bersaing Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir di Purwokerto

1. Analisis faktor Internal dan Faktor Eksternal Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah melihat gambaran umum, visi dan misi dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir sampai melihat dan mengamati kondisi Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir terkini, strategi yang telah dilakukan dan kinerja yang telah dicapai dapat diketahui beberapa faktor internal dan eksternal yang ada di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

Beberapa faktor Internal dan eksternal yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

a. Faktor Internal

1) Kekuatan

a) Harga penerbitan yang relatif murah

Harga penerbitan buku yang relatif murah pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dapat menarik banyak pelanggan. Dengan harga yang relatif murah namun tetap memperhatikan kualitas dan pelayanan yang baik. Terdapat beberapa paket penerbitan yang sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan seperti paket Basic seharga 500.000 untuk 1-150 Halaman, paket Standar seharga 60.000 untuk 150-250 Halaman, dan paket Premium 700.000 untuk 250-350 Halaman.

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

Paket Penerbitan Buku

KAMI SIAP MENERBITKAN BUKUMU TANPA RAGU!

BASIC 500rb 1-150 Halaman	STANDAR 600rb 150-250 Halaman	PREMIUM 700rb 250-350 Halaman
<ul style="list-style-type: none"> ISBN COVER LAYOUT EDITING FEE PENJUALAN PROMO 	<ul style="list-style-type: none"> ISBN COVER LAYOUT EDITING FEE PENJUALAN PROMO 	<ul style="list-style-type: none"> ISBN COVER LAYOUT EDITING FEE PENJUALAN PROMO
Minimal Cetak 8 Eksemplar (4 Penulis, 2 Perpusnas, 1 Perpustakaan, 1 Penerbit) @25.000/eks	Minimal Cetak 8 Eksemplar (4 Penulis, 2 Perpusnas, 1 Perpustakaan, 1 Penerbit) @30.000/eks	Minimal Cetak 8 Eksemplar (4 Penulis, 2 Perpusnas, 1 Perpustakaan, 1 Penerbit) @35.000/eks

Informasi Lebih Lanjut
Admin (081227791977)

Gambar 4.3

b) Memanfaatkan Teknologi dengan baik.

Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir sangat mengikuti perkembangan zaman dimana di era sekarang banyak yang menggunakan media sosial. Penerbit ini mampu melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Youtube dan Tiktok hingga ke Aplikasi E-Commerce yaitu Shopee. Sehingga banyak masyarakat yang dapat mengetahui dan tidak ketinggalan terkait informasi promo dan even yang dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

c) Desain cover yang sesuai keinginan

Desain yang rapi dan sesuai dengan keinginan konsumen dapat menjadi daya tarik tersendiri dimana pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dapat mewujudkan keinginan desain dari para pelanggannya bahkan untuk memenuhi kepuasan tersebut Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memberikan revisi cover dan layout hingga 3 kali.



Gambar 4.4

d) Kertas yang tebal dan berbeda dari penerbit lain

Bahan utama dari sebuah usaha penerbitan adalah Kertas. Sehingga hal tersebut sangat menunjang kualitas. Kertas yang ada pada Penerbit rumah Kreatif Wadas Kelir memiliki ketebalan yang berbeda dari yang lainnya sehingga banyak pelanggan yang puas dengan kualitasnya.

2) Kelemahan

a) Fasilitas yang kurang lengkap

Fasilitas yang lengkap dapat membuat pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien serta target dapat terpenuhi dengan cepat. Pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir fasilitas yang paling menunjang belum terpenuhi dimana belum ada alat cetak sehingga harus bekerja sama dengan percetakan.

b) Kurangnya modal

Modal merupakan hal utama untuk pengembangan dan bersaing. Namun Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir belum memiliki modal yang cukup, pendapatannya masih galih lobang tutup lobang hal tersebut dikarenakan penerbitan ini berbasis swadaya relawan. Sehingga sangat perlu dilakukan manajemen keuangan yang lebih baik dan efektif seperti mencari pemasok bahan baku dan bahan penunjang yang lebih miring, memperkecil pengeluaran yang kurang penting dan lainnya.

c) Sumber Daya Manusia yang masih belajar

Pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir semua anggotanya masih menjadi pelajar dan ada yang mengajar sehingga waktunya tidak terfokus pada pekerjaan. Waktu mereka masih terbagi-bagi dengan pekerjaan diluar penerbitan. Hal ini merupakan kelemahan dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir. Oleh karena itu perlu adanya manajemen waktu yang akurat dalam bekerja.

b. Faktor Eksternal

1) Peluang

a) Adanya pelanggan yang setia

Adanya kesetiaan dari para pelanggan untuk melakukan penerbitan di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir membuat perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya promosi yang besar untuk memperkenalkan produknya karena pelanggan sudah percaya. Dengan adanya pelanggan yang sering melakukan penerbitan karena puas dan percaya tentu akan merekomendasikan untuk melakukan penerbitan di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir kepada teman, saudara atau keluarga.

b) Relasi dari *basic* akademisi dan mahasiswa

Relasi sangat menunjang terkenalnya sebuah usaha sehingga banyak yang mengetahui dan mencoba. Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memiliki anggota yang menjadi dosen di salah satu universitas dimana untuk kenaikan pangkat terdapat syarat yang harus dipenuhi seperti mempublikasikan karya ilmiah tentu itu menjadi peluang untuk usaha penerbitan ditambah lagi founder dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir merupakan dosen terkenal dan sering mengikuti berbagai kegiatan.

c) Berkembangnya Teknologi

Dengan berkembangnya teknologi mempermudah pekerjaan manusia dimana semua pekerjaan dapat dilakukan dengan cepat dan banyak. Selain itu kemudahan yang diperoleh seperti pengiriman atau penyebaran informasi, berkomunikasi, bertransaksi dan lain-lain.

2) Ancaman

a) Pandemi Covid-19

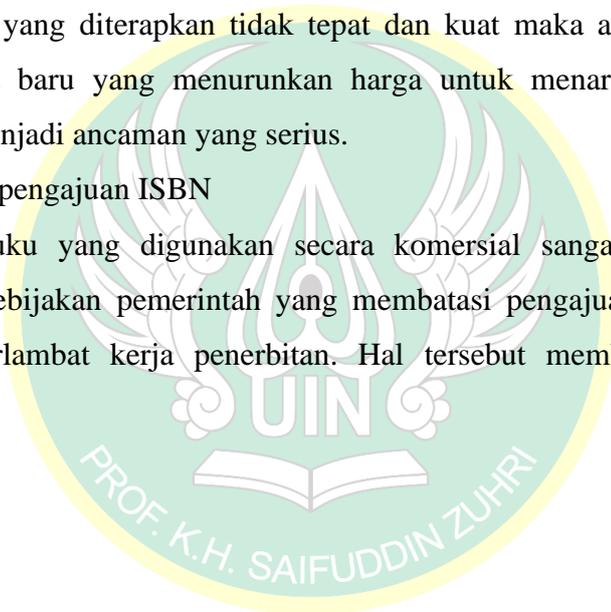
Banyak usaha yang mengalami gulung tikar dan penurunan pendapatan yang drastis. Banyak masyarakat yang dirumahkan sehingga tidak memiliki pendapatan dan seluruh kegiatan di batasi, hal tersebut membuat bisnis penerbitan susah untuk berinteraksi dengan masyarakat untuk mengembangkan usahanya serta perlu menurunkan harga atau mengadakan promo-promo.

b) Penerbit lain

Dalam dunia usaha tentu tidak dapat terhindar dari persaingan. Semakin banyak yang meminati bisnis penerbitan maka akan semakin banyak pesaing. Apabila strategi yang diterapkan tidak tepat dan kuat maka akan gulung tikar. Banyak penerbit baru yang menurunkan harga untuk menarik konsumen hal tersebut tentu menjadi ancaman yang serius.

c) Pembatasan pengajuan ISBN

Buku-buku yang digunakan secara komersial sangatlah memerlukan ISBN, namun kebijakan pemerintah yang membatasi pengajuan judul dalam 1 minggu memperlambat kerja penerbitan. Hal tersebut membuat target tidak terpenuhi.



		<p>diadakan oleh relasi.</p> <p>5. Pembuatan Website</p> <p>6. Memaksimalkan media sosial yang ada.</p>
<p>Threats (T)</p> <p>1. Banyak penerbit/pendatang baru</p> <p>2. Adanya Pandemi Covid-19</p> <p>3. Pembatasan pengajuan ISBN</p> <p>4. Adanya internet membuat orang-orang lebih suka membaca buku online, selain itu adanya pembajakan buku.</p>	<p>STRATEGI (S-T)</p> <p>1. Selalu menciptakan inovasi terhadap pelayanan dan produk yang unik dari perusahaan lain sehingga memiliki ke khasan produk maupun pelayanan.</p> <p>2. Menambah sistem pembayaran melalui Dompot Digital.</p> <p>3. Mempertahankan Kualitas produk/jasa yang baik dengan harga yang relatif murah.</p>	<p>STRATEGI (W-T)</p> <p>1. Mempermudah konsumen menemukan lokasi dengan memberi petunjuk arah dari jalan utama hingga lokasi perusahaan.</p> <p>2. Mengadakan mesin cetak sendiri.</p> <p>3. Sering memberikan diskon terhadap konsumen yang melakukan pembelian banyak sehingga dapat menarik minat beli konsumen dan kepuasan.</p> <p>4. Memanajemen waktu secara efektif sehingga dapat mencapai target.</p> <p>5. Meningkatkan promosi melalui media massa.</p> <p>6. Penilaian Kinerja Karyawan.</p>

Berdasarkan analisis matriks SWOT diatas bisa dijabarkan bahwa ada 4 set pilihan strategi yang dapat di terapkan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir di Purwokerto:

1. Strategi S-O

Strategi SO merupakan strategi yang ditetapkan sesuai jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebanyak-banyaknya. Strategi ini dikenal dengan strategi agresif positif yaitu menyerang dengan inisiatif dan terencana. Dalam strategi SO perusahaan mengejar peluang-peluang dari luar dengan memperhatikan kekuatan

yang ada pada perusahaan. Strategi SO yang disusun berdasarkan analisis diatas diantaranya meningkatkan kreatifitas dan keahlian serta meningkatkan kepuasan pelanggan melalui digital marketing untuk menarik konsumen yang potensial. Kualitas produk yang sudah baik harus terus di tingkatkan agar tidak monoton dan membosankan sehingga diperlukan ide-ide yang baru agar terlihat lebih menarik dan unik dimata pelanggan. Hal itu dilakukan dengan mengasah kreatifitas dan keahlian, apabila memiliki kreatifitas namun tidak memiliki keahlian maka kreatifitas itu tidak dapat diolah menjadi sesuatu yang bagus. Pelanggan akan *loyal* apabila mereka merasa puas, kepuasan itu dapat dilakukan melalui *Digital Marketing* dimana pada masa ini masyarakat lebih banyak menggunakan media sosial untuk berinteraksi sehingga ketika pelanggan puas dengan konten yang di buat baik dari pelayanan, grafik, ilustrasi dan hiburan lainnya maka Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir akan memiliki citra merek tersendiri dimata pelanggan.

