

**ANALISIS KEBERLANGSUNGAN USAHA JASA *CUTTING STICKER*
DENGAN PENDEKATAN SWOT (PADA TIGA PUTRA STICKER)**



SKRIPSI

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Mengikuti Sidang Skripsi Pada
Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh:

MAISURI
NIM. 21.5.12.0100

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran penyusunan yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu 21 Juli 2025

Penyusun



Widuri
Nim.215120100

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul " Analisis Keberlangsungan Usaha Jasa Cutting Sticker Dengan Pendekatan SWOT (Pada TIGA PUTRA STICKER)" oleh mahasiswa atas nama Maisuri NIM: 21.5.12.0100, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing sepakat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 29 Juli 2025 M
4 Safar 1447 H

Pembimbing 1



Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I
NIP. 19791024 201101 2 007

Pembimbing 2



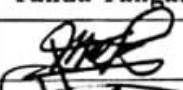
Nur Wanita, S.Ag., M.Ag
NIP. 19760626 200710 2 008

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Saudari Maisuri NIM. 21.5.12.0100 dengan judul “Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker Dengan Pendekatan SWOT (Study Pada Tiga Putra Sticker)”, yang telah diujikan dihadapan dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu pada tanggal 12 Agustus 2025 M yang bertepatan dengan tanggal 18 *Safar* 1447 H dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah dengan beberapa perbaikan.

Palu, 20 Agustus 2025 M
26 *Safar* 1447 H

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Malkan, M.Ag.	
Munaqisy I	Ibrahim R. Mangge, S.Ag, M.S.I	
Munaqisy II	Abdul Jalil, S.E., M.M	
Pembimbing I	Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I	
Pembimbing II	Nur Wanita, S.Ag., M.Ag	

Mengetahui :

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua
Jurusan Ekonomi Syariah


Nur Syamsu, S.H.I., M.S.I
NIP. 19860507 201503 1 002

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, dukungan, dari berbagai pihak. Penulis berkeyakinan “bahwa tidak ada yang dapat menolong tanpa izin dan kehendak Allah Swt”, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.

Melalui kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi khususnya kepada :

1. kepada kedua orang tua penulis ayahanda Ahmadin Dan Ibunda Rafida yang selama ini telah mendukung memberikan penulis dukungan yang terhingga, memberikan semangat di kala penulis berusaha bangkit dari keterpurukan, selalu memberikan motivasi, dan tidak henti-hentinya memanjatkan do'a kepada penulis, penulis menyadari tanpa do'a mereka tulisan ini tidak memiliki arti apa-apa.
2. Prof. Dr. H. Lukman S. Thahir., M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
3. Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I.,M.E, selaku Wakil Dekan Bidang

Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam (UIN) Datokarama Palu, Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Malkan M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama dan Drs. Ismail Hi. Ibrahim Maku, selaku Kabag Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

4. Nursyamsu, S.H.I., M.S.I, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Dewi Salmita, S.Ak, M.Ak, selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si, selaku Dosen Penasehat Akademik, yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I., selaku pembimbing I Dan Nur Wanita, S.Ag., M.Ag selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menulis skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
8. Herman Dan Naharia selaku pemiliki tiga putra sticker yang telah berpartisipasi, mengizinkan, dan memudahkan penulis melakukan penelitian di Tiga Putra Sticker palu sulawesi tengah
9. Kepada Adik tercinta yang bernama Alfarel terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis dan selalu mendegar keluh kesah, dan memberikan dukungan yang bermanfaat bagi penulis Semoga kita selalu bisa saling mendukung dan menginspirasi satu sama lain dalam setiap impian dan cita-cita yang kita kejar.
10. Kepada saudara Kamal Hasan, S.H, terima kasih yang sebesar-besarnya telah menjadi bagian dari setiap langkah yang penulis jalani. Dukungan, semangat, tenaga, pikiran, dan waktu yang telah saudara berikan selama proses penyusunan skripsi ini sangat berarti bagi penulis. Tanpa kehadiran dan

penyusunan skripsi ini sangat berarti bagi penulis. Tanpa kehadiran dan bantuan saudara, penulis mungkin tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Ucapan terima kasih yang mendalam kepada Maisuri, yaitu saya sendiri. Terima kasih telah bertahan dalam segala tantangan dan terus berusaha meski di tengah kesulitan. Meskipun sering merasa ragu, saya tidak menyerah dan terus melangkah. Perjalanan ini tidaklah mudah, namun saya bangga telah berhasil melaluinya dengan tekad dan keyakinan.
12. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak sempat disebutkan namanya satu persatu. Semoga bantuan yang telah diberikan bernilai ibadah di sisi-Nya dan semoga Allah swt. senantiasa meridhai semua amal usaha yang penulis telah laksanakan dengan penuh kesungguhan serta keikhlasan.

