

Analisis Studi Kelayakan Bisnis Dalam Aspek Pemasaran Pada Pt Mediantara Jaya Wiguna

Naomi Khansa Zalty¹

Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Percetakan merupakan usaha di bidang jasa yang menghasilkan proses transfer desain dalam bentuk tulisan dan gambar menggunakan mesin cetak. Industri percetakan mengalami penurunan diakibatkan digitalisasi, pada tahun 2022 pengurangan tenaga kerja pada industri percetakan naik hingga 14,8%. Tidak hanya itu bisnis percetakan juga memiliki banyak pesaing hingga pasar jenuh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis studi kelayakan bisnis PT Mediantara Jaya Wiguna atau *Andy Printing* dari aspek pemasaran. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Pemasaran PT Mediantara Jaya Wiguna dilakukan dengan strategi yang berfokus pada produk produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif. Pemasaran juga dilakukan melalui berbagai saluran, promosi dilakukan melalui *e-commerce* dan *networking*, serta memberikan pelayanan pengantaran barang untuk konsumen yang melakukan minimum order. Maka berdasarkan aspek pasar, usaha PT Mediantara Jaya Wiguna layak untuk dikembangkan.

Kata Kunci: *Manajemen, Studi Kelayakan Bisnis, Aspek Pemasaran*

Abstract

Printing is a business in the service sector that produces a design transfer process in the form of writing and images using a printing machine. The printing industry has experienced a decline due to digitalization, in 2022 the reduction in the workforce in the printing industry rose to 14.8%. Not only that, the printing business also has many competitors until the market is saturated. This research aims to analyze the business feasibility study of PT Mediantara Jaya Wiguna or Andy Printing from the marketing aspect. The research method used in this research is qualitative with the type of field research. PT Mediantara Jaya Wiguna's marketing is carried out with a strategy that focuses on quality products and competitive prices. Marketing is also carried out through various channels, promotions are carried out through e-commerce and networking, and provide delivery services for consumers who make minimum orders. So based on market aspects, PT Mediantara Jaya Wiguna's business is feasible to develop.

Keywords: *Management, Business Feasibility Study, Marketing Aspects*

Copyright (c) 2025 Naomi Khansa Zalty

✉ Corresponding author :

Email Address : 2110631020185@student.unsika.ac.id

PENDAHULUAN

Dikutip dari Badan Pusat Statistik perekonomian Indonesia ekonomi Indonesia triwulan II-2024 terhadap triwulan II-2023 tumbuh sebesar 5,05 persen (year-on-year). Provinsi Pulau Jawa menunjukkan pertumbuhan positif secara spasial pada triwulan II-2024 dengan kontribusi sebesar 57,04 persen dari perekonomian nasional dengan kinerja pertumbuhan tahunan sebesar 4,92 persen.

Perekonomian nasional di pulau Jawa saat ini maju pesat. Salah satu faktornya ialah perkembangan bisnis. Berbagai bentuk bisnis bisa dijumpai dalam kehidupan sehari-hari seperti bisnis di bidang kuliner, bidang industri, bidang pertanian, bidang perikanan ataupun di bidang jasa. Berbisnis bisa menjadi peluang untuk memperoleh kehidupan yang lebih baik serta bisa dilakukan oleh siapa saja dan dimana saja.

Salah satu bisnis di bidang jasa adalah percetakan. Percetakan adalah jasa yang menghasilkan proses transfer desain dalam bentuk tulisan dan gambar menggunakan mesin cetak. Terdapat berbagai jenis percetakan yaitu digital printing, offset printing, airbrush dan sablon. Percetakan memiliki pasar yang luas, berdasarkan data grand view research pasar percetakan komersial global bernilai USD 494,53 miliar pada tahun 2023. Pada tahun 2024 sampai 2030 percetakan diantisipasi tumbuh pada tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 3,0%. Kementerian perindustrian Indonesia juga mencatat bahwa usaha percetakan akan tetap tumbuh stabil pada angka 73,5 persen.