Dalam bisnis untuk memperluas jangkauan target pemasaran bisnis dan bertambah pula pendapatan atau keuntungan yang di dapat diperlukan membuka cabang baru di tempat yang strategis dimana banyaknya penduduk atau instansi yang memerlukan penerbitan seperti di pusat kota. Selain itu tidak hanya membuka cabang baru saja namun diperlukan perluasan relasi pihak yang bersangkutan, yang tadinya hanya bidang akademisi dan mahasiswa kini merambah ke sastrawan, dan lain-lain.

2. Strategi W-O

Strategi ini dilakukan menggunakan cara memanfaatkan peluang yang ada untuk memperbaiki dan mengurangi kelemahan perusahaan. Dalam hal ini diperlukan rancangan strategi mengubah haluan atau turn around. Peluang dari luar yang dominan penting untuk didapatkan tetapi permasalahan dari dalam atau kelemahan yang ada pada perusahaan lebih penting untuk dicarikan solusi, sehingga pencapaian peluang yang dominan tadi perlu di turunkan skalanya. Dalam hal ini kelemahan yang ada pada perusahaan perlu diatasi untuk memperoleh peluang tersebut. Beberapa strategi WO yaitu meningkatkan jaringan bisnis yang lebih luas dengan aspek pendidikan di luar Kabupaten Banyumas.

Jaringan bisnis merupakan senjata yang sangat ampuh untuk melakukan pengembangan bisnis dimana melalui jaringan bisnis informasi dapat lebih mudah tersebar. Dengan menyebarnya informasi maka aspek lain pun akan cepat meluas. Dengan kondisi tersebut maka bisnis akan lebih mudah untuk berkembang. Salah satu yang dapat digunakan untuk membentuk jaringan bisnis yaitu melalui aplikasi IT (Informasi Technology) (Maulana, 2020, p. 133). Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir perlu sekali memaksimalkan berbagai media sosial yang sudah ada seperti Instagram,Whatsapp, youtube dan juga tiktok. Tiktok menurut penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2020), pada Agustus 2020 Tiktok dinobatkan sebagai aplikasi yang terlaris dengan jumlah unduhan user sebesar 63,3 juta baik melalui apple store atau play store. Berdasarkan hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa tiktok merupakan media sosial yang paling banyak diminati dan memiliki jumlah user yang banyak. Sehingga dengan melakukan promosi melalui media tersebut memungkinkan terlihat oleh banyak users dan memiliki potensi untuk menarik minat beli konsumen. Makadari itu Penerbit Rumah kreatif Wadas Kelir perlu mengoptimalkan aplikasi tiktok untuk promosi melalui pembuatan konten yang menarik dengan memanfaatkan berbagai fitur yang ada pada tiktok(Dewa and Safitri, 2021). Selain itu diperlukan website untuk mempermudah dalam melakukan promosi dimana akan menghemat biaya dan konsumen lebih mudah untuk mencari dan mengetahui informasi lengkap produk.

Selain melalui media sosial jaringan bisnis juga bisa diperluas dengan membangun relasi melalui mengikuti organisasi. Keuntungan memiliki relasi yang luas adalah semakin bertambah banyaknya koneksi dalam menjalankan dunia usaha (Maulana, 2020, p. 135). Seperti contoh ketika dalam suatu organisasi ingin melakukan penerbitan karya ilmiah maupun buku maka dapat merekomendasikan penerbitan tersebut.

3. Strategi S-T

Strategi ini dilakukan menggunakan seluruh kekuatan yang ada pada perusahaan untuk bisa mengatasi atau mengurangi ancaman yang datang. Strategi ST dikenal dengan strategi diversifikasi atau strategi pembeda (Istiqomah and

Andriyanto, 2017). Beberapa strategi ST yaitu Mempertahankan kualitas produk/jasa yang baik dengan harga yang relatif lebih murah di bandingkan penerbit lain. Harga berpengaruh terhadap daya beli produk yang ditawarkan kepada pelanggan sebagai pertimbangan.

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa harga merupakan sejumlah uang yang di tanggung untuk suatu produk atau jasa, atau pertukaran sejumlah nilai yang dilakukan konsumen untuk memperoleh manfaat-manfaat karena telah memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga memiliki peran sebagai alokasi dan informasi dalam pengambilan keputusan para pembeli yaitu:

- a. Peranan alokasi dari harga yaitu, fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat *utilitas* tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya.
- b. Peranan informasi dari harga yaitu fungsi harga dalam menjangkau konsumen mengenai faktor-faktor produk, misalnya kualitas. Hal ini bermanfaat saat pembeli berada pada situasi mengalami kesulitan dalam menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif. Persepsi dimata konsumen yaitu harga yang mahal mencerminkan kualitas yang cukup baik (Aprileny and Andriani, 2018).

Basu Swastha (2017: 185) menyatakan harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk melakukan perbedaan terhadap penawaran dari para pesaing. Maka penerapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi produk dalam pemasaran. Menentukan harga jual yang terlalu tinggi maka dapat membuat pelanggan lari ke perusahaan pesaing yang memiliki produk sama dengan harga relatif lebih murah, namun jika terlalu rendah dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan (Eriswanto and Kartini, 2019).

Untuk itu Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir perlu mempertahankan harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat dan kualitasnya. Dilihat dari harga yang ditawarkan kepada pelanggan, harga masih tergolong relatif murah dan dapat dijangkau oleh para konsumennya selain itu kualitas produknya juga tergolong bagus dengan harga yang relatif murah. Dalam hal ini strategi yang perlu dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir untuk mampu

bersaing dan mengembangkan usahanya yaitu selalu menciptakan inovasi baik dari pelayanan yang diberikan maupun produk sehingga perusahaan memiliki keunikan tersendiri yang menjadi ciri khas dari jasa yang diberikan. inovasi layanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan keputusan konsumen, loyalitas pelanggan serta kinerja bisnis pada perusahaan maka dari itu evaluasi terhadap inovasi pelayanan sangatlah penting. Chuang and Lin menjelaskan kolaborasi dari Information technology (IT) dengan inovasi layanan dapat menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan sehingga perusahaan mampu memiliki value tersendiri yang tinggi dimata konsumen. Selain itu dengan adanya Information technology (IT) membuat inovasi layanan menjadi lebih efektif dan efisien serta dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Mahmoud, Hinson and Anim, 2018). Inovasi terhadap layanan dapat menambah nilai dibenak pelanggan. Inovasi pelayanan yang dapat dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas kelir salah satunya menyediakan sistem pembayaran online melalui dompet digital. Dimana dompet digital dimasa moderen ini terutama dimasa pandemi covid 19 sangat banyak penggunaanya dalam belanja online. Berdasarkan survai dari Katadata.co.id Shopee merupakan dompet digital yang paling banyak digunakan. Orang banyak menggunakan dompet digital dikarenakan transfer uang yang mudah, cashback, hadiah, antar muka yang mudah, tidak perlu membawa uang tunai, minim risiko, tidak ada tagihan transaksi (Safitri, 2021). Pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir telah melakukan inovasi dengan melakukan penjualan melalui marketplace Shopee, sehingga perlu ditambahkan sistem pembayaran digital khususnya shopee pay.

4. Strategi W-T

Strategi ini menerapkan kegiatan yang sifatnya bertahan dan mencoba mengurangi kelemahan untuk menghindari ancaman. Dalam kondisi ini perusahaan sedang dalam bahaya dimana terdapat kelemahan dalam perusahaan dan ada ancaman dari luar perusahaan untuk menyerang. Jika tidak mengambil langkah atau strategi yang tepat maka kondisi ini akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan kedepan. Strategi yang dapat dilakukan yaitu Manajemen waktu dimana hal ini merupakan salah satu yang paling penting dalam

meningkatkan efektifitas kerja. Menurut Leman (2007) mendefinisikan bahwa manajemen waktu merupakan memanfaatkan atau menggunakan waktu sebaik mungkin dengan melakukan perencanaan yang terorganisir dan matang. Setiap individu akan melakukan pengaturan waktu sesuai dengan kebutuhannya dalam beraktivitas. Pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir anggotanya tidak hanya beraktivitas dalam kantor namun mereka masih terdapat kegiatan diluar kerjaan seperti kuliah dan mengajar. Dalam hal tersebut Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Sangat memerlukan Manajemen Waktu dimana mereka harus mengatur waktu mereka seefisien mungkin.

Selain itu diperlukan kegiatan penilaian kinerja karyawan dimana hal ini merupakan faktor yang sangat penting untuk kemajuan perusahaan namun sering terabaikan oleh manajer. Mathis dan Jackson (2006) berpendapat bahwa penilaian kinerja karyawan adalah proses mengevaluasi seberapa baik karyawan dalam melaksanakan pekerjaan mereka jika di bandingkan dengan seperangkat standar dan selanjutnya menginformasikan hal tersebut kepada karyawan. Dengan dilakukannya penilaian kinerja terhadap karyawan maka dapat memberikan gambaran perusahaan terkait apa respon dari karyawan terkait dengan pekerjaannya serta informasi tentang penetapan kompensasi, pelatihan dan pengembangan, promosi karyawan dan lainnya (Evita, Muizu and Atmojo, 2017). seperti halnya dalam Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memerlukan pelatihan dan pengembangan dimana hal tersebut untuk mengasah dan menambah ilmu serta softskill mereka sehingga karyawan akan lebih bisa berinovasi dan mengikuti perkembangan tren. Selain itu kompensasi juga sangat penting dalam perusahaan dimana itu akan menambah motivasi dan semangat karyawan dalam bekerja. Kompensasi yang dapat diberikan kepada karyawan yaitu penerimaan gaji/ upah, tunjangan, bonus atau komisi. Hal tersebut perlu diperhatikan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir agar karyawannya memiliki rasa loyalitas dan tanggung jawab terhadap pekerjaannya.

Jika dilihat dalam pemasarannya Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir perlu memperluas jaringan pemasarannya melalui media massa sehingga penerbit

dapat lebih dikenal oleh masyarakat dari seluruh kalangan khususnya yang ada di kota purwokerto seperti:

- a. Membuat brosur iklan yang berisikan informasi hal-hal menarik dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.
- b. Memasang spanduk di lokasi-lokasi yang dapat dilihat oleh banyak orang dari segala penjuru.
- c. Memasang iklan melalui koran/ surat kabar berisi prestasi dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.

