

## BAB IV

### MEDIA PROMOSI YANG DIGUNAKAN CREATIVE PRINTING KUDUS DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN

#### A. Gambaran Umum Lokasi penelitian

##### 1. Profil Creative Printing Kudus

Usaha kecil menengah banyak diminati sebagian besar penduduk Indonesia karena jumlah lapangan kerja atau kesempatan untuk bekerja tidak seimbang dengan jumlah pencari kerja atau pengangguran, maka dari itu jenis usaha kecil menengah sangat diminati karena keterbatasan jumlah lowongan kerja. Dan pada usaha ini pun tidak memerlukan modal besar dan hanya membutuhkan sedikit keterampilan dalam membuka usaha.

Dari usaha itulah penduduk Indonesia mendapatkan penghasilan dan dapat memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mendirikan usaha kecil menengah dengan modal seadanya kita bisa membangun usaha kecil, sampai usaha besar. Dengan adanya kerja sama, keterampilan dan semangat antar pemilik modal dengan para pekerja dapat berjalan dengan lancar dan dapat berkembang tidak hanya itu tempat/lokasi usaha juga harus dipikirkan.

Salah satu usaha kecil menengah tersebut adalah Jasa Foto Copy *Creative Printing* yang terletak di Jln. Conge ngembal rejo depan kampus timur IAIN Kudus. Usaha ini telah berdiri sejak 4 tahun yang lalu, pada tanggal 02 april 2015 , sehingga telah memiliki banyak konsumen. Namun seiring berjalannya waktu saingan usaha pun banyak bermunculan. Oleh sebab itu Foto Copy *Creative Printing* harus melakukan strategi pemasaran yang tepat agar tidak kalah bersaing oleh para pesaingnya. Salah satu strategi yang dilakukan adalah memberikan pelayanan yang lebih mudah dibanding

foto copy yang lain. Lalu mereka juga menambah mesin foto copy agar tidak terjadi antrian yang lama ketika konsumen banyak yang berdatangan.<sup>1</sup>

Semua hal yang dilakukan oleh Foto Copy *Creative Printing* adalah untuk memuaskan konsumennya. Kepuasan konsumen sangat penting karena dari kepuasan itulah akan timbul rasa minat konsumen dan memungkinkan kembali konsumen menggunakan jasa foto copy *Creative Printing*. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis terhadap minat konsumen bagi usaha tersebut untuk mengukur dan mengevaluasi sebaik mungkin.<sup>2</sup>

Dalam suatu perekonomian yang kompleks seperti sekarang ini, orang harus mau menghadapi tantangan dan resiko untuk mengkombinasikan tenaga kerja, material, modal, dan manajemen secara baik sebelum memasarkan suatu produk. Oleh karena itu, sebelum melakukan pengembangan usaha hendaknya dilakukan suatu kajian yang cukup mendalam dan komprehensif untuk mengetahui layak tidaknya usaha tersebut.

Usaha fotocopy ini merupakan kelompok usaha kecil, bisa juga dikatakan dalam bentuk perusahaan perseorangan. Untuk mendirikan usaha fotocopy ini tidak memerlukan persyaratan khusus, sebagaimana bentuk badan hukum lainnya. Pendirian usaha fotocopy ini tidak memerlukan modal besar. Pendiriannya mudah dan tidak diperlukan organisasi besar, tetapi cukup dengan organisasi dan manajemen yang sederhana.<sup>3</sup>

Oleh karena itu, sebelum menggarap bisnis hendaknya dilakukan terlebih dahulu analisis terhadap pasar potensial yang akan dimasuki oleh produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan. Setelah ditemukan pasar potensial dan masih terbukanya peluang untuk mengembangkan bisnis

---

<sup>1</sup>Sejarah Singkat Foto Copy *Creative Printing* Kudus, Wawancara langsung dengan Prisa Afif Ulin Nuha selaku pemilik Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>2</sup>Wawancara langsung dengan Prisa Afif Ulin Nuha selaku pemilik Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>3</sup>Analisis Aspek Hukum Foto Copy *Creative Printing* Kudus.

tersebut, maka dapat dilakukan analisis terhadap aspek-aspek bisnis yang lainnya.

Kami memilih untuk mengangkat usaha foto copy sebagai salah satu usaha yang memenuhi standar kelayakan bisnis dan dianggap cukup menjanjikan dikarenakan kalangan mahasiswa membutuhkan jasa foto copy untuk menunjang aktivitas perkuliahannya. Oleh karena itu, kami sebagai mahasiswa sendiri menyadari betapa pentingnya usaha foto copy ini. Pada kesempatan ini, kami ingin mencoba mendirikan usaha foto copy yang letaknya berada di kompleks IAIN Kudus.<sup>4</sup>