Akhirnya, penulis hanya bisa berdoa dan mengharapkan kiranya segala bantuan yang mereka berikan mempunyai nilai ibadah di sisi Allah swt. Serta semoga skripsi yang sangat sederhana ini dapat bermanfaat dan menambah khazanah ilmu pengetahuan bagi pembaca. Amin

Palu, 21 Juli 2025 M
26 Muharram 1447 H

Penyusun



MAISURI
Nim. 21.5.12.0100

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TEBEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
D. Penegasan Istilah.....	10
E. Garis-garis Besar Isi	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	17
1. Grend Teori Manajemen Strategi.....	17
2. Usaha	21
3. Keberlangsungan Usaha	27
4. Jasa.....	30
5. Analisis SWOT	32
6. Cutting Sticker.....	40
C. Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	49
B. Lokasi Penelitian.....	50
C. Kehadiran Peneliti.....	50
D. Data dan Sumber Data.....	51
E. Teknik Pengumpulan Data	52
F. Teknik Analisis Data	53
G. Pengecekan Keabsahan Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	56
B. Analisis SWOT Pada Jasa TIGA PUTRA STICKER.....	60
C. Implementasi Keberlangsungan Usaha Jasa Sticker Tiga Putra sticker frngan pendekatan SWOT	78
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	14
Tabel 4.1 Harga produk Tiga Putra Sticker.....	63
Tabel 4.2 Omset Tiga Putra sticker	64
Tabel 4.4 Produk dan alat Tiga Putra Sticker.....	66
Tabel 4.5 Jenis-jenis bahan sticker.....	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Analisis SWOT	35
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	48
Gambar 4.1 Grafik Pendapatan Tiga Putra Sticker	64
Gambar 4.2 Media Sosial Tiga Putra Sticker	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Surat Pengeshan Judul Skripsi

Lampiran 3 Sk Pembimbing Skripsi

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian

Lampiran 5 Surat Izin Melakukan Penelitian di Tiga Putra Sticker

Lampiran 6 Surat Keterangan Telah Meakukan Penelitian

Lampiran 7 Daftar Hadir Narasumber

Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara Bersama Narasumber

Lampiran7 Dokumentasi Alat Dan Bahan Tiga Putra Sticker

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama : MAISURI
Nim : 215120100
Judul Skripsi : Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker Dengan Pendekatan SWOT (Pada Tiga Putra Sticker)

Penelitian Ini Membahas tentang analisis keberlangsungan usaha jasa *cutting sticker* dengan pendekatan SWOT, khususnya pada tiga putra sticker di kota palu. penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran usaha kecil dan menengah (ukm) dalam perekonomian lokal dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, seperti persaingan yang ketat dan perubahan kebutuhan konsumen. dengan menggunakan metode analisis SWOT, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh tiga putra sticker dalam upayanya untuk bertahan dan berkembang di pasar.