Dari analisis pemilihan strategi alternatif yang telah dianalisis menggunakan analisis SWOT peneliti merekomendasikan strategi W-O sebagai strategi yang paling tepat untuk digunakan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir untuk masa yang akan datang dilihat dari faktor internal dan eksternal yang dimiliki perusahaan.

2. Kendala Bisnis dan Cara Mengatasinya

Kendala atau permasalahan yang dihadapi oleh Penerbit Rumah kreatif Wadas Kelir yaitu kelemahan yang berasal dari internal perusahaan dan ancaman dari eksternal perusahaan. Kelemahan (*weakness*) merupakan sumber daya atau faktor yang tidak dapat di kelola dengan baik oleh perusahaan sehingga menimbulkan dampak negatif untuk perusahaan. Dalam prakteknya keterbatasan kemampuan dapat terlihat dari kelengkapan sarana dan prasarana, proses manajerial yang kurang maksimal, kurang terampil dalam pemasaran, kurangnya minat calon pembeli terhadap produk, dan laba yang didapat kurang memuaskan bagi pimpinan maupun *investor*. Sedangkan ancaman adalah segala sesuatu yang dapat mengancam maupun menghambat perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya. Maka dari itu itu kelemahan dan ancaman merupakan kendala bagi perusahaan untuk melangkah lebih efektif dan efisien.

Setelah melakukan wawancara dan mencari dokumen terkait Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dapat diketahui beberapa kelemahan diantaranya: Sumber Daya Manusia yang kurang terutama dalam hal kuantitas, Minimnya ketersediaan modal/ biaya, Perolehan gaji karyawan yang belum sesuai dengan UMR, Fasilitas yang belum lengkap seperti mesin cetak, lokasi yang kurang

strategi karena masih terletak jauh dari jalan raya, belum memiliki website dan Sumber daya manusia yang masih berstatus pelajar. Serta ancaman yang dihadapi yaitu: Banyaknya penerbit , adanya pandemi Covid 19, pembatasan pengajuan ISBN, Adanya pembajakan buku.

Dari permasalahan yang ada maka peneliti merekomendasikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir untuk menangani permasalahan tersebut dengan cara: Mempermudah konsumen menemukan lokasi dengan memberi petunjuk arah dari jalan utama hingga lokasi perusahaan, Melengkapi Sarana dan Prasarana, Sering memberikan diskon terhadap konsumen yang melakukan pembelian banyak sehingga dapat menarik minat beli konsumen dan kepuasan, Memanajemen waktu secara efektif sehingga dapat mencapai target, Meningkatkan promosi melalui media massa seperti melalui Spanduk, Brosur dan lain-lain serta Penilaian Kinerja Karyawan.

3. Interpretasi Strategi Bersaing pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

Berbicara terkait strategi kepemimpinan biaya (cost leadership) untuk memperoleh keunggulan kompetitif sebuah usaha memerlukan peningkatan penjualan melalui persaingan harga yang rendah. Jika harga produk yang ditawarkan kepada konsumen mampu lebih rendah dari pada yang lain maka konsumen akan tertarik untuk membeli. Maka dari itu penetapan harga haruslah objektif. Untuk harga yang ditawarkan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dalam hal ini sudah terjangkau.

Biaya rendah (cost leadership) merupakan strategi perusahaan untuk menjadikan perusahaan menduduki tingkat efisiensi paling tinggi dan memiliki tingkat biaya yang paling rendah. Hal ini dibuktikan oleh konsumen Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yang mengatakan bahwa harga yang ditawarkan sangat terjangkau dengan kualitas kertas yang cukup tebal dan desain ilustrasi cover yang sesuai dengan keinginan konsumen. Hal inilah yang membuat Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memiliki nilai tersendiri dibandingkan penerbit lainnya.

Berbicara terkait strategi diferensiasi (differentiation strategy) agar produk dapat bertahan dalam persaingan penerbit harus membuat produk maupun

jasanya menjadi lebih unik dibandingkan penerbit lain. Dalam Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir memiliki keunikan tersendiri dimana penerbit ini menggunakan kertas yang berbeda dari penerbit lain serta pelayanan yang cukup bagus. Dalam pengeditan penulisan juga sudah sesuai dengan kaidah kepenulisan dimana editornya sudah profesional dibidang tersebut sehingga sudah terjamin tata bahasa dan ejaanya. Hal ini sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa ruang lingkup dalam melakukan diferensiasi yaitu memberikan pelayanan yang istimewa terhadap pelanggan, adanya ciri khas produk, keandalan produk tanpa kompromi, baiknya kualitas produk serta luasnya pengetahuan tentang produk.

Berbicara terkait strategi fokus (focus strategy) Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir hanya memfokuskan diri pada jasa penerbitan saja dan target pasar utamanya merupakan akademisi dan mahasiswa. hal ini sesuai dengan teori Michael E.Porter (2008) bahwa yang menjadi dasar dari strategi fokus yaitu penguasaan total terhadap suatu geografis kecil tertentu, menargetkan pelanggan yang hampir mempunyai ketertarikan atau kebutuhan yang sama dan mengkhususkan diri pada suatu produk maupun jasa.

Berdasarkan hasil penelitian berbanding lurus dengan penelitian terdahulu lainnya. Dimana dari beberapa penelitian analisis SWOT dapat dijadikan strategi alternatif yang dapat menjadi pertimbangan untuk mengembangkan strategi bersaing dan meningkatkan omset penjualan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Strategi Bersaing yang diterapkan pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir di Purwokerto adalah Strategi Kepemimpinan Biaya (*Cost Leadership*), Strategi Diferensiasi (*Differentiation Strategy*) dan Strategi Fokus (*Focus Strategy*).

Berdasarkan faktor internal dan eksternal dapat diketahui yang menjadi faktor strategis dari kekuatan yang ada pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu Kualitas produk yang baik yaitu dengan ketebalan kertas yang tergolong kuat dan berbeda dari penerbit lain serta menjalin kerjasama dengan berbagai instansi pemerintah dan sekolahan. Untuk faktor kelemahannya yaitu fasilitas yang masih kurang lengkap dan kurangnya permodalan serta anggota penerbit yang masih bersetatus mahasiswa/pelajar. Dan seluruh peluang yang ada yaitu pelanggan yang setia, relasi dari basic akademisi dan mahasiswa serta perkembangan teknologi dimana akan mempermudah kegiatan dan lebih efisien. Sedangkan yang menjadi ancaman pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir yaitu adanya penerbit lain serta pendatang baru, pembatasan pengajuan ISBN dan adanya pandemi Covid-19 yang membuat aktivitas program kerja terhambat.

Dari permasalahan yang terdapat pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir di Purwokerto, maka perlu adanya strategi yang bersifat intensif dimana strategi tersebut merupakan strategi diferensiasi yaitu meningkatkan kualitas produk maupun jasa atau melakukan inovasi baru terhadap produk untuk meningkatkan nilai jual dan minat beli pada produk maupun jasa yang dihasilkan. Yang merupakan Strategi WO pada matriks SWOT sedangkan strategi SO, ST, dan WT sebagai strategi alternatif.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang analisis SWOT sebagai strategi bersaing usaha penerbit rumah kreatif wadas kelir, penulis ingin memberikan saran yang diharapkan bisa bermanfaat untuk masa depan terkait dengan hal-hal mengenai analisis SWOT khususnya. Saran yang diberikan yaitu:

1. Pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir perlu memperhatikan management keuangan, pengaturan keuangan sangat penting untuk pertimbangan biaya oprasional, biaya promosi dll. Jika keuangan perusahaan tidak dapat diketahui setatusnya maka akan berdampak buruk bagi kemajuan perusahaan.
2. Penerbit rumah kreatif wadas kelir terdapat kemampuan yang dapat digunakan untuk mengembangkan serta memperluas usaha menjadi lebih maju dengan kinerja yang lebih baik. Sehingga strategi yang tepat untuk dijalankan adalah dengan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman menggunakan kekuatan serta peluang yang ada dalam perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan penilaian kinerja kariawan, meningkatkan promosi, melakukan management waktu, pemberian diskon kepada pelanggan, melengkapi sarana dan prasarana dan memberi petunjuk arah dari jalan yang dilalui konsumen.
3. Untuk penelitian selanjutnya lebih mendalami terkait strategi bersaing untuk Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir menggunakan teori dari ilmuan lain seperti Aaker dll yang lebih luas atau mengkombinasikan dengan alat analisis terbaru seperti SOAR.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M.B. *et al.* (2017) 'Analisis Strategi Bisnis Pada Umkm Kerajinan Bambu Di Kota Bandung', *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, 2(3), pp. 227–242. doi:10.24198/adbispreneur.v2i3.16491.
- Ahmad, R. *et al.* (2019) *Fikih Persaingan Usaha*. 1st edn. Jakarta: Lakpesdam PBNU. Available at: <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2021/06/Buku-Fikih-Persaingan-Usaha.pdf>.
- Aprileny, I. and Andriani, R. (2018) 'Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi', *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(2), pp. 38–56. doi:10.36406/jemi.v27i1.152.
- Ari (2021) 'Terkait kegiatan pemasaran pada penerbit UNSOED Press'.
- Bangun, F. (2021) *Analisis Strategi Bersaing dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Pada Usaha Warung Wajik Peceren H.Ngadimin)*. Skripsi. UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. Available at: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/31741> (Accessed: 3 July 2021).
- Biro Komunikasi dan Layanan Masyarakat Kemendikbud (2017) 'UU Sistem Perbukuan untuk Wujudkan Buku Bermutu, Murah, Merata', *Media Komunikasi dan Inspirasi*, XIII, p. 36.
- Damayanti, I.N. (2021) 'Terkait kegiatan pemasaran pada penerbit STAIN Press'.
- Dewa, C.B. and Safitri, L.A. (2021) 'Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(1), pp. 65–71. doi:10.31294/khi.v12i1.10132.
- Elias, M.C. (2018) 'Analisis Strategi Bersaing pada Perusahaan Biro Perjalanan di Malang', *Agora*, 6(2), pp. 1–6.
- Eriswanto, E. and Kartini, T. (2019) 'Pengaruh Penetapan Harga Jual Terhadap Penjualan Pada Pt. Liza Christina Garment Industry', *Ummi*, 13(2), pp. 103–112. doi:10.37150/ummi.v13i2.537.
- Evita, S.N., Muizu, W.O.Z. and Atmojo, R.T.W. (2017) 'Penilaian Kinerja Karyawan Dengan Menggunakan Metode Behaviorally Anchor Rating Scale Dan Management By Objectives (Studi Kasus Pada Pt Qwords Company International)', *Pekbis Jurnal*, 9(1), pp. 18–32.