Foto copy, penjilidan, printing, ketik, laminating dan kebutuhan lainnya yang merupakan aktivitas yang dekat dengan mahasiswa dan memang dibutuhkan mahasiswa untuk menunjang kegiatan perkuliahannya, sehingga kebutuhan mahasiswa akan usaha ini cukup tinggi.<sup>5</sup> Usaha foto copy ini diberi nama “*Creative Printing*” yang cukup mudah dilafalkan, mudah diingat dan mempunyai nilai keunikan tersendiri. Kata “*Creative*” di sini diartikan bahwa segala sesuatu yang dikerjakan di tempat fotocopy ini sesuai dengan yang diharapkan konsumen, dan tepat baik dari segi waktu dan permintaan (kami benar-benar mengedepankan profesionalisme kerja yang tinggi). Dan kata “*Printing*” di sini diartikan bahwa usaha ini bisa terus eksis dalam bidang printing dan foto copy, berkembang menjadi besar dan lancar dalam usahanya. Sehingga, diharapkan nama ini bisa memberikan keuntungan (hoki) sehingga usaha foto copy ini bisa berkembang dan menghasilkan banyak keuntungan.<sup>6</sup> Fotocopy *Creative Printing*” terletak di depan Kampus timur IAIN Kudus dan di kawasan kos-kosan para

---

<sup>4</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>5</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>6</sup>Sejarah Singkat Foto Copy *Creative Printing* Kudus, Wawancara langsung dengan Prisa Afif Ulin Nuha selaku pemilik Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

mahasiswa, sehingga mudah dikenali dan terjangkau dalam hal transportasi, karena sebagai jalur keluar masuk kampus.<sup>7</sup>

Dikarenakan masih kurangnya usaha yang sejenis dalam wilayah tersebut sehingga pesaing di dalam pasar tidak berpengaruh cukup besar terhadap jalannya usaha foto copy ini. Hal ini dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh pemilik usaha dengan mendirikan “Foto copy *Creative Printing*”.<sup>8</sup> Dengan sedikitnya pesaing maka secara tidak langsung akan mempengaruhi jumlah pendapatan dan menghasilkan keuntungan yang lebih besar bagi “Fotocopy *Creative Printing*”. Selain itu, hal ini juga akan membatasi peluang bisnis bagi pesaing-pesaing baru yang akan membuka usaha yang sejenis. Hal ini dikarenakan “Fotocopy *Creative Printing*” akan menjadi pusat/center baru dalam memenuhi kebutuhan pasar (konsumen) akan usaha foto copy dan sekitarnya.<sup>9</sup>

Dengan adanya jasa foto copy dan berbagai kelengkapan yang ditawarkan oleh “Fotocopy *Creative Printing*”, maka hal ini merupakan modal utama untuk merebut pangsa pasar yang sebelumnya dikuasai oleh tempat-tempat lain ( para pesaing ).

## 2. Pertumbuhan dan Perkembangan Creative Printing Kudus

Dalam dunia bisnis di masa sekarang ini, akan dapat dirasakan bahwa semakin bergerak ke arah perkembangan dan kemajuan yang pesat melewati batas ruang, gerak, dan waktu. Di lain pihak, gelombang globalisasi semakin tak terbendung, sehingga menyebabkan manusia berlomba-lomba untuk bersaing dalam berbagai bidang, terutama dalam dunia bisnis. Paduan dari kedua hal tersebut adalah adanya usaha-usaha manusia untuk bersaing dan saling mempengaruhi dalam berbagai bidang sesuai dengan perkembangan

---

<sup>7</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>8</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>9</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.



dan kemajuan globalisasi. Oleh karena itu, manusia berusaha dan terus mencoba untuk menciptakan sesuatu yang mampu menguasai dunia bisnis.

Berdasarkan paduan tersebut, maka manusia-manusia berusaha untuk menerapkan dan mengimplementasikan persaingan tersebut dalam suatu bentuk usaha, baik secara individu maupun secara berkelompok. Bentuk usaha tersebut disesuaikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi. Salah satu bentuk usaha tersebut adalah dengan mendirikan perusahaan (berbisnis), yang dapat diartikan sebagai sebuah organisasi yang memproses perubahan keahlian dan sumber daya ekonomi menjadi barang atau jasa yang diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan para pembeli, serta diharapkan akan memberikan laba kepada para pemiliknya.

Adapun salah satu alternatif usaha yang kami rasa memenuhi standar kelayakan bisnis adalah usaha fotocopy, penjilidan, printing, ketik, laminating dan lain sebagainya. Usaha fotocopy ini cukup menjanjikan, terutama karena letaknya yang sangat strategis, yaitu di area kampus sehingga memudahkan kalangan mahasiswa, di mana mereka sebagai target utama usaha ini.<sup>10</sup>

Fotocopy *Creative Printing*” didirikan untuk memenuhi permintaan para mahasiswa atas kebutuhan foto copy, penjilidan, printing, ketik, dan laminating di mana mahasiswa sebagai target pasar utama dari usaha foto copy ini. Jadi sasaran pasar usaha ini adalah para mahasiswa (sebagai segmen pasar yang akan dibidik oleh usaha ini).<sup>11</sup> Fotocopy *Creative Printing*” menyediakan berbagai jasa yang berhubungan dengan foto copy dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan standar harga foto copy di tempat-tempat lain, bahkan untuk beberapa jenis jasa ada yang harganya

---

<sup>10</sup>Sejarah Singkat Foto Copy *Creative Printing* Kudus, Wawancara langsung dengan Prisa Afif Ulin Nuha selaku pemilik Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>11</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

lebih murah bila dibandingkan dengan harga di tempat-tempat lain.<sup>12</sup> Fotocopy *Creative Printing*” menawarkan konsep tempat foto copy yang aman, dan profesional dalam bidangnya, sehingga para konsumen dapat dipastikan akan mendapatkan kualitas pelayanan yang maksimal dari usaha foto copy ini.<sup>13</sup>