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mendalam tentang situasi yang dihadapi oleh TIGA PUTRA STICKER. Data dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi terhadap pemilik dan pelanggan. Analisis data dilakukan dengan model interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang meliputi triangulasi metode, triangulasi teori, dan triangulasi sumber data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TIGA PUTRA STICKER memiliki potensi yang signifikan untuk bertahan dan berkembang, dengan kekuatan internal yang mencakup lokasi strategis, harga bersaing, dan kualitas produk yang tinggi. Meskipun terdapat kelemahan dan ancaman, seperti keterbatasan bahan baku dan munculnya pesaing baru, usaha ini memiliki peluang untuk memperluas pangsa pasar. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan strategi yang tepat dan inovasi berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing serta memastikan keberlanjutan usaha di masa depan.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa peran sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha. Pemilik dan karyawan dituntut untuk memiliki keterampilan yang memadai dalam pengoperasian peralatan, desain kreatif, serta pelayanan konsumen yang ramah dan cepat tanggap. Dengan peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan penguasaan teknologi desain grafis, Tiga Putra Sticker berpotensi menciptakan diferensiasi produk yang unik dan bernilai tambah, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas jangkauan pasar.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manajemen strategi merupakan bidang ilmu yang mengalami perkembangan pesat dan memegang peran penting dalam mengarahkan perjalanan jangka panjang perusahaan. Dalam praktik modern, manajemen strategi meliputi kegiatan menganalisis kondisi internal maupun eksternal, menetapkan tujuan organisasi, merancang langkah-langkah strategis, hingga melaksanakan serta mengevaluasi hasil yang diperoleh. Inti dari manajemen strategi terletak pada proses berkesinambungan untuk menjaga keseimbangan yang dinamis antara peluang yang tersedia di lingkungan eksternal dengan sumber daya dan kapabilitas internal yang dimiliki organisasi, agar arah yang ditempuh sesuai dengan visi dan tujuan jangka panjang perusahaan.

Menurut *Robbins*, manajemen strategi adalah serangkaian upaya yang dijalankan oleh manajer dalam menyusun dan mengembangkan strategi yang tepat bagi organisasi. Aktivitas ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fungsi-fungsi manajerial, seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Semua fungsi tersebut saling mendukung untuk memastikan bahwa strategi yang dirumuskan dapat diterapkan secara efektif dan dapat mendorong organisasi menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.¹

Keberlangsungan usaha dapat dipahami sebagai kondisi ketika sebuah perusahaan mampu melanjutkan operasionalnya dalam jangka panjang. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha mencakup aspek keuangan maupun non-keuangan, seperti manajemen yang baik, tata kelola perusahaan yang efektif, serta kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan kondisi

¹Eko tama putra saratian, *manajemen strategi grand teori dan implikasi praktis*, ed fajrina margareth viruliana, no 24 (buku diterbitkan jakarta: cv angkasa media literasi, 2025), 1

ekonomi. Apabila perusahaan gagal menjaga *going concern*, maka kelangsungan hidupnya akan terancam, terutama jika disertai praktik manajerial yang lemah atau adanya penyimpangan ekonomi,²

Widayanto menjelaskan bahwa keberlangsungan usaha adalah kemampuan suatu perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya dalam dunia bisnis. Secara umum, perusahaan diasumsikan akan terus melanjutkan kegiatan operasionalnya, kecuali terdapat keputusan manajemen untuk melikuidasi, menghentikan operasional, atau tidak memiliki pilihan lain selain menempuh langkah tersebut. Melalui perspektif *going concern*, perusahaan diharapkan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga dapat menjaga stabilitas keuangan, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan kapasitas produksi sehingga keberadaan perusahaan dapat terus terjaga dalam jangka panjang.³

Untuk menjaga kelangsungan sebuah usaha dalam jangka panjang, pelaku bisnis dituntut untuk terus melakukan pembaruan terhadap kualitas produknya. Salah satu langkah strategis yang bisa dilakukan adalah menciptakan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pelanggan. Selain itu, peningkatan kapasitas produksi menjadi penting agar permintaan pasar dapat dipenuhi secara optimal. Pelaku usaha juga perlu aktif dalam berbagai kegiatan, seperti pelatihan, seminar, atau forum bisnis untuk memperluas jaringan relasi dan memperdalam wawasan di bidang yang digeluti. Dalam hal pelayanan, setiap konsumen harus diperlakukan dengan ramah dan

²Burhanuddin Abdullah, *Menanti Kemakmuran Negeri Kumpulan Esai Tentang Pembangunan Sosial Ekonomi Indonesia*, <https://books.google.co.id/booksMC&printsec=copyright&hl=onepagefalse> (26 juni 2025), 188

³Dyah Ratih Sulistyastuti, “Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2000”, *Ekonomi Pembangunan* <https://books.google.co.id/books?id=8WgQPyOQSjMC&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>.

profesional sehingga menciptakan pengalaman yang memuaskan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan puas terhadap pelayanan maupun kualitas produk, kemungkinan besar mereka akan kembali melakukan pembelian di masa depan.⁴