- Fatimah, F. and Tyas, W.M. (2020) 'Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19', *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(2), pp. 245–253.
- Hermawan, S. and Amirullah (2016) *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Available at: <http://eprints.umsida.ac.id/6233/1/Buku%20Metpen%20Sigit%20dan%20Amirullah.pdf> (Accessed: 6 October 2021).
- Hery (2020) *Perencanaan Bisnis*. 2nd edn. Jakarta: PT Grasindo.
- IKAPI | *Ikatan Penerbit Indonesia* (no date). Available at: <https://www.ikapi.org/> (Accessed: 29 May 2022).
- Istiqomah and Andriyanto, I. (2017) 'Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus) | Istiqomah | BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam', *Jurnal Bisnis dan manajemen Islam*, 5(2), pp. 363–382.
- Kamaluddin, I. (2020) 'Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada Pt. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani', *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), pp. 342–354. doi:10.31933/jimt.v1i4.183.
- Legowo, E. and Nurcahyo (2018) *Panduan Pendirian Usaha Penerbitan Mandiri*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Mahmoud, M.A., Hinson, R.E. and Anim, P.A. (2018) 'Service innovation and customer satisfaction: the role of customer value creation', *European Journal of Innovation Management*, 21(3), pp. 402–422.
- Marasi, T. (2020) *Analisis Strategi Bersaing dalam Membangun Citra pada Omnes Coffee*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Available at: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/30097> (Accessed: 27 June 2021).
- Maulana, A.S. (2020) *Kewirausahaan (Entrepreneurship) Dalam Pandangan Islam (Historis-Politik Dan Ekonomi)*. Penerbit NEM.
- Nainggolan, A. (2018) 'Competitive Advantage Dan Upaya Meningkatkan Laba Perusahaan', *Jurnal Manajemen*, 4 Nomor 1. Available at: <https://media.neliti.com/media/publications/271130-competitive-advantage-dan-upaya-meningka-b4c4b568.pdf>.
- Nugroho, S. (2020) *Masa Depan Industri Penerbitan*, *analisis.kontan.co.id*. Available at: <https://analisis.kontan.co.id/news/masa-depan-industri-penerbitan> (Accessed: 23 November 2021).
- Nurlita, F.I. (2020) *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Kerajinan Sapu Glagah (Studi Kasus pada Kerajinan Home*

Industry di Desa Sirau Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga). Skripsi. IAIN Purwokerto. Available at: <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9145/> (Accessed: 27 June 2021).

Nurma Yulistiyaningrum, 17402163371 (2021) *Strategi Bersaing Dalam Pengembangan Produk Home Industri Etnis Di Desa Ngadirejo Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Doi:10/Daftar%20pustaka.Pdf.

Odeth, S. (2017) *Analisis Strategi Bersaing Usaha Layanan Transportasi Online (Studi Pada Indotiki Di Kota Medan)*. Skripsi. Sumatera Utara. Available at: <https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/4839/130907138.pdf?sequence=1>.

Porter, M.E. (2017) *Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*. 1st edn. Jakarta: Binarupa Aksara.

Position Paper Komisi Pengawas Persaingan Usaha Terhadap Kebijakan Perbukuan Nasional (2020). Position Paper Komisi Pengawas Persaingan Usaha Terhadap Kebijakan Perbukuan Nasional. Available At: <https://kppu.go.id/wp-content/uploads/2020/03/Position-Paper-Buku.Pdf> (Accessed: 6 October 2021).

Putra, I.S. and Siwalankerto, J. (2017) 'Analisis Strategi Bersaing Pada Pt. Anugerah Dwi Abadi', *Agora*, 5(1), p. 10.

Rahayu, S.D., Lucitasari, D.R. and Sutrisno, S. (2018) 'Penentuan Strategi Bersaing Berdasarkan Simulasi Sistem Dinamis (Studi Kasus di Industri Kecil Intan Rahmadhani Yogyakarta)', *OPSI*, 11(1), pp. 58–64. doi:10.31315/opsi.v11i1.2333.

Rangkuti, F. (2019) *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*. 20th edn. Jakarta: PT Gramedia.

Ridwan, M., Sari, R.P. and Suseno, A. (2021) 'Analisis Strategi Bersaing Merek Mie Instan Menggunakan Teknik Markov Chain Dan Game Theory (Studi Kasus Mie I Vs Mie S)', *Jurnal Sistem Teknik Industri*, 23(2), pp. 132–145. doi:10.32734/jsti.v23i2.6115.

Rijali, A. (2019) 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), p. 81. doi:10.18592/alhadharah.v17i33.2374.

Rokhaenisza, P.A. and Madiawati, P.N. (2018) 'Penggunaan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Bersaing Dalam Usaha Angkutan Barang Pada Cv Putera Sarana Utama', *Journal e-Proceeding of Management*, 5, p. 9.

- Safitri, N.N. (2021) *Kemanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan Dompot Digital (Studi Dompot DigitalShopeePay) Pengaruh Promosi, Kemudahan, dan*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Available at: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58660> (Accessed: 17 March 2022).
- Saifuddin, M. and Madinah, S. (2022) 'Analisis Perumusan dan Pilihan Strategi Bisnis pada Butik Saffana Surabaya', *IQTISHODUNA*, 18(1), pp. 63–80. doi:10.18860/iq.v18i1.13042.
- Saputra, D.H. et al. (2020) *Digital Marketing: Komunikasi Bisnis Menjadi Lebih Mudah*. Yayasan Kita Menulis.
- Sinaga, A.B. (2020) *Strategi Keunggulan Bersaing Kedai Kopi Warkop OPOS Doloksanggul*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara. Available at: <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/28047> (Accessed: 27 June 2021).
- Sugiarto, F.F. (2016) 'Analisa Strategi Bersaing Pt. Surya Cipta Mandiri', *Agora*, 4(2), pp. 250–258.
- Sulasih and Sulaeman, M. (2020) *Analisis SWOT: Konsep dan Praktiknya pada Bidang Bisnis*. 1st edn. Banyumas: CV. Rizquna.
- Suryatama, E. (2020) *Lebih Memahami Analisis SWOT Dalam Bisnis*. Surabaya: Kata Pena.
- Yosita, R.O., Poernomo, D. and Wahyudi, E. (2018) 'Strategi Bersaing Kaos Khas Banyuwangi "BLAM TEES" (The Competitive Strategy of Shirt "BLAM TEES" Banyuwangi)', *Business and Entrepreneur*, 1(1), pp. 90–99.
- Zahara, A.P., Danial, R.D.M. and Samsudin, A. (2020) 'Strategi Diferensiasi sebagai Upaya Mewujudkan Keunggulan Bersaing pada UKM Furniture', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), pp. 20–27. doi:10.23887/ekuitas.v8i1.24410.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Foto Wawancara dan Situasi Kantor Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir



Foto Wawancara dengan Pimpinan dan salah satu anggota Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir.



Foto Wawancara dengan beberapa pelanggan Rumah Kreatif Wadas Kelir

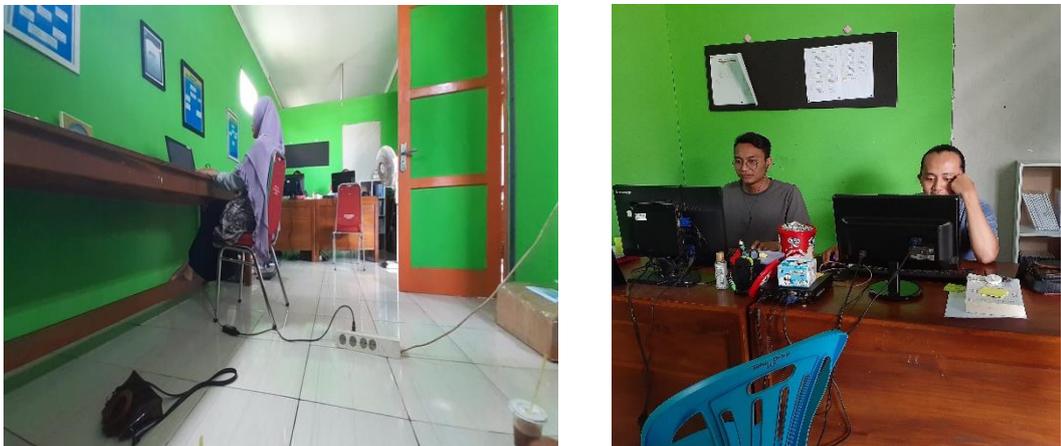


Foto Situasi dan Kondisi Kantor Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

Lampiran 2: Contoh Produk Custom Penerbitan Buku Rumah Kreatif Wadas Kelir

TOP 10
BEST SELLER
Kategori Fiksi
2020

OPEN PRE ORDER
TUHAN, AKU TERSESAT
Periode 25 November - 10 Desember 2020

PAKET 1 (BUKU)
ONLY 65K 50K

PAKET 2 (BUKU+KAOS)
ONLY 140K 135K

PAKET 3 (BUKU+KAOS)
ONLY 190K 175K

“
Aku ingin
menjangkau
dalam senyap
dalam doa
setiap manusia
yang berharap
”

21x14 cm | Cover Ivory
BookPaper

TUHAN,
AKU TERSESAT

Seikat Pusi
Suta Sartika

Aku, Kamu, dan
Buku

Aku, Kamu, dan
Buku

Lampiran 3: Promosi pelatihan kepenulisan dan publikasi



ig: PenerbitRumahKreatifWadaskelir

-PenerbitRumahKreatifWadaskelir-

PELATIHAN MENULIS DAN MEMBUAT BUKU

(Untuk Sekolah, Perguruan Tinggi Dan Instansi Pemerintah)

FREE BIAYA PELATIHAN!!!

BENEFIT YANG DI DAPATKAN

1. Karya atau buku dapat dijadikan sebagai penambahan angka kredit untuk kenaikan jabatan.
2. Logo dan nama lembaga atau institusi mitra kerjasama akan terdapat dalam buku.
3. Lembaga atau institusi mitra kerjasama akan dikenal dan dipercaya sebagai lembaga atau mitra yang peduli terhadap gerakan literasi Indonesia
4. Terjalannya kerjasama dengan Penerbit RKKW akan memberikan dampak baik dalam relasi kerjasama di bidang literasi.
5. Dalam kegiatan launching buku nama lembaga atau institusi mitra akan selalu dikemukakan dan diberikan waktu untuk berkolaborasi dan edukasi pada masyarakat luas.

Paket Diamond
Ketentuan : Min 200 Peserta.

Paket Golden
Ketentuan : Min 100 Peserta.