Selain itu, salah satu keunggulan dari “Fotocopy *Creative Printing*” adalah delivery service yaitu “Fotocopy *Creative Printing*” menyediakan jasa tambahan berupa 24 jam non stop bisa langsung kirim lewat whatshap, facebook, instagram atau yang lainnya.<sup>14</sup> Dengan adanya kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh “Fotocopy *Creative Printing*” ini, diharapkan akan mampu menyerap pangsa pasar para pesaing yang sudah ada/eksis lebih dahulu dan mampu menghasilkan market share yang menjanjikan hingga tahun-tahun mendatang. Untuk itu, “Fotocopy *Creative Printing*” terus berusaha memberikan pelayanan yang maksimal dan diharapkan mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen sehingga usaha foto copy ini bisa tetap eksis dan berkembang.

Perkembangan usaha fotocopy creative printing sangat pesat untuk saat ini. Dengan penambahan produk selain fotocopy, laminating, penjilidan, rental dan lain sebagainya, sekarang ada juga produk lain seperti plakat, cutingpaper, cetak foto,accessoris dan masih banyak yang lainnya. Untuk pertumbuhan sendiri dari creative printing menambah pangsa pasar, yang awalnya pangsa pasar hanya disekitar kudus saja sekarang semakin merambah ke kota lain seperti didaerah pati dan di daerah rembang. Penambahan pangsa pasar itu hasil dari promosi secara online.

---

<sup>12</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

<sup>13</sup>konsumen *Creative Printing*, Wawancara Pribadi, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>14</sup>Observasi di Foto Copy *Creative Printing* Kudus, pada tanggal 02 November 2018.

## B. Data Penelitian

### 1. Media promosi yang digunakan Creative Printing

Pemasaran mengandung arti yang luas karena membahas mengenai masalah yang terdapat dalam perusahaan dan hubungannya dengan perdagangan barang dan jasa. Dalam hal pemasaran banyak media yang digunakan, misalnya dengan internet, banner atau yang lainnya. Sebelum melakukan promosi banyak perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan terutama Foto Copy *Creative Printing*, dalam hal ini prisa afif ulin nuha selaku pemilik ber-opini bahwa:

“Membuat media yang akan dipromosikan baik dari internet, ataupun langsung kepada konsumen”.<sup>15</sup>

Adapun media yang digunakan dicreative printing yaitu dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, Whatshap dan *instagram*. Dalam hal ini prisa afif ulin nuha berpendapat bahwa:

“Media yang digunakan yaitu media soaila seperti :lewatWhatshap, *facebook,instagram*. Selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat media luar ruang seperti brosure ,banner dengan harga terjangkau dan hasil berkualitas”.<sup>16</sup>

Promosi sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsendengan konsumen harus benar-benar dipahami oleh seorang manajer.

Perumusan pesan yang disampaikan dalam promosi haruslah sedemikian rupa sehingga dapat menyentuh perasaan atau hati sanubari konsumen. Promosi dengan pesan-pesan yang persuasif seperti itu maka konsumen akanmenarik pesan itu dengan enak dan akan terkesan secara mendalam baginya. Perumusan pesan itu harus bersifat tajam tetapi halus. Pesan yang disampaikan lewat promosi itu merupakan senjata untuk mempengaruhi konsumen sehingga harus tajam tetapi halus.

---

<sup>15</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy*Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 02November 2018, pukul 16.00 WIB.

<sup>16</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy*Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 02November 2018, pukul 16.00 WIB.

Media promosi yang tidak tepat biasanya disebabkan karena tidak sesuai dengan kebiasaan konsumen dalam kehidupannya sehari-hari. Misalnya saja promosi lewat Banner atau pamflet, seperti ungkapan Prisa Afif Ulin Nuha:

“Tadi sudah saya jelaskan to, Selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat Banner, Brosure”.<sup>17</sup>

Dalam hal melakukan promosi sebenarnya pihak Foto Copy *Creative Printing* tidak asal main-main saja. Misalnya saja kebiasaan konsumen sehari-hari membaca koran, sedangkan media promosi yang dipergunakan menggunakan radio, maka pesan yang disampaikan oleh promosi tersebut tidak akan pernah sampai ke tangan konsumen itu. Media yang tidak cocok dengan kehidupan konsumen menyebabkan promosi yang dilakukan tidak pernah bisa sampai ke hadapan konsumen, oleh karena itu media promosi harus kita pilih secara tepat agar sesuai dengan kebiasaan sehari-hari para konsumen. Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya.

Dari beberapa konsumen *Creative Printing* menyatakan bahwa sebagai berikut

Dari konsumen *Creative Printing* yang bernama mas Naula menyatakan bahwa

“Sangat menarik, Karena *Creative Printing* dalam setiap promosinya memberikan tawaran kualitas layanan “<sup>18</sup>

Dari konsumen yang bernama mas Imam Syafi’i menyatakan bahwa

“Cukup Membantu calon pelanggan, dalam hal pelayanan di *creative printing*”<sup>19</sup>

Dari konsumen yang bernama Firman Noor Riyadi menyatakan bahwa

“Saya melihat media promosi yang digunakan *creative printing* sangat menarik karena sudah mampu mengikuti perkembangan zaman dan

---

<sup>17</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, Wawancara Pribadi, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

<sup>18</sup>Naula selaku konsumen *Creative Printing*, Wawancara Pribadi, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>19</sup>Imam Syafi’i selaku konsumen *Creative Printing*, Wawancara Pribadi, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.



dapat merangkul semua kalangan konsumen, baik anak muda maupun orang tua”<sup>20</sup>

Dari konsumen yang bernama Ryan Nur Hidayat menyatakan bahwa

“Cukup membantu konsumen, karena adanya pelayanan secara online”<sup>21</sup>

## **2. Media yang digunakan creative printing kudus dalam meningkatkan minat konsumen**

Dari beberapa Media promosi yang digunakan, creative printing Kudus menggunakan dua media promosi yaitu :

Media Sosial, Salah satu website dimana fungsinya untuk sebuah hiburan atau entertainment, Misalnya : facebook, instagram, whatsapp.