Namun industri percetakan juga mengalami penurunan dikarenakan digitalisasi, dibuktikan pada tahun 2022 pengurangan tenaga kerja pada industri percetakan hingga 14,8%. Selain itu bisnis percetakan juga memiliki banyak pesaing hingga pasar jenuh. Hal ini menyebabkan banyak bisnis percetakan yang tutup. Banyak dari masyarakat lebih memilih menggunakan jasa digital atau mencari percetakan yang menawarkan tarif lebih murah. Maka para pelaku usaha industri percetakan harus terus mengevaluasi usahanya dengan melakukan studi kelayakan bisnis. Studi kelayakan bisnis adalah sebuah eksplorasi yang mencakup berbagai perspektif, dari sudut pandang hukum, keuangan dan sosial, sudut pandang pasar dan ekonomi, khusus dan inovatif, sampai eksekutif dan moneter. Tujuan dari studi kelayakan bisnis adalah menghindari resiko bisnis, memudahkan perencanaan bisnis, memudahkan melakukan pengawasan dan pengendalian (Hasan et al., 2022)

Studi kelayakan bisnis dalam aspek pasar memiliki peran yang penting. Aspek pasar tidak terlepas dari aspek pemasaran. Menurut Kasmir dan Jakfar dalam (Sulistiyowati, 2019) aspek pasar dan pemasaran bertujuan untuk mengetahui struktur dan peluang pasar yang ada, seberapa besar pasar yang akan dimasuki, prospek pasar di masa yang akan datang, serta bagaimana strategi pemasaran yang harus dilakukan. Aspek pemasaran menganalisis potensi pasar, tingkat persaingan, market share yang bisa dicapai, dan strategi pemasaran yang akan digunakan. Dengan menganalisis aspek pemasaran potensi ide bisnis yang di dapat tersalurkan dan bisa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar (Purnomo. & Sugianto, 2017). Dalam aspek pemasaran terdapat bauran pemasaran, bauran pemasaran jasa menurut (Kotler et al., 2024) sering disebut 7P yaitu product, price, promotion, place, people, process dan physical evidence.

Salah satu perusahaan yang memperhatikan aspek pemasaran dalam bisnisnya adalah PT Mediantara Jaya Wiguna atau *Andy Printing*. PT Mediantara Jaya Wiguna atau *Andy Printing* merupakan perusahaan di bidang percetakan yang berdiri pada tahun 1998. Berlokasi di Matraman, Jakarta Timur dan memiliki lebih dari 20 karyawan. Terdapat tiga jenis produk yang di produksi oleh perusahaan ini yaitu, *Offset (company profile brosur, agenda, kalender, dan sebagainya)*, *Web Offset (roll thermal, roll HVS, roll parkir, dan sebagainya)*, dan *Advertising (Banner, Souvenir, id card, dan sebagainya)*. Dengan menjalani transaksi secara *business to business* perusahaan ini berhasil mendapat pendapatan kotor hingga 3.5 Miliar pada tahun 2015. Oleh karena itu kami disini menga

Pandemi covid-19 membuat PT Mediantara Jaya Wiguna mengalami penurunan omset. Masyarakat yang lebih memilih menggunakan digital dan kesulitan bahan baku

mejadi permasalahan utama perusahaan, bahan baku yang melonjak naik, pembatasan impor dan masyarakat yang sudah tidak menggunakan koran maupun majalah membuat PT Mediantara Jaya Wiguna harus mengalami penurunan yang signifikan. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan untuk mengembalikan kenaikan pendapatan. Beberapa karyawan di PHK (pemutus hubungan kerja) agar tetap bisa menjalankan bisnis, pemasaran melalui sosial media dan *ecommerce* serta menghubungi customer lama juga dilakukan. Namun hal tersebut tidak membuat kenaikan yang signifikan pada tahun 2023 pendapatan kotor PT Mediantara Jaya Wiguna hanya mencapai setengah dari pendapatan pada tahun 2015.

Dari fenomena diatas menandakan adanya permasalahan yang dialami oleh PT Mediantara Jaya Wiguna yang menyebabkan penurunan pendapatan yang signifikan. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada aspek pemasaran PT Mediantara Jaya Wiguna.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*). Menurut Deddy Mulyana *field research* merupakan penelitian yang mempelajari fenomena di lapangan. Data yang digunakan berasal dari lapangan sehingga data yang dikumpulkan tepat dengan fenomena yang ada di lokasi penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini menggunakan *field research* guna mencari data lapangan secara detail dan terperinci dengan mengamati dari fenomena terkecil yang menjadi acuan titik masalah hingga fenomena yang paling signifikan, sehingga dapat mencari solusi permasalahan (Najib, 2017). Penelitian ini dilakukan di JL. Pramuka Raya no 15, Matraman, Jakarta Timur RT03/RW01 data yang digunakan yaitu: data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah: observasi dan wawancara dengan karyawan PT Mediantara Jaya Wiguna.

Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang hasilnya tidak diperoleh melalui teknik statistik metode ini lebih mengarah pada bagaimana peneliti memahami dan menafsirkan peristiwa, interaksi, dan tingkah laku subjek dalam situasi tertentu dari sudut pandang mereka sendiri (Fiantika et al., 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi/Gambaran Pasar

Terdapat tiga jenis klasifikasi dari produk yang ditawarkan oleh PT Mediantara Jaya Wiguna yakni yang pertama ada *Offset* (company profile brosur, agenda, kalender, dan sebagainya), *Web Offset* (roll thermal, roll HVS, roll parkir, dan sebagainya) , dan *Advertising* (Banner, Souvenir, id card, dan sebagainya).

Cakupan wilayah pemasaran pada percetakan PT Mediantara Jaya Wiguna mencakup berbagai daerah yang dapat mencakup skala lokal, regional, dan nasional. PT Mediantara Jaya Wiguna berlokasi di Kecamatan Matraman. Lokasi ini dipilih karena dekat dengan penduduk, dekat dengan pusat pertokoan, dan mudahnya akses pada jalan utama yang memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi dari PT Mediantara Jaya Wiguna.

Bauran Pemasaran 7P

Product

PT Mediantara Jaya Wiguna atau *Andy Printing* menawarkan berbagai produk jasa dalam dunia percetakan (grafika), dan juga promosi dalam digital printing. Dengan produk unggulan yakni struk kasir atau struk roll.

Price

Harga yang ditawarkan pada PT Mediantara Jaya Wiguna cukup bervariasi dan disesuaikan dengan jenis dan jumlah kebutuhan konsumennya dengan harga yang lebih terjangkau. Berikut daftar harga dari PT Mediantara Jaya Wiguna untuk beberapa produk unggulannya :

Tabel 1. Daftar Harga Satuan Produk pada PT. Mediantara Jaya Wiguna

No	Nama Produk	Harga
1.	Buku Agenda Kegiatan Harian)	Rp 23.000
2.	Buku Daftar Absen Peserta Didik Sekolah	Rp 18.000
3.	Kertas Struk HVS 75x80mm	Rp 6.200
4.	Kertas Struk HVS 100x60mm	Rp 5.100
5.	Kertas Thermal/Struk Thermal 57x30mm	Rp 2.300
6.	Kertas Thermal/Struk Thermal 80x80mm	Rp 14.000
7.	Kertas Thermal/Struk Thermal 60x120mm	Rp 20.500
8.	Struk Koran / Kertas Koran 68x65mm	Rp 1.900
9.	Struk Parkir HVS Polos 44x64mm	Rp 2.750
10.	Tabel Penjumlahan	Rp 1.000
11.	Tiket/ Karcis Parkir 1 Warna Ukuran 21 cm x 6 cm + Cacah + Nomorator	Rp 9.000
12.	Tiket/ Karcis Parkir Ukuran 21 cm x 6 cm + Cacah + Nomorator	Rp 10.250
13.	Tiket / Karcis Parkir Ukuran 1/4 Folio (HVS Polos + Cacah + Nomorator)	Rp 10.000
14.	Tiket Parkir 1/6 Folio (HVS Polos + Cacah + Nomorator	Rp 5.525

Sumber: Diolah oleh peneliti 2025

Place

PT Mediantara Jaya Wiguna memilih wilayah Kecamatan Matraman, tepatnya di Jl. Pramuka Raya, DKI Jakarta. Lokasi ini merupakan tempat yang strategis karena berada tepat di pinggir jalan Raya, terdapat akses transportasi (Stasiun dan Halte), serta dekat dengan pemukiman warga dan pusat pertokoan.

Promotion

Promosi yang akan dilakukan oleh PT Mediantara Jaya Wiguna yaitu dengan memasarkan melalui *e-commerce* (Shopee dan Tokopedia) dan juga melalui networking di mana pihak PT Mediantara Jaya Wiguna menghubungi mitra bisnisnya secara langsung. PT Mediantara Jaya Wiguna akan memberikan pelayanan pengantaran barang jika barang yang dipesan konsumen telah mencapai minimum order karena mereka telah melakukan kerja sama dengan pihak ekspedisi dalam pengiriman barang.

People

PT Mediantara Jaya Wiguna memiliki 10 orang pekerja dan sudah dipastikan masing-masingnya dapat mengontrol dan bertanggung jawab pada setiap pekerjaannya.

Process

Pemasaran yang digunakan PT Mediantara Jaya Wiguna melalui networking yakni dengan menghubungi customer ataupun perusahaan secara langsung. Adanya minimum pembelian agar bisa mendapatkan layanan delivery sampai tujuan, namun bilamana tidak mencapai minimum pembelian maka konsumen harus mengambil pesannya secara langsung. Selalu memperhatikan standar kualitas dari bahan bakunya yang digunakan.