Paket Silver
Ketentuan : Min 50 Peserta.
Biaya Pelatihan dibayar 50% dari harga normal.

PEMATERI



for more information 0895 5498 55554



Lampiran 4: Kuesioner Wawancara

Pedoman Wawancara

Penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai metode utama untuk memperoleh data sehingga dapat dilakukan pengkajian secara mendalam. Berikut ini merupakan acuan wawancara yang bersifat general dikarenakan adanya keterkaitan diantara variabel sehingga beberapa indikator ditujukan kepada beberapa responden/ informan yang berbeda.

No.	Sub Faktor Penelitian	Pertanyaan Penelitian
1.	Strategi Bersaing	<ol style="list-style-type: none">1. Strategi bersaing bagaimana yang diterapkan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?<ol style="list-style-type: none">a. Strategi Kepemimpinan Biayab. Strategi Diverensiasic. Strategi Fokus
2.	Analisis SWOT	<ol style="list-style-type: none">1. Faktor Internal<ol style="list-style-type: none">a. Apa yang menjadi keunggulan atau kekuatan dari Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?b. Apa yang menjadi kelemahan atau kekurangan dari penerbit Rumah Kreatif wadas Kelir?2. Faktor Eksternal<ol style="list-style-type: none">a. Apa yang menjadi peluang bagi Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?b. Apa yang menjadi ancaman bagi Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Nama : Fitria Nur Azizah

Jabatan : Marketing Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

Hari/Tanggal : 03 Maret 2022

1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh dari UIN Prof. K.H Saifuddinzuhrri Purwokerto, maaf saya bicara dengan mba siapa?

Jawab : Fitria Nur Azizah

2. Bagaimana dengan pelayanan yang diberikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : Dalam hal pelayanan kita seoptimal mungkin memberikan pelayanan terbaik terhadap customer kita untuk pihak-pihak yang berelasi dengan kita. Kita akan memberikan pelayanan sesuai yang mereka butuhkan, misalkan kita membuat paket penerbitan baik itu penerbit indi maupun penerbitan yang kelir sastra tapi mereka masih bisa untuk memberikan apapun yang mereka inginkan kaya misal by request kaya begitu, kek misal penerbit kelir sastra kita memberikan yang terbaik buat mereka sehingga brand mereka berhasil, nah untuk penerbit yang indi juga kita masih menyesuaikan dengan kapasitas mereka misalkan masih bisa di sesuaikan dengan kapasitas keinginan mereka.

3. Bagaimana harga jual yang diterapkan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : Harga jual buku itu kemarin kalo yang 100-150 itu harganya 50.000 harga jual kesianayan, ini harga bukunya dulu ya dhe harga cetaknya beda kalo yang 150-250 itu 55.000 terus 250-350 itu 60.000 nah untuk yang hard cover itu harganya 70.000 itu untuk bukunya yang eceram ke luar nah kalo untuk biaya jasanya nanti aku kirim share pamflata ya dhe. Sesuai dengan standar.

4. Apakah mba sebagai karyawan ikut melakukan promosi? Jika iya, apa yang mba lakukan?

Jawab : Kalo saya sebagai karyawan jelas ya ikut melakukan promosi yang pertama melalui whats app kaya buat story terus kemudian ada even even kek gitu kita ikut broadcast ke seluruh grup yang kita punya jadi kesemuanya aja kek gitu, melalui instagram juga ketika kita ada even atau give away atau apapun kita melakukan share bersama sama. Terus juga kita kan bekerjasama dengan toko buku wadas kelir untuk menjualkan buku-buku hasil kelir sastra.

5. Bagaimana promosi yang dilakukan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir, apakah sudah berjalan dengan baik?

Jawab : kalo untuk promosi yang dilakukan kita, kita mom by mon strategi getuk tular misal melalui chanelnya dari pak heru kurniyawan, dari teman-teman kita sendiri kek kita punya chanel kitakan basic ngajargitukan punya mengajar di suatu sekolahan atau relasi di suatu sekolahan itu kita melalui itu dan juga relasi-relasi dari pak guru. Yang kedua melakukan marketing melalui even-even kita kaya mengadakan even terus kemudian banyak yang ikut jadi banyak yang tahu dari situ muncullah customer kita. Nah selanjutnya kita juga melalui instagram, kalo di instagram sendiri kita ada 2 instagram,

instagram utama itu di penerbit rumah kreatif wadas kelir itu tercantum banyak kegiatan yang dilakukan oleh penerbit salah satunya adalah give away buku itu setiap setengah bulan sekali tanggal 15- 25 itu untuk mempromosikan atau mengenalkan penerbit rumah kreatif wadas kelir ke masyarakat. Yang kedua itu katalog buku, kalo katalog buku itu isinya buku-buku yang sudah kita terbitkan, nanti teman-teman bisa ngecek disitu. Selain itu kita juga ada shopee namanya toko kelir sastra rencananya nanti mau buka reseller juga tapi yang masih sekarang strategi utama masis strategi getuk tular. Ada media sosial IG, Shopee, Facebook, Tic Tok. Tik tok itu belum terlalu masif ya, kita ada tapi belum terlalu masif. Juga lewat WA juga sih, untuk youtube kita masih menggunakan rumah kreatif wadas kelir ada beberapa video yang terkait dengan penerbit yang sudah di cantumkan di youtube itu.

6. Apa yang menjadi daya tarik Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dibandingkan penerbit lain?

Jawab : Daya tariknya ada di valuenya dek, kita punya kaya misal dari segi pelayanan kita punya pelayanan yang kita bisa jamin maksimal kaya dari segi editing, layouting kita sudah terpercaya oleh berbagai instansi dan juga dari segi cover sudah ga kalah dari temen temen yang lain. Selain itu kita juga di unggulkan di kelir sastranya itu, belum banyak penerbit yang menerapkan model model seperti kelir sastra.

7. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pimpinan usaha?

Jawab : Baik baik saja, kita nganggep teman-temen di rumah kreatif wadas kelir sudah seperti saudara jadi bukan lagi antar karyawan sama karyawan apa karyawan sama atasan karena memang disini besik kita itu relawankan semua disini relawan, relawan pun sebenarnya keluarga nah kita disatukan dalam keluarga intinya kita keluarga inti di penerbit rumah kreatif wadas kelir jadi udah ga ada yang namanya seneoritas ataupun pemimpin ataupun kasta atau apapun ga.

8. Berapa hari kerja selama 1 minggu?

Jawab : Satu minggu hari senin-jumat jam 8 sampai jam 4 sore tapi kita sistemnya freelance jadi tidak kerja di kantor tetapi tetap mengerjakan di rumah tapi yang penting job jobnya terpenuhi.

9. Apa saja inovasi yang dilakukan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : Inovasi yang dilakukan salah satunya itu melalui kelir sastra kita membuka kerjasama dengan berbagai instansi pemerintahan dalam mencerminkan berbagai kegiatan kita, selain itu kita juga melakukan promosi melalui berbagai media yang sudah saya sebutkan tadi, intinya itu kita berusaha menjanglau pasar seluas luasnya.

10. Berapa jam Anda bekerja dalam 1 hari?

Jawab : 8 jam kerja

11. Ada beberapa karyawan yang bekerja?

Jawab : Saat ini ada 6

12. Berapa pendapatan yang diberikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir kepada mba? Apakah sudah sesuai?

Jawab : Kita sistem penggajihannya itu berupa gaji pokok dan juga bonus. Nah gaji pokok sama bonus itu di sesuaikan sama omset jadi bukan gaji pokok sebulan 1.000.000 apa berapa itu ngga kita sesuaikan sama omset kita. Omset- pendapatan kotor=pendapatan bersih lah pendapatan bersih itu dikurangi fix cost sebulan itu apa aja nah kalo udah baru kita keluarkan untuk gaji yang freelance setelah itu baru di bagi untuk tim.

13. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : Kekuatan kita yang jelas ini ya kak besiknya kita itu bukan hanya sebagai karyawan tetapi kita itu mengabdikan ibaratnya kita memberikan pelayanan total kepada seluruh customeritu yang menjadi kekuatan kita.

14. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : Kelemahan saat ini yang masih kita miliki itu yang pertama kurangnya sumber daya manusia dalam hal kuantitasnya. Yang kedua bukan total full karyawan tapi kita masih belajar kaya kuliah lah jadi waktunya masih terbagi-bagi.

15. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi peluang Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : menurut saya peluang kami sangat besar karena di banyumas sendiri penerbit baru 6 atau 7. Selain itu kita punya kekuatan utama kita pak heru kurniawan dia punya besik kekuatan yang besar karena fokusnya tuh di bidang kepenulisan dan juga kita masih banyak pasar-pasar yang belum kita garap oleh pesaing pesaing lain, belum masuk dalam daftar IKPAI.

16. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi ancaman Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : ancaman kita adalah pesaing dek, dari teman-teman penerbit lain kan punya strategi tersendiri itu menjadi ancaman buat kita karena memang pangsa pasar yang dihadapi sama tapi kita punya strategi yang berbeda. Terus juga dari ketidakstabilan kondisi apalagi saat sekarang kaya misal dalam hal pandemi seperti adanya pandemi. Harga kertas yang naik tidak terlalu signifikan menjadi ancaman.

Nama : Mukhamad Hamid Samiaji

Jabatan : Admin Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir

Hari/Tanggal : Kamis, 03 Maret 2022

1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh, maaf saya berbicara dengan mas siapa?
Jawab : Mukhamad Hamid Samiaji
2. Apa kelebihan yang dimiliki oleh produk Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : Kelebihannya itu kita memberikan fasilitas secara lebih ngga hanya sampai bukunya itu terbit tetapi kita memfasilitasi juga untuk bedah buku terus pelatihan, desain promo, revisi cover dan layout sampai 3 kali jadi benar-bener sesuai dengan kaidah kepenulisan. Intinya memenuhi kepuasan pelanggan dan memberikan fasilitas yang terbaik.
3. Berapa jumlah anggota Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : Anggota kita ada 6 Cuma selain itu kita merekrut freelance ada sekitar 10 frieelace melihat dari naskah masuk. Tim inti ada 6.
4. Strategi bisnis apa yang diterapkan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dalam menghadapi persaingan selama ini?
Jawab : Berbasis promo.
5. Menurut mas bagaimana lokasi usaha Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : Lokasinya cukup strategis sekalipun ini di pinggir kota tapi ya masih enaklah, strategis. Sudah masuk google maps.
6. Siapa sajakah pesaing utama perusahaan?
Jawab : Pesaing utama perusahaan ya penerbit-penerbit yang ada di Banyumas.
Sekitar 7 penerbit yang terdaftar di ikatan penerbit banyumas.
7. Bagaimana dengan kebijakan pemerintah, adakah ancaman untuk hal tersebut?
Jawab : Kebijakannya untuk saat ini sih belum ada, Cuma kadang-kadang yang diinginkan sama penerbit itu ketika mengajukan ISBN itu. Kalo dulu itu mengajukan ISBN satu hari bisa langsung keluar kalo sekarang sampe satu minggu bahkan dibatasi satu minggu itu hanya bisa menerbitkan beberapa judul buku saja. Sehingga ini menjadi kendala tersendiri dalam kejar target kita.
8. Adakah kritik dan saran yang diberikan konsumen?
Jawab : Kritik dan saran dari konsumen tentu ada kaitannya dengan dari edit buku kemudian bentuk fisik buku setelah jadi begitu. Misalkan terkait pemahaman editing itu kan berbeda beda punya pakemnya sendiri-sendiri padahal kita editornya sudah profesional tapi masih ada penulis yang ngeyel kalo ini masih ada beberapa yang salah edit.
9. Bagaimana cara mas agar membuat konsumen betah dan melakukan penerbitan kembali di Penerbit Rumah Kreatif wadas Kelir?