Kelebihan media sosial

- a. Bisa menjalin silaturahmi sesama teman kita dimana saja tanpa harus bertatap muka
- b. Bisa mendapatkan teman dari mana saja Terkadang dengan media sosial, kita bisa bertemu dengan teman lama yang sudah lama tidak bertemu
- c. Dapat digunakan ajang promosi

Kekurangan

- 1) Sering disalagunakan oknum-oknum yang tidak benar
- 2) Banyak sekali account-account palsu
- 3) Terkadang jejaring sosial sering menyebabkan virus-virus untuk merusak komputer

Media luar ruang yaitu media iklan yang dipasang ditempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan dipusat keramaian atau tempat khusus lainnya seperti didalam bis kota, gedung, pagar, tembok dan sebagainya. Jenis-jenis

---

<sup>20</sup>Firman Noor Riyadi selaku konsumen *Creative Printing, Wawancara Pribadi*, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>21</sup>Ryan Nur Hidayat selaku konsumen *Creative Printing, Wawancara Pribadi*, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

media luar ruang meliputi billboard, baleho, poster, spanduk, umbul-umbul, transit (panel bis), balon raksasa, banner, pamflet dan lain-lain.

Keunggulan :

- a. Murah
- b. Sangat mencolok karena ukurannya besar
- c. Penampilannya menarik
- d. Fleksibel
- e. Pesaingnya sedikit
- f. Menayangkan pesan iklan yang sama berkali-kali

Kelemahan

- a. Membahayakan pengemudi
- b. Kreatifitas terbatas
- c. Masyarakat khalayak tidak selektif

Menurut Prisa Afif Ulin Nuha Selaku pemilik Creative Printing bahwa kelebihan dari dua media yang diterapkan di Creative Printing

“Kelebihan dari media sosial itu lebih praktis, jangkauan lebih luas, lebih dekat ke konsumen, kalo media luar ruang sendiri kelebihanannya itu lebih murah dalam pembuatannya, bisa bertatap muka langsung dengan konsumen”<sup>22</sup>

Prisa Afif Ulin Nuha juga mengatakan kekurangan dari media yang digunakan di Creative Printing

“Kalo media sosial terkadang ada gangguan sinyal, terus menimbulkan banyak virus, untuk media luar ruang Cuma kreatifitasnya terbatas terkadang gambarnya kurang jelas”<sup>23</sup>

Menurut Konsumen Creative Printing tentang kelebihan media promosi yang digunakan yaitu

---

<sup>22</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, Wawancara Pribadi, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

<sup>23</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, Wawancara Pribadi, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

“kelebihannya dari media promosi yang digunakan Creative printing itu lebih mudah dalam berkomunikasi, mudah dalam pengiriman file, memberikan layanan 24 jam non stop”<sup>24</sup>

Konsumen juga menjelaskan tentang kekurangan media Creative Printing yaitu :

“kekurangan dari media sosial yang digunakan creative printing, terkadang kalo menghubungi tidak di respon terkadang juga tidak di balas”<sup>25</sup>

Periklanan merupakan bagian dari promosi yang tujuannya antara lain untuk memperkenalkan produk baru, membujuk, menciptakan kesan dan memberi informasi, dengan periklanan yang tepat maka akan tercapai suatu hasil yang diharapkan. Pengelola pemasaran beranggapan bahwa kegiatan promosi yang paling efektif adalah beriklan melalui media. Creative Printing juga memberikan layanan terhadap konsumen yaitu:

1. Memberikan layanan kilat (khusus printing laser);
2. Hasil yang dikerjakan bagus, rapi dan cepat;
3. Dikerjakan dalam waktu 24 jam non stop;
4. Layanan kritik dan saran, apabila konsumen merasa belum puas.

Menurut manager Creative Printing Prisa Afif Ulin Nuha mengatakan bahwa “Kelebihan dari Creative Printing sendiri yaitu bisa memberikan layanan kilat kepada konsumen, layanan dilakukan 24 jam non stop, layanan kritik dan saran apabila konsumennya merasa tidak puas”<sup>26</sup>

Prisa Afif Ulin Nuha juga mengatakan bahwa Creative printing juga memiliki kekurangan yaitu

“kekurangan dari Creative Printing sendiri yaitu Kurangnya perlengkapan yang digunakan karyawan”<sup>27</sup>

---

<sup>24</sup>konsumen *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>25</sup>konsumen *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>26</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

<sup>27</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

Menurut Konsumen kelebihan yang dimiliki Creative Printing yaitu

“Kelebihan dari Creative Printing ,tempat nya yang strategis,harganya yang terjangkau,pelayanan yang ramah”<sup>28</sup>