Physical Evidence

Kondisi mesin dan teknologi yang digunakan pada perusahaan PT Mediantara Jaya Wiguna yakni masih sangat layak pakai untuk operasional percetakan dan terbilang sangat lengkap agar bisa memenuhi semua kebutuhan konsumennya.

Konsumen Potensial

Segmenting

PT Mediantara Jaya Wiguna menyesuaikan sesuai kebutuhan percetakan pelanggan seperti perusahaan, sekolah, dan individu atau semua kalangan dan lembaga yang bergerak diberbagai industri yang membutuhkan produk promosi atau identifikasi. Pemesanan produk dapat dilakukan dengan jumlah yang banyak sedikit (satuan) dan dengan jumlah banyak (grosir)

Targeting

Target utama dari PT Mediantara Jaya Wiguna adalah kalangan perorangan dan industri (perusahaan seperti perusahaan bisnis parkir, super market, apotek) yang berada disekitar lokasi usaha.

Positioning

PT Mediantara Jaya Wiguna menempatkan posisinya sebagai suatu percetakan yang menghasilkan produk yang berkualitas, harga produk yang bersaing, memiliki inovasi, dan mengikuti standar pengiriman sesuai keinginan dari konsumen.

Sistem Saluran Distribusi

PT Mediantara Jaya Wiguna melibatkan penggunaan layanan logistik dengan pihak ekspedisi yang telah saling bekerja sama untuk pengiriman skala besar atau jarak jauh. Saluran distribusi mencakup penjualan langsung melalui toko fisik dan distribusi melalui platform *e-commerce* atau website perusahaan, serta kerjasama dengan distributor lokal untuk memperluas jangkauan pemasaran

Permintaan Produk

Permintaan produk percetakan di masa lalu menunjukkan adanya penurunan yang signifikan akibat digitalisasi, di mana banyak konsumen yang beralih dari media cetak seperti koran ke platform digital. Hal ini menyebabkan omset perusahaan percetakan, termasuk PT Mediantara Jaya Wiguna menurun. Selain itu, persaingan harga yang ketat akibat pasar yang jenuh membuat beberapa percetakan bertahan dengan mengurangi biaya operasional dan beralih ke pemasaran digital melalui platform seperti Shopee dan Tokopedia.

Namun, produk unggulan seperti struk kasir dan struk roll masih menunjukkan permintaan yang stabil, terutama dari segmen konsumen perusahaan seperti bisnis parkir, supermarket, dan apotek. Permintaan ini cenderung meningkat pada periode periode tertentu seperti hari raya (Lebaran, Natal, Imlek) dan tahun ajaran baru.

SIMPULAN

Pemasaran PT Mediantara Jaya Wiguna dilakukan dengan strategi yang berfokus pada produk produk yang berkualitas dan harga yang kompetitif. Produk utama yang ditawarkan meliputi *offset*, *web offset*, dan *advertising*, serta produk

unggulan seperti struk kasir dan struk roll. Wilayah pemasaran mencakup skala lokal, regional, dan nasional, dengan lokasi yang strategis di Kecamatan Matraman, Jakarta.

Pemasaran dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk penjualan langsung melalui toko fisik, distribusi melalui platform *e-commerce*, serta kerjasama dengan distributor lokal. Promosi dilakukan melalui *e-commerce* dan networking, serta memberikan pelayanan pengantaran barang untuk konsumen yang melakukan minimum order. Kualitas produk dipastikan dengan standar yang tinggi dan teknologi yang lengkap. Oleh karena itu, berdasarkan aspek pasar, usaha PT Mediantara Jaya Wiguna layak untuk dikembangkan.

Referensi :

- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., Jonata, Mashudi, I., Hasanah, N., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., Nuryami, & Waris, L. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
- Hasan, S., Elpisah, Sabtohadji, J., Zarkasi, & Fachrurazi, H. (2022). *STUDI KELAYAKAN BISNIS* (S. Hasan (ed.)). CV. Pena Persada.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*.
- Najib, A. (2017). *PENERAPAN MASS EDUCATION DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN SANTRI DALAM MEMBACA DAN MENULIS PEGON PADA PELAJARAN KITAB NGUDI SUSILO DI MADRASAH DINIYAH DARUL ULUM KUDUS TAHUN PELAJARAN 2016/2017*. IAIN KUDUS.
- Purnomo., R. R. A., & Sugianto, L. O. (2017). *Studi Kelayakan Bisnis*. Universitas Muhamadiyah Ponorogo.
- Sulistiyowati, W. (2019). *Analisis Kelayakan Usaha*. UMSIDA PRESS.