Jawab : biasanya kita itu memberi tidak hanya sebatas menerbitkan buku saja, buku terbit sudah jadi selesai sudah itu ga, tapi buku – buku yang diterbitkan di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir itu kemudian diajukan untuk ikut dalam even perlombaan.lah itu untuk menjaga kepuasan dan kepercayaan konsumen.

10. Bagaimana promosi yang diberlakukan perusahaan, apakah sudah berjalan dengan baik?

Jawab : untuk strategi promosinya sebenarnya cukup efektif tapi karena kita masih belajar ya kaitannya dengan digital marketing tapi kita terus berproses.

11. Apa saja inovasi yang dilakukan oleh penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?

Jawab : inovasinya ya kita membikin gerakan literasi sekolah, mulai masuk-masuk ke sekolah kaitannya dengan penawaran kerjasama pelatihan menulis siswa dan guru itu untuk menghasilkan karya, kemudian kita juga masuk ke rambah penerbitan dari karya ilmiah seperti tesis, skripsi, disertasi itu menjadi buku.

12. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pimpinan?

Jawab : hubungannya sangat-sangat erat mba, sudah seperti keluarga sendiri.

13. Berapa hari kerja selama 1 minggu?

Jawab : kita kerjabyab dari senin sampai jumat

14. Berapa jam bapak bekerja dalam 1 hari?

Jawab : 8 jam dikurangi 1 jam untuk istirahat.

15. Berapa gaji yang diberikan perusahaan kepada mas? Apakah sudah sesuai?

Jawab : Belum, karena basiknya kita bajet target ya belum UMR gajinya. Masih gaji freelance.

16. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?

Jawab : kekuatan kita karena ini adalah berbasis komunitas, ini penerbitan tetapi basisnya komunitas yang memiliki background akademisi dan mahasiswa jadi jaringan yang kita punya baik di teman-teman karena ini kan semua anggotanya mahasiswa kebetulan foundernya itu dosen jadi ditambah lagi komunitas lah ini menjadi kekuatan tersendiri ketika kita hendak mencari masa untuk menerbitkan.

Pertama kita memanfaatkan background anggota yang ada di penerbit wadas kelir itu sendiri karena backgroundnya adalah mahasiswa dan juga dosen maka kita memanfaatkan teman-teman yang ada di kampus, kemudian jaringan yang dimiliki sama pak heru kemudian selain itu kita juga mengadakan kompetisi menulis sehingga dari peserta yang ikut itu kan melahirkan karya-karya yang dibutuhkan kemudian selain itu karena hari ini adalah eranya digital yang menjadi kekuatan untuk memasarkan dan menginformasikan penerbitan kita ya melalui media sosial seperti instagram kemudian facebook dan juga shopee. Selain itu kita juga bekerjasama dengan toko buku rumah kreatif wadas kelir. Yang menjadi kekuatan lagi ya kita menjaga kualitas jadi dari naskah masuk sampai

dengan proses cetak itu kualitasnya benar-benar kita teliti. Kadang kan ada penerbit yang ga begitu melihat kualitas atau konten dari isi buku itu tersendiri kalo kita melalui proses yang panjang mulai naskah masuk kemudian cek kelengkapan naskahnya kemudian editing bahasa dan typo grafi dilakukan oleh editor yang profesional kemudian layouter dan juga ilustrasi yang menarik.

17. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan untuk perusahaan?

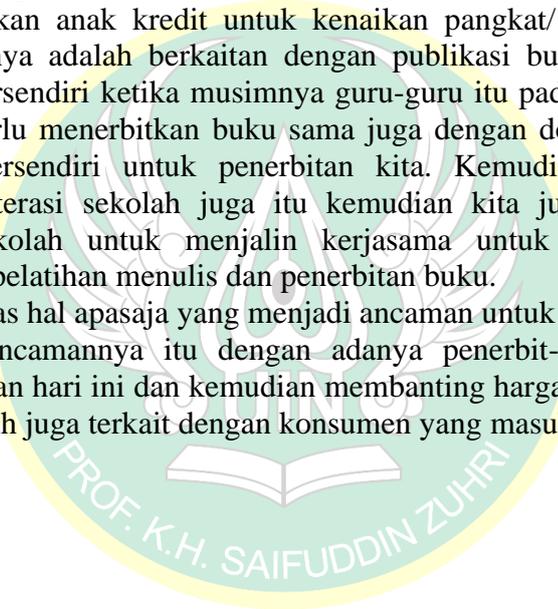
Jawab : Kendalanya yang pertama karena kita belum memiliki mesin cetak sendiri jadi kita masih kolaborasi dengan percetakan lainnya. Kemudian karena ini adalah penerbitan yang berbasis swadaya relawan jadi ngga ada modal untuk mengembangkan ini. Untuk pendanaan kita masih cari sana sini gali lobang tutup lobang.

18. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi peluang perusahaan?

Jawab : peluang dari penerbitan itu peluangnya banyak ketika kita melihat segmentasi pasar ketika kita melihat guru itu kan ada, guru itu kan membutuhkan anak kredit untuk kenaikan pangkat/ jabatan fungsional misal subnya adalah berkaitan dengan publikasi buku lah itu menjadi peluang tersendiri ketika musimnya guru-guru itu pada mau naik jabatan itu kan perlu menerbitkan buku sama juga dengan dosen-dosen menjadi peluang tersendiri untuk penerbitan kita. Kemudian dengan adanya gerakan literasi sekolah juga itu kemudian kita juga bisa masuk ke sekolah-sekolah untuk menjalin kerjasama untuk kaitannya dengan pelatihan, pelatihan menulis dan penerbitan buku.

19. Menurut mas hal apa saja yang menjadi ancaman untuk perusahaan?

Jawab : Ancamannya itu dengan adanya penerbit-penerbit lain yang bermunculan hari ini dan kemudian membanting harga biasanya itu cukup berpengaruh juga terkait dengan konsumen yang masuk ke penerbitan kita.



Nama : Rafli Adi Nugroho
Jabatan : Layouter
Hari/ Tanggal : Kamis, 03 Maret 2022

1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh, maaf saya berbicara dengan mas siapa?
Jawab : Rafli Adi Nugroho
2. Apakah mas sebagai karyawan ikut melakukan promosi? Jika ada, apa yang mas lakukan?
Jawab : kalo promosi sih biasanya di WKP bikin fayer begitu, ketika kak hamid lagi pusing saya ikut bikin desain buat promosiin. Untuk promosi itu serentak dilakukan di akun pribadi oleh semua karyawan.
3. Apa yang menjadi daya tarik Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dibandingkan yang lainnya?
Jawab : daya tarik di rumah kreatif mungkin pelayanannya sih jadi punya pelayanan lebih .
4. Apa saja inovasi yang dilakukan oleh penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : itu lagi berusaha buat ngrapihin konten di IG supaya lebih menarik kan IG merupakan wajah utama apalagi dimasa pandemi begitu kan. Terus juga mulai masuk ke sekolah-sekolah karena bentar lagi mau offline dan offline itu bener-bener jadi pasarnya.
5. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pimpinan ?
Jawab : hubungannya baik.
6. Berapa hari kerja selama 1 minggu?
Jawab : 5 hari dari senin sampai jum'at.
7. Berapa jam kerja mas dalam 1 hari?
Jawab : 7 jam kerja 1 jam istirahat tapi kalo padat ya samapi 8 jam.
8. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?
Jawab : kalo yang jadi kekuatan pertama menurut aku sih disini kekeluargaannya ya karena dengan kedekatan kita membuat kerjanya lebih enak ga terlalu spaneng sekalipun kerjanya serius tapikan tetap ada bercandanya supa ga terlalu berat begitu. Yang kedua itu kita lebih memfokuskan pada kualitas naskah itu sendiri, biasanya kita melakukan cek ulang kalo misal ada yang belum layak kita tawarkan dulu mau dirapihkan dulu atau ngga begitu. Terus pelayanannya, adminnya itu sabar banget.
9. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi kelemahan perusahaan?
Jawab : kalo kelemahan mungkin karena kita berbasis relawan jadi dananya kurang, belum punya percetakan sendiri dan juga modalnya belum cukup banyak.
10. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi peluang perusahaan?
Jawab : yang jadi peluang itu relasi diantara relawan dan juga relasi dari pak guru.

11. Menurut mas hal-hal apa saja yang menjadi ancaman perusahaan?

Jawab : paling penerbit-penerbit lain yang ada di Banyumas.