Konsumen Creative Printing juga mengatakan kekurangan yang ada yaitu

“ Kekurangan yang ada dicreative printing yaitu lahan parkir yang terlalu sempit,tempat juga kurang luas”<sup>29</sup>

Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu .Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan pada dirinya.Kesenangan merupakan minat yang sementara. Semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut. Sebaliknya minat akan menjadi pupus kalo tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.<sup>30</sup>

Berdasarkan hasil observasi yang di dapat peneliti bahwa minat konsumen yang ada di *Creative Printing* berjalan baik. Hal ini dapat dicapai oleh suatu layanan yang dijalankan benar-benar tepat sehingga minat konsumen dapat berhasil seefektif mungkin. Menurut manager *Creative Printing* menyatakan :

“Setelah menggunakan media promosi berupa media sosial Whatshap, facebook dan Instagram serta media luar ruang seperti benner,pamflet cukup membantu dalam meningkatkan minat konsumen yang ada dicreative printing.karena kita punya Eksistensi promosi di Foto Copy *Creative Printing* dilakukan secara terus menerus, atau dilakukan setiap hari”<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup>konsumen *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>29</sup>konsumen *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>30</sup> Abdul Rahman Shaleh & Muhibb Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*, Kencana , Jakarta, 2014, hlm. 263-268.

<sup>31</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.



Untuk menjaga minat konsumen di Creative Printing maka pelayanan yang dilakukan sebagai berikut, seperti yang dikatakan oleh manager Creative Printing :

“Dalam pelayanan kekonsumen kita menggunakan pelayanan yang ramah dan membantu dalam hal pengeditan file, seperti slogan yang kami terapkan kepuasan anda adalah komitmen kami”<sup>32</sup>

Maka pihak Foto Copy *Creative Printing* selalu memberikan layanan cepat berkualitas. agar konsumen tetap suka dengan layanan di foto copy *creative Printing*.

Maka dari itu foto Copy *Creative Printing* mempunyai tantangan yang akan terus ada, maka dari itu akan tetap melakukan inovasi dan kejutan-kejutan yang menggembirakan untuk konsumen. Dengan introspeksi diri dan belajar lebih tekun, cerdas, dan tanggap mengenai situasi dan kondisi konsumen

Dari tantangan tersebut, maka pihak foto copy akan selalu memberikan segala hal yang baik. Akhirnya, konsumen akan merasa sangat puas jika kinerja produk melebihi ekspektasi mereka. Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik.

Analisis SWOT adalah upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari pemilik dan konsumen, karena keterbatasan waktu. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi harus

---

<sup>32</sup>Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy *Creative Printing*, *Wawancara Pribadi*, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman) .<sup>33</sup>

Menurut manager Creative Printing Prisa Afif Ulin Nuha mengatakan bahwa

“Kelebihan dari Creative Printing sendiri yaitu bisa memberikan layanan kilat kepada konsumen,layanan dilakukan 24 jam non stop,layanan kritik dan saran apabila konsumennya merasa tidak puas”<sup>34</sup>

Prisa Afif Ulin Nuha juga mengatakan bahwa Creative printing juga memiliki kekurangan yaitu

“kekurangan dari Creative Printing sendiri yaitu Kurangnya perlengkapan yang digunakan karyawan”<sup>35</sup>

Menurut Konsumen kelebihan yang dimiliki Creative Printing yaitu

“Kelebihan dari Creative Printing ,tempatnya yang strategis,harganya yang terjangkau,pelayanan yang ramah”<sup>36</sup>

Konsumen Creative Printing juga mengatakan kekurangan yang ada yaitu

“ Kekurangan yang ada dicreative printing yaitu lahan parkir yang terlalu sempit,tempat juga kurang luas”<sup>37</sup>

---

<sup>33</sup> Zuhrotun Nisak, Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif, Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol.3 No.1 Januari 2015, hlm.2-4.

<sup>34</sup> Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy Creative Printing, Wawancara Pribadi, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

<sup>35</sup> Prisa Afif Ulin Nuha, S.E selaku Pemilik Foto copy Creative Printing, Wawancara Pribadi, 02 November 2018, pukul 16.00 WIB.

<sup>36</sup> konsumen Creative Printing, Wawancara Pribadi, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

<sup>37</sup> konsumen Creative Printing, Wawancara Pribadi, 06 November 2018, pukul 15.00 WIB.

## C. Analisis Data

### 1. Media Promosi yang digunakan *Creative Printing* Kudus

Berdasarkan hasil wawancara bahwa perencanaan media promosi sangat penting untuk diaktualisasikan. Karena dengan rencana yang terstruktur akan menghasilkan hasil yang maksimal. Pemasaran mengandung arti yang luas karena membahas mengenai masalah yang terdapat dalam perusahaan dan hubungannya dengan perdagangan barang dan jasa. Dalam hal pemasaran banyak media yang digunakan, misalnya dengan internet, banner atau yang lainnya. Sebelum melakukan promosi banyak perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan terutama Foto Copy *Creative Printing*, dalam hal ini Prisa Afif Ulin Nuha selaku pemilik ber-opini bahwa membuat media yang akan dipromosikan baik dari internet, ataupun langsung kepada konsumen.

Adapun media yang digunakan dalam promosi jasa foto copy yaitu dengan menggunakan alat bantu seperti *facebook*, *Whatsap* dan lain sebagainya. Dalam hal ini Prisa Afif Ulin Nuha berpendapat bahwa media yang digunakan yaitu media sosial seperti :lewat *Whatsap*, *facebook*,*instagram*. Selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat media luar ruang seperti brosur, banner dengan hasil berkualitas.

Promosi sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen harus benar-benar dipahami oleh seorang manajer. Perumusan pesan yang disampaikan dalam promosi haruslah sedemikian rupa sehingga dapat menyentuh perasaan atau hati sanubari konsumen. Promosi dengan pesan-pesan yang persuasif seperti itu maka konsumen akan tertarik dengan pesan itu dengan enak dan akan terkesan secara mendalam baginya. Perumusan pesan itu harus bersifat tajam tetapi halus. Pesan yang disampaikan lewat promosi itu merupakan senjata untuk mempengaruhi konsumen sehingga harus tajam tetapi halus. Media promosi yang tidak tepat biasanya disebabkan karena tidak sesuai dengan kebiasaan konsumen dalam kehidupannya sehari-hari. Misalnya saja

promosi lewat Banner atau pamflet, seperti ungkapan Prisa Afif Ulin Nuha, selain itu Foto Copy *Creative Printing* juga melakukan promosi lewat Banner, Brosure. Dalam hal melakukan promosi sebenarnya pihak Foto Copy *Creative Printing* tidak asal main-main saja. Misalnya saja kebiasaan konsumen sehari-hari membaca koran, sedangkan media promosi yang dipergunakan menggunakan radio, maka pesan yang disampaikan oleh promosi tersebut tidak akan pernah sampai ke tangan konsumen itu. Media yang tidak cocok dengan kehidupan konsumen menyebabkan promosi yang dilakukan tidak pernah bisa sampai ke hadapan konsumen, oleh karena itu media promosi harus kita pilih secara tepat agar sesuai dengan kebiasaan sehari-hari para konsumen. Meskipun secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Dari beberapa konsumen *Creative Printing* menyatakan bahwa sebagai berikut konsumen *Creative Printing* yang bernama mas Naula menyatakan bahwa Sangat menarik, Karena *Creative Printing* dalam setiap promosinya memberikan tawaran kualitas layanan. Dari konsumen yang bernama mas Imam Syafi'i menyatakan bahwa cukup membantu calon pelanggan, dalam hal pelayanan di *creative printing*. Dari konsumen yang bernama Firman Noor Riyadi menyatakan bahwa ,saya melihat media promosi yang digunakan *creative printing* sangat menarik karena sudah mampu mengikuti perkembangan zaman dan dapat merangkul semua kalangan konsumen, baik anak muda maupun orang tua. Dari konsumen yang bernama Ryan nur Hidayat menyatakan bahwa Cukup membantu konsumen, karena adanya pelayanan secara online.

## **2. Media yang digunakan *creative printing* kudus dalam meningkatkan minat konsumen**

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan Prisa Afif Ulin Nuha bahwa Minat merupakan suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu .Minat berhubungan dengan sesuatu yang



menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan pada dirinya. Kesenangan merupakan minat yang sementara. Semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan akan semakin kuat minat tersebut. Sebaliknya minat akan menjadi pupus kalo tidak ada kesempatan untuk mengekspresikannya.

Berdasarkan hasil observasi yang di dapat peneliti bahwa minat konsumen yang ada di *Creative Printing* berjalan baik. Hal ini dapat dicapai oleh suatu layanan yang dijalankan benar-benar tepat sehingga minat konsumen dapat berhasil seefektif mungkin. Menurut manager *Creative Printing* menyatakan, Setelah menggunakan media promosi berupa media sosial Whatshap, facebook dan Instagram serta media luar ruang seperti benner, pamflet cukup membantu dalam meningkatkan minat konsumen yang ada di *creative printing*. karena kita punya Eksistensi promosi di Foto Copy *Creative Printing* dilakukan secara terus menerus, atau dilakukan setiap hari .

Untuk menjaga minat konsumen di *Creative Printing* maka pelayanan yang dilakukan sebagai berikut, seperti yang dikatakan oleh manager *Creative Printing* Dalam pealayan kekonsumen kita menggunakan pelayanan yang ramah dan membantu dalam hal pengeditan file, seperti selogan yang kami terapkan kepuasan anda adalah komitmen kami.

Maka pihak Foto Copy *Creative Printing* selalu memberikan layanan cepat berkualitas. agar konsumen tetap suka dengan layanan di foto copy *creative Printing*.

Maka dari itu foto Copy *Creative Printing* mempunyai tantangan yang akan terus ada, maka dari itu akan tetap melakukan inovasi dan kejutan-kejutan yang menggembirakan untuk konsumen. Dengan intropeksi diri dan belajar lebih tekun, cerdas, dan tanggap mengenai situasi dan kondisi konsumen

Dari tantangan tersebut, maka pihak foto copy akan selalu memberikan segala hal yang baik. Akhirnya, konsumen akan merasa sangat puas jika kinerja produk melebihi ekspektasi mereka Dengan kepuasan ini diharapkan mereka dapat menjadi langganan atau sahabat yang baik.

Media Sosial, Salah satu website dimana fungsinya untuk sebuah hiburan atau entertainment, Misalnya : facebook,instagram,whatshap.