Nama : Chatelya Zahra Nur Afifah
Jabatan : Manager Naskah
Hari/tanggal : Kamis, 03 Maret 2022

1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh, maaf saya berbicara dengan mba siapa?
Jawab : Chatelya Zahra Nur Afifah
2. Apa sajakah produk yang dijual di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : produknya ada buku, kaos, totbag, dan mug
3. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?
Jawab : Kekuatannya itu kekeluargaannya di sini bagus jadi komunikasi disini bagus jadi perusahaannya lebih kuat.
4. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?
Jawab : Kelemahannya ngga ada.
5. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi peluang perusahaan?
Jawab : Relasi ya, dari relasi-relasi pak guru sama dari relawan-relawan. Terus juga dari costumer-costumer
6. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi ancaman perusahaan?
Jawab : penerbit-penerbit lain
7. Apakah Anda sebagai karyawan ikut melakukan promosi? Jika ada, apa yang Anda lakukan?
Jawab : paling dibagian share-share di media sosial pribadi dan biasanya merekomendasikan untuk cetak buku di sini ke teman-teman
8. Apa yang menjadi daya tarik Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : daya tariknya itu kita di bagian kualitas, karena kita berani untuk revisi
9. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pimpinan?
Jawab : hubungannya deket intinya bagus.
10. Berapa jam Anda bekerja dalam 1 hari?
Jawab : semua sama yaitu 8 jam dengan 1 jam istirahat

Nama : Diana Rahmawati
Jabatan : Digital Marketing
Hari/tanggal : Kamis, 03 Maret 2021

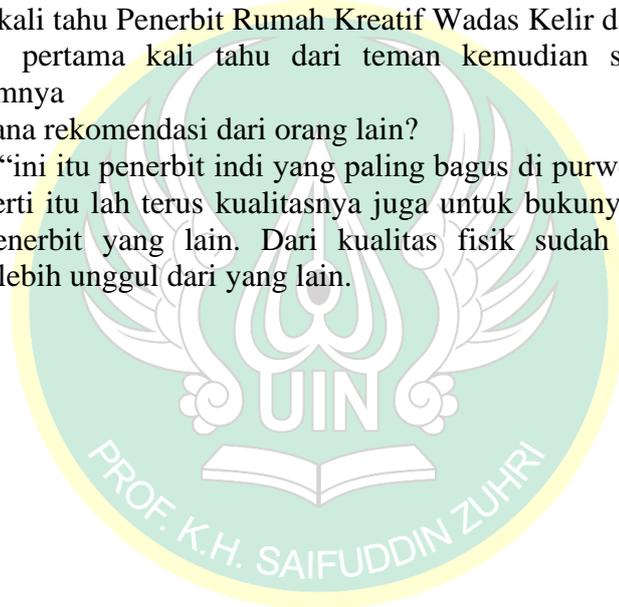
1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh, maaf saya berbicara dengan mba siapa?
Jawab : Diana Rahmawati
2. Bagaimana strategi penerapan harga yang di terapkan oleh Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : kita kan ada harga cetak terus nanti harga yang kita jual itu selisih harga jual sama harga jadi itu ada selisihnya terus karena ini mau membuka reseller baru otomatis dari harga jual ke harga reseller kita beri harga yang berbeda biar reseller dapat untung. Untuk strategi penerapan harganya kita menggunakan strategi coret.lalu harga discon.
3. Bagaimana Anda mengenalkan produk kepada masyarakat?
Jawab : mengenalkan produk dengan promosi salah satunya di shopee, IG sama akun pribadi.
4. Bagaimana dan promosi apa yang telah dilakukan Penerbit Rumah Kreatif wadas Kelir?
Jawab : Promosinya di shopee sama IG
5. Apakah Anda sebagai karyawan ikut melakukan promosi? Jika ada, apa yang Anda lakukan?
Jawab : IG, Shopee sama akun pribadi
6. Apa yang menjadi daya tarik Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : mengadakan give away sama pelatihan – pelatihan yang kemudian followupnya dalam penerbitan-penerbitan buku.
7. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan pimpinan?
Jawab : sangat baik sudah kaya keluarga
8. Berapa jam Anda bekerja dalam 1 hari?
Jawab : sama dengan yang lain 8 jam kerja.
10. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?
Jawab : kekeluargaannya bagus terus kalo ada naskah masuk berani revisi sampai 3 kali.
11. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan perusahaan?
Jawab : Kelemahannya ngga ada.
12. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi peluang perusahaan?
Jawab : relasinya
13. Menurut mba hal-hal apa saja yang menjadi ancaman perusahaan?
Jawab : penerbit-penerbit lain

Nama : Rini Mei Hastuti
Jabatan : Konsumen
Hari/tanggal : 22 Februari 2022

1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh, maaf saya berbicara dengan ibu siapa?
Jawab : Rini Mei Hastuti
2. Bagaimana pendapat ibu mengenai produk jasa yang ditawarkan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : untuk produk jasa yang ditawarkan RKWK sih menurut saya sudah bagus ya mba maksudnya untuk jasanya kemudian untuk mereka kaya totalitas banget dalam memberikan pelayanan dalam memberikan jasa kepada para pelanggannya itu benar-bener totalitas.
3. Menurut ibu, bagaimana harga yang diberikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir terhadap produknya?
Jawab : kalo harga sih relatif ya mba, maksudnya kalo sesuai sama pelayanannya, kemudian prodaknya sendiri itu outputnya bagaimana itu sih kalo menurut saya sih harga segitu itu sesuai kek begitu, jadi kan ada penerbit yang harganya murah tapi kan nanti outputnya tahu kualitasnya rendah itu kan malah mengecewakan konsumen.
4. Kalo menurut ibu sendiri dari kualitas produk Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir itu bagaimana?
Jawab : dari kualitas kertasnya saja itu sudah beda ya mba, kualitas kertas antara RKWK sama penerbit yang lainnya yang harganya dibawah RKWK itu beda banget mba. Jadi kalo kertas di RKWK itu tebal terus untuk covernya itu aku sukane sama desainnya jadi kita mintanya apa mereka benar-bener merealisasikan sesuai dengan ekspektasi kita, kadangkala kan kaya gini misal aku mintanya gambar ada lampu kemudian nanti backgroundnya gelap nanti ada remang-remangnya tapi outputnya nanti beda kan ada penerbit yang seperti itu tapi kalo di RKWK aku minta yang kaya gini mba keluaranya benar-bener sesuai dengan harapan.
5. Apakah ibu mengetahui bentuk promosi apas saja yang dilakukan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : promosi-promosi saya selalu mengikuti di Ignya, kan kalo PRKWK mengadakan promosi apa promosi apa itu saya mengikuti di instagramnya kalo untuk promosi harga dan produk saya tahu dari instagram kemudian saya masih aktif komunikasi sama mba fifi dan mba anis, saya juga sering liat di Snap WhatsAppnya.
6. Menurut ibu bagaimana kualitas pelayananan yang diberikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir kepada pelanggannya?
Jawab : kalo kualitas pelayanannya ini saya akui memang bagus ya mba. Kualitasnya berada diatas rata-rata ya, ini penerbit indi yang menurut saya paling bagus disini, jadi makanya saya kemarin sudah 2 kali untuk produk saya sendiri atau karya saya sendiri saya percayakan untuk RKWK lalu untuk teman-teman yang lain juga ada beberapa yang saya masukan ke RKWK. Jadi untuk pelayanannya itu sangat memuaskan kemudian

kualitasnya juga bagus diatas rata-rata penerbit indi yang kebanyakan ada di sini.

7. Apakah lokasi usaha Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir sudah strategis?
Jawab : lah ini kemarin pas waktu saya kesana itu agak kesulitan juga ya untuk cari lokasinya soalnya kan agak masuk terus saya juga sempet pakai google maps tapi selama pakai google maps itu sih ga nyasar.
8. Menurut ibu apa yang menjadi kelebihan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dibandingkan penerbit lainnya?
Jawab : jadi dari kualitas desainnya, desain cover dan layoutnya kemudian untuk kualitas kertasnya, kemudian untuk pelayanan mereka kepada konsumen itu benar-bener totalitas jadi kita mintanya apa sebisa mungkin mereka kabulkan.
9. Menurut ibu apa kelemahan yang dimiliki Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : aku belum menemukan kelemahan di RKWK
10. Pertamakali tahu Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dari mana?
Jawab : pertama kali tahu dari teman kemudian saya juga kepoin instagramnya
11. Bagaimana rekomendasi dari orang lain?
Jawab : “ini itu penerbit indi yang paling bagus di purwokerto” bilanganya kan seperti itu lah terus kualitasnya juga untuk bukunya sendiri itu beda sama penerbit yang lain. Dari kualitas fisik sudah kelihatan bahwa RKWK lebih unggul dari yang lain.



Nama : Narto Triono
Jabatan : Konsumen
Hari/tanggal : Minggu, 06 Maret 2022

1. Perkenalkan saya Laela Meisaroh, maaf saya berbicara dengan bapak siapa?
Jawab : Narto Triyono
2. Bagaimana pendapat bapak mengenai produk jasa yang ditawarkan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : Jasanya sudah cukup bagus dibandingkan dengan penerbit yang ada. Menurut saya jasa dan pelayanan yang dilaksanakan tim wadas kelir sudah bagus.
3. Menurut bapak, bagaimana harga yang diberikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir terhadap produknya?
Jawab : Harga sangat terjangkau dan bisa di ikuti oleh teman –teman dan harga lebih rendah tapi kualitas bagus.
4. Kalo menurut bapak sendiri dari kualitas produk Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir itu bagaimana?
Jawab : Kualitas produk yang saya alami sudah cukup bagus dari cover, kertasnya sudah tebal sudah bagus, isinya dan desainnya juga sudah sesuai yang saya harapkan.
5. Apakah bapak mengetahui bentuk promosi apa saja yang dilakukan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : promosi sering sekali dilakukan oleh wadas kelir melalui whatsapp, instagram dan sering mengadakan promo.
6. Menurut bapak bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir kepada pelanggannya?
Jawab : pelayanannya sangat ramah, melayani pelanggan-pelanggan dengan bagus, ramah, jadi mengikuti apa yang diinginkan oleh pelanggan.
7. Apakah lokasi usaha Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir sudah strategis?
Jawab : sudah strategis karena tidak jauh dari keramaian tapi alangkah bagusnya lagi di kota agar lebih mudah dalam pencarian.
8. Menurut bapak apa yang menjadi kelebihan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dibandingkan penerbit lainnya?
Jawab : Dari tim kreasinya, desainnya sangat bagus kemudian dari kualitas kertas yang digunakan sudah bagus dan tepat waktu.
9. Menurut bapak apa kelemahan yang dimiliki Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir?
Jawab : Belum ada
10. Pertamkali tahu Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir dari mana?
Jawab : Dari rekan sejawad dan perkenalan langsung dengan pak heru.
11. Bagaimana rekomendasi dari orang lain?
Jawab : Tim-tim yang penuh kreativitas dan pekerjaan sudah bagus.

Lampiran 5: Surat Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 2949/Un./FEBI.J.ES/PP.009/XI/2021
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Riset Individual**

Purwokerto, 24 November 2021

Kepada Yth.
Pimpinan Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir
Di
Purwokerto Selatan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi, maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin riset (penelitian) kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Laela Meisaroh
2. NIM : 1817201066
3. Semester / Program Studi : VII / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2021 / 2022
5. Alamat : Jl. SMP 5 RT.02/10 Karangklesem, Purwokerto Selatan
6. Judul Skripsi : "Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT" (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan).

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek : Strategi Bersaing terkait Ancaman, Peluang, Kelebihan dan Kekurangan.
2. Tempat/ Lokasi : Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Purwokerto
3. Waktu Penelitian : 25 November s/d 26 Desember 2021
4. Metode Penelitian : Observasi, Wawancara dan Pengumpulan Data

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

- Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
 2. Kasubbag Akademik
 3. Arsip

Lampiran 6: Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.walipuwokerto.ac.id

Nomor : 2412/In.17/TEBI.JES/PP.009/X/2021
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Purwokerto, 07 Oktober 2021

Kepada:
Yth. Ibu Rahmini Hadi, S.E., M.Si.
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 14/09/2021 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 08/06/2021 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Semester : VII
Prodi : Ekonomi Syariah (S1)
Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha/Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadaskelir Karanglesem Purwokerto Selatan).

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikumWr. Wb.

Ketia Jurusan Ekonomi Syariah


Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 7: Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI

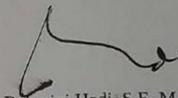
Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 2412/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/X/2021 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Laela Meisaroh NIM : 1817201066

Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha/Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadaskelir Karangklesem
Purwokerto Selatan)

Saya menyatakan bersedia / ~~tidak bersedia~~ menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 07 Oktober 2021



Rahmini Hadi, S.E.,M.Si.
NIP. 197012242005012001

Catatan: *Coret yang tidak perlu

Lampiran 8: Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624. Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

Nomor: 2425/In.17/FEBI.J.ES/P.009/X/2021

Purwokerto 07 Oktober 2021

Lamp : -

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:
Yth. Ibu Rahmini Hadi, M.Si
Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

1. Nama : Laela Meisaroh
2. NIM : 1817201066
3. Semester : VII
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Alamat : Jl. Smp 5 Rt.02/10
Karangklesem, Purwokerto Selatan, Banyumas
6. Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Usaha/Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus pada Penerbit WadasKelir Karangklesem, Purwokerto Selatan)

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alikumWr. Wb.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 9: Permohonan Persetujuan Judul Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto, 23 Oktober 2021

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Laela Meisaroh
2. NIM : 1817201066
3. Semester : VII
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Tahun Akademik : 2020/2021

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah:

Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus Pada Penerbit Rumah Kreatif Wadaskelir Karanglesem Purwokerto Selatan)
Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Rahmini Hadi, S.E., M.Si

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Rahmini Hadi, S.E., M.Si
NIP. 19701224 200501 2 001

Hormat Saya,


Laela Meisaroh
NIM. 1817201066

Menyetujui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah




Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag AKA
3. Arsip

Lampiran 10: Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal Skripsi



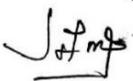
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Ekonomi Syariah (S1)

Telah mengikuti seminar proposal pada:

N O	HARI/TANGGAL	PRESENTER	TANDA TANGAN PRESENTER	
1	Senin, 12 April 2021	Dhian Yuni Pratama	1 	
2	Senin, 20 September 2021	Fatikhatul Inayah		2 
3	Senin, 04 Oktober 2021	Sangidatul Rohmah	3 	
4	Senin, 18 Oktober 2021	Tovikurohman Ramadani		4 
5	Senin, 25 Oktober 2021	Sagita Agus Lestari	5 	

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:

Nama : Sagita Agus Lestari



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

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

Judul Proposal	: Analisis Preferensi Generasi Milenial dalam Memutuskan Penggunaan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran (Studi Kasus : Pembeli yang Melakukan Transaksi di Pasar Manis , Purwokerto Barat, Kabupaten Banyumas.
Materi yang dibahas/ pertanyaan	: Alasan memilih Subyek Alat Pembayaran QRIS, padahal masyarakat Umum belum terlalu banyak yang paham dan menggunakannya?

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

Purwokerto, 25 Oktober 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007NIP.

Lampiran 11: Berita Acara Seminar Proposal



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

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Seminar : Senin, 15 November 2021
Pembimbing : Rahmini Hadi, S.E., M.Si
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan)

Catatan:

NO	ASPEK	URAIAN
1	Substansi Materi	Penerbit meningkat tapi minat baca turun lebih dikaji; Syarat kusus yang membedakan versi ebook dan cetak dari sisi bisnis
2	Metode Penelitian	Konsep yang dipegang penerbit dalam penelitian mau hanya data dari penerbit saja atau dari konsumen juga untuk dianalisis.
3	Teknik Penulisan	Huruf Time New Roman; Terjemahan Dicetak Miring; Penulisan SWOT pada paragraf pertama jangan langsung singkatan namun dijelaskan kepanjangannya; Kesaahan penulisan ada yang typo dan nyambung
4	Lain-lain	-
5	Saran	Diseragamkan mau ditulis Penerbit Wadas Kelir atau Wadas Kelir Publishing.

Purwokerto, 15 November 2021

Penguji



Mahardhika Cipta R, S.E., M.Si

Lampiran 12: Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



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

Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 2927/In.17/FEBI.J.ES/PP.009/X/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pembimbing : Rahmini Hadi, S.E., M.Si
Judul : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karanglesem Purwokerto Selatan)

Pada tanggal 15/11/2021 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 23 November 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilvatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 13: Surat Keterangan Lulus Semua Mata Kuliah Kecuali Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: 938/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/4/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP : 19851112 200912 2 007
Jabatan : Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Semester/ SKS : VIII/ 142 SKS
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/2022

Menerangkan bahwa mahasiswa tersebut diatas telah lulus semua mata kuliah (kecuali skripsi).

Demikian surat keterangan ini dibuat sebagai salah satu persyaratan untuk mendaftar ujian komprehensif dan digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 11 April 2022
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 14: Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

BLANGKO PENILAIAN UJIAN KOMPREHENSIF

Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tanggal Ujian : Rabu, 20 April 2022
Keterangan : LULUS

NO	ASPEK PENILAIAN	RENTANG SKOR	NILAI
1	Materi Utama		
	a. Ke-Universitas-an	0 - 20	16,6
	b. Ke-Fakultas-an	0 - 30	24,9
	c. Ke-Prodi-an	0 - 50	41,5
TOTAL NILAI		0 - 100	83 / A-

Penguji I,



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si

Purwokerto, 20/04/2022

Penguji II,



Muhammad Wildan, S.E.Sy., M.Sy

Lampiran 15: Kartu Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

BLANGKOKARTU BIMBINGAN

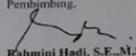
Nama : Laela Meisroh
 NIM : 1817201066
 Prodi/semester : Ekonomi Syariah/VII
 Dosen Pembimbing : Rahmini Hadi, S.E.,M.Si.
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karanglemsem Purwokerto Selatan)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Oktober	Senin, 11 Oktober 2021	1. Dalam latar belakang perlu ditambahkan kegiatan penerbit yang ada di daerah purwokerto 2. Perlu di tambahkan uji keabsahan data.		
2	Oktober	Selasa, 12 Oktober 2021	1. Tata letak dan kepenulisan 2. Penambahan materi pada Definisi operasional 3. Penghapusan tanda (.)		
3	Oktober	Senin, 18 Oktober 2021	1. Tata letak terkait materi analisis SWOT masuk pada Metodologi Penelitian		
4	April	Selasa, 05 April 2022	1. Penambahan Landasan Teologis 2. Perbaikan Typo Penulisan		
5	April	Kamis, 21 April 2022	1. Penghapusan Sistematika Pembahasan		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.iaipurwokerto.ac.id

*) diisi pokok-pokok bimbingan;
 **) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 21 April 2022
 Pembimbing,

Rahmini Hadi, S.E.,M.Si.
 NIP. 197012242005012001

Lampiran 16: Surat Balasan

SURAT BALASAN

Hal : Balasan

Kepada Yth.
Ketua Jurusan S1 Ekonomi Syariah
Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
Di Purwokerto

Dengan hormat,
Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mukhamad Hamid Samiaji
Jabatan : Manajer Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir (PRKWK)

Menerangkan bahwa,

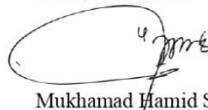
Nama : Laela Meisaroh
NIM : 1817201066
Jurusan/ Fakultas : Ekonomi Syariah/ FEBI

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada perusahaan kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

“Analisis Strategi Bersaing Bisnis Penerbitan dengan Metode SWOT”
(Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem
Purwokerto Selatan)

Demikian surat ini kami sampaikan dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terima kasih.

Purwokerto, 26 November 2021
Hormat kami,
Manajer PRKWK



Mukhamad Hamid Samiaji

Lampiran 17: Surat Keterangan Penelitian



CV. RUMAH KREATIF WADAS KELIR

PENERBIT RUMAH KREATIF WADAS KELIR

Jl. Wadas Kelir Rt 07 Rw 05 Karangklesem Purwokerto Selatan,
Banyumas – Jawa Tengah Email : wadaskelirpublisher@gmail.com
Telp. 0895379041613

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Manajer Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas, menerangkan bahwa:

Nama : Laela Meisaroh
Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 05 Mei 2000
NIM : 1817201066
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Jurusan : Ekonomi Syariah (ES)

Dengan ini menyatakan yang sesungguhnya bahwa nama mahasiswa tersebut di atas **BENAR** telah melaksanakan penelitian (*Research*) di Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan, terhitung tanggal 26 November 2021- 24 Januari 2022 guna penulisan Skripsi dengan judul:

ANALISIS STRATEGI BERSAING BISNIS PENERBITAN DENGAN METODE SWOT (Studi Kasus pada Penerbit Rumah Kreatif Wadas Kelir Karangklesem Purwokerto Selatan)

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan oleh yang bersangkutan sebagaimana mestinya.

Manajer PRKWK Purwokerto



CV. RUMAH KREATIF WADAS KELIR

Mukhamad Hamid Samiaji

Lampiran 18

BIODATA MAHASISWA

- a. Identitas Diri
1. Nama : Laela Meisaroh
 2. NIM : 1817201066
 3. Jenis Kelamin : Perempuan
 4. Agama : Islam
 5. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 05 Mei 2000
 6. Alamat Rumah : Jl. SMPN 5 RT.02/10 Karangklesem
 7. Jurusan/ Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam/ FEBI
 8. Nomor HP/WA Aktif : 085540417104
 9. Email : Laelameisaroh117@gmail.com
 10. Nama Orang Tua : Bapak : Riyanto
Ibu : Ari Atiningsih
- b. Riwayat Pendidikan
1. Pendidikan Formal
 - a. SD, Tahun Lulus : SD Negeri 1 Karangklesem (2012)
 - b. SMP, Tahun Lulus : SMP Negeri 7 Purwokerto (2015)
 - c. SMK, Tahun Lulus : SMK Negeri 1 Purwokerto (2018)
 - d. S1, Tahun Masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (2018)
 2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Hidayatul Mubtadiien, tahun masuk 2018-2020
- C. Pengalaman Organisasi
- a. Karangtaruna Desa Karangklesem, Purwokerto Selatan

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Saya tersebut di atas



Laela Meisaroh
NIM. 1817201066