Kelebihan media social

- a. Bisa menjalin silaturahmi sesama teman kita dimana saja tanpa harus bertatap muka
- b. Bisa mendapatkan teman dari mana sajaTerkadang dengan jejaring sosial, kita bisa bertemu dengan teman lama yang sudah lama tidak bertemu
- c. Dapat digunakan ajang promosi

Kekurangan

- a. Sering disalagunakan oknum-oknum yang tidak benar
- b. Banyak sekali account-account palsu
- c. Terkadang jejaring sosial sering menyebabkan virus-virus untuk merusak komputer

Media luar ruang yaitu media iklan yang dipasang ditempat-tempat terbuka seperti di pinggir jalan dipusat keramaian atau tempat khusus lainnya seperti didalam bis kota,gedung,pagar,tembok dan sebagainya. Jenis-jenis media luar ruang meliputi billboard, baleho, poster, spanduk, umbul-umbl, transit (panel bis), balon raksasa, banner, pamflet dan lain-lain.

Keunggulan :

- a. Murah
- b. Sangat mencolok karena ukurannya besar
- c. Penampilannya menarik
- d. Fleksibel
- e. Pesaingnya sedikit
- f. Menayangkan pesan iklan yang sama berkali-kali

### Kelemahan

- a. Membahayakan pengemudi
- b. Kreatifitas terbatas
- c. Masyarakat khalayak tidak selektif

Menurut Prisa Afif Ulin Nuha Selaku pemilik Creative Printing bahwa kelebihan dari dua media yang diterapkan di Creative Printing, Kelebihan dari media sosial itu lebih praktis ,jangkauan lebih luas, lebih dekat ke konsumen, kalo media luar ruang sendiri kelebihanannya itu lebih murah dalam pembuatannya,sangat mencolok karena ukurannya yang besar.

Prisa Afif Ulin Nuha juga mengatakan kekurangan dari media yang digunakan di Creative Printing , media sosial terkadang ada gangguan terhadap sinyal,menimbulkan banyak virus,untuk media luar ruang Cuma kreatifitasnya terbatas aja.

Menurut Konsumen Creative Printing tentang kelebihan media promosi yang digunakan yaitu media promosi yang digunakan Creative printing itu lebih mudah dalam berkomunikasi,mudah dalam pengiriman file,memberikan layanan 24 jam non stop.

Konsumen juga menjelaskan tentang kekurangan media Creative Printing yaitu kekurangan dari media promosi yang digunakan creative printing, terkadang kalo menghubungi tidak di respon terkadang juga tidak di balas.

Periklanan merupakan bagian dari promosi yang tujuannya antara lain untuk memperkenalkan produk baru, membujuk, menciptakan kesan dan memberi informasi, dengan periklanan yang tepat maka akan tercapai suatu hasil yang diharapkan. Pengelola pemasaran beranggapan bahwa kegiatan

promosi yang paling efektif adalah beriklan melalui media. Creative Printing juga memberikan layanan terhadap konsumen yaitu:

1. Memberikan layanan kilat
2. Hasil yang dikerjakan bagus, rapi dan cepat;
3. Dikerjakan dalam waktu 24 jam non stop;
4. Layanan kritik dan saran.

Analisis SWOT adalah upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari pemilik dan konsumen, karena keterbatasan waktu. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Proses pengambilan keputusan strategi selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman).

Berikut ini penelitian di fotocopy creative printing dengan menggunakan SWOT :

**a. Strength (Kekuatan)**

- 1) Memberikan layanan kilat

Layanan kilat ini cocok untuk konsumen yang tergesa-gesa yang dikejar oleh waktu. Layanan ini sama seperti biasa tapi lebih dipercepat dalam soal pengeditan dan lain sebagainya.

- 2) Hasil yang dikerjakan bagus, rapi, dan cepat



Dengan menggunakan cara ini konsumen akan merasa puas dan meningkatkan minatnya untuk menjadi konsumen creative printing lagi.

3) Layanan kritik dan saran

Layanan kritik dan saran ini diberikan kepada konsumen yang merasa belum puas dari pelayanan yang dilakukan creative printing. Dan juga dapat mengevaluasi hasil pelayanan yang sudah dilakukan.

4) Dengan menggunakan media sosial, kita lebih dekat dengan konsumen  
Pada zaman ini seseorang tidak bisa meninggalkan yang namanya media sosial. Oleh karena itu kami menggunakan media sosial untuk promosi kepada konsumen. Media yang kita gunakan untuk promosi yaitu Whatshap, Instagram, Facebook.

5) Brosure, bisa secara langsung diberikan ke konsumen

Dengan menggunakan brosure kita bisa memberikan langsung kepada konsumen tentang pelayanan dan produk yang ada di creative printing. Dan juga kita menerima masukan dari konsumen.

Pengembangan kekuatan :

a. Mempertahankan pelayanan yang ada di creative printing

Dengan cara mempertahankan pelayanan yang ada di creative printing maka akan mendapatkan nilai lebih dari konsumen. Sehingga konsumen akan terus menerus menggunakan jasa atau produk yang ada di creative printing

b. Mengelola media promosi yang ada di creative printing

Dengan cara mengelola media promosi yang digunakan, maka bisa mengetahui peningkatan konsumen yang berminat di creative printing dan bisa mengetahui kebutuhan dari konsumen.

## 2. **Weakness** (Kelemahan)

### 1) Tempat kurang luas

Dari tempat yang sempit mengakibatkan penambahan produk jadi terhambat. Dan juga kenyamanan dari konsumen sendiri terganggu.

### 2) Menimbulkan banyak virus

Terkadang barang elektronik mudah terkena virus yang dapat mengganggu kinerja karyawan.

### 3) Brosure, terkadang hasil gambar tidak jelas

Dari gambar brosure yang tidak jelas itu diakibatkan dari hasil cetakan yang kurang maksimal.

### 4) Terkadang tidak ada respon dari creative printing

Tidak adanya respon dari creative printing dikarenakan alat yang digunakan masih berupa hp , karena alat yang digunakan bukan khusus untuk merespon konsumen saja melainkan juga untuk pengiriman file kekomputer yang masih menggunakan bluetooth. Sehingga terhambatnya mengrespon konsumen.

Meminimalisir kelemahan :

#### a. Menata ulang perlengkapan dan produk

Dengan cara ini creative printing berharap dengan menata ulang perlengkapan dan produk yang ada di creative printing dapat memperluas tempat dan memberikan kepada konsumen kenyamanan . Sehingga perlengkapan dan produk yang di tata ulang terlihat rapi.

#### b. Penambahan saluran Wifi

Dengan cara ini creative printing berharap dengan penambahan saluran wifi, di dalam pengiriman file bisa langsung kekomputer tanpa harus lewat handphone. Dan handphone tersebut bisa di fokuskan

untuk merespon kebutuhan konsumen. Sehingga tidak kwalahan saat melayani konsumen

c. Pengeinstalan aplikasi untuk menangani virus yang ada

Dengan cara ini creative printing berharap bisa mengatasi virus dengan cara menginstal aplikasi anti virus seperti clean master, smadav, antivirus, dan lain sebagainya. Sehingga bisa menegetahui virus yang terdeteksi maupun tidak. Sehingga tidak menghambat pelayanan yang sedang dilakukan oleh karyawan.

d. Penegecekan ulang sebelum dipromosikan

Dengan cara ini creative printing berharap bisa mengetahui kesalahan yang mungkin kita tidak mengetahuinya sebelum kita promosikan kekonsumen. Pengecekan ulang sebelum di posting di media sosial seperti Whatshap, instagram, facebook . Dan pengecekan ulang di media luar ruang sebelum di cetak. Sehingga tidak terjadi kesalahan sewaktu melakukan promosi.

**b. Opportunities (Peluang)**

1) Penambahan produk lain yang tidak sejenis

Menurut Prisa Afif Ulinnuha selaku manager creative printing, akan menambahkan produk lain yang sesuai kebutuhan konsumen dari creative printing. Hal ini sudah direncanakan sejak awal, karena kita mengutamakan kepuasan konsumen sehingga menumbuhkan minat konsumen yang meningkat.

2) Membuat inovasi baru

Tujuan awal didirikannya toko creative printing kudus yaitu untuk membuka inovasi strategi pemasaran dengan menggunakan selogan yang kami buat “kepuasan anda adalah komitmen kami”. Hal ini ternyata diikuti oleh pesaing tetapi dengan model yang berbeda

Mengembangkan peluang :

a. Penambahan produk yang tidak sejenis

Dengan penambahan produk yang tidak sejenis yang masih menjadi kebutuhan konsumen. Sehingga konsumen merasa puas, apa yang konsumen cari sudah tersedia. Dan konsumen akan mencari kebutuhannya di tempat creative printing

b. Memberikan inovasi baru

Dengan cara ini creative printing berharap dengan adanya inovasi baru akan membuat meningkatnya minat konsumen. Dengan inovasi dari pelayanan yang dibuat berbeda ataupun penambahan dari produk.

**a. Threats** (ancaman)

1) Pesaing terlalu banyak

Maraknya toko fotocopy di sekitar lingkungan kampus yang saling berdekatan akan menimbulkan kurangnya daya beli konsumen. Sehingga hasil yang didapat kan semakin sedikit.

2) Dari perlengkapan elektronik yang mudah rusak

Dari barang eletronik yang mudah rusak akan mengakibatkan terhambatnya pelayanan yang di berikan oleh karyawan kekonsumen. Sehingga akan mengakibatkan perubahan selera konsumen.

3) Kenaikan harga beli produk

Kenaikan harga dari bahan-bahan baku kertas bisa mempengaruhi tingkat pemasukan yang sedikit.

Meminimalisir ancaman :

a) Meniru dan memodifikasi cara yang dilakukakn pesaing

Dengan cara ini creative printing berharap dengan adanya pesaing bisa meningkatkan motivasi,bisa meniru cara pesaing dalam hal pelayanan, promosi dan memodifikasi dengan cara

tersendiri. Memberikan keramahan dan berperilaku jujur kekonsumen. Sehingga konsumen akan percaya dan minat konsumen akan meningkat

b) Mencari teknisi yang bisa bekerja 24 jam

Dengan cara ini creative printing berharap bisa mengatasi mesin yang rusak sewaktu –waktu. Sehingga tidak menghambat pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen.

c) Meminimalisir pengeluaran yang ada

Dengan cara ini creative printing berharap dengan meminimalisir pengeluaran yang ada akan mengatasi kenaikan harga dari produk tersebut.