Saat ini, sektor usaha mengalami perkembangan yang sangat dinamis, baik dalam bentuk penyediaan barang maupun layanan jasa. Para wirausahawan berlomba-lomba menciptakan produk yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga memiliki nilai guna yang sesuai dengan preferensi konsumen. Namun, sebelum produk dapat diterima oleh pasar, pelaku usaha harus terlebih dahulu memperkenalkan produk tersebut secara menarik agar mendapatkan perhatian dari calon pelanggan. Kegiatan promosi menjadi sangat vital dalam menciptakan daya tarik awal, yang kemudian diikuti oleh strategi pemasaran yang tepat sasaran. Tanpa adanya upaya untuk memperkenalkan produk, kemungkinan konsumen untuk mengenal dan membeli produk tersebut menjadi sangat kecil.⁵

Dalam era digital yang serba cepat ini, berbagai bidang industri mengalami kemudahan berkat perkembangan teknologi, termasuk dalam industri percetakan. Salah satu inovasi yang kini banyak diminati adalah penggunaan mesin pemotong stiker otomatis atau *cutting sticker*. Teknologi ini memungkinkan pemotongan berbagai jenis bahan stiker seperti vynil, Karbon, atau tekstur lainnya sesuai dengan pola desain yang telah dibuat sebelumnya, baik berupa warna, bentuk, atau motif tertentu. Stiker sendiri tidak hanya digunakan sebagai alat ekspresi visual dan komunikasi pesan, tetapi juga telah menjadi salah satu media promosi yang efektif untuk memperkenalkan sebuah usaha atau brand. Dengan adanya layanan pemotongan kustom yang mampu menyesuaikan desain sesuai kebutuhan, para

⁴Irham Fahmi, Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi, {<https://books.google.co.id/books?id=GR2GnQAACAAJ>}, (26 Juni 2025),264

⁵Pearce. Robinson, Manajemen Stratejik Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=16355> (26 Juni 2025), 231

pelanggan diberikan kebebasan dalam berkreasi. Tidak mengherankan jika banyak kendaraan pribadi yang kini menampilkan desain stiker yang unik dan menarik, menjadikan bisnis *cutting sticker* sebagai salah satu peluang usaha yang memiliki prospek cerah seiring dengan terus meningkatnya jumlah pengguna kendaraan roda dua maupun roda empat.⁶

Gaya dalam bermotor juga dapat mencerminkan komunitas atau budaya di mana pengendara terlibat. Misalnya, beberapa gaya motor seperti cafe racer, scrambler, atau bobber sangat populer di kalangan penggemar motor klasik dan komunitas tertentu. Setiap gaya memiliki ciri khas yang tidak hanya terkait dengan estetika tetapi juga dengan sejarah dan filosofi yang mewakili gaya hidup atau pandangan tertentu.⁷

Saat ini, kendaraan bermotor telah menjadi bagian umum dari kehidupan masyarakat dan tidak lagi dianggap sebagai barang mewah. Di berbagai kota besar, termasuk di Kota Palu, kendaraan bermotor tampak mendominasi lalu lintas jalanan. Hampir setiap individu memiliki kendaraan pribadi untuk menunjang mobilitas harian. Salah satu fenomena menarik yang dapat diamati dari maraknya kendaraan bermotor adalah kebiasaan para pemiliknya yang menghiasi kendaraan dengan berbagai macam stiker. Stiker-stiker tersebut ditempel di berbagai sisi motor, mulai dari bagian belakang, depan, hingga samping. Tujuannya pun beragam, mulai dari untuk memberikan sentuhan estetika, menunjukkan identitas, hingga menyampaikan pesan singkat kepada orang lain yang melihatnya.⁸

⁶Rumbel Galinggging, "Kajian Dasar Perencanaan Laba Berdasarkan Break Even Point Pekerjaan Cutting Sticker Pada Pencetakan Sticker di PT. YKY," Jurnal Magenta, Vol.5, No. 01 (2021), 769. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.68>. (Diakses 26 Juni 2025).

⁷Ameliyantora, '*Ragam Bahasa Pada Stiker Motor Di Lingkungan Fkip*' (Skripsi Diterbitkan, Jurusan Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah, Jember, 2017), 10.

⁸Ibid.

Isi dari stiker-stiker tersebut umumnya mengandung kata-kata yang dipadukan dengan ilustrasi visual. Pesannya bisa bersifat sindiran halus, ajakan, pernyataan pendapat, ungkapan perasaan, atau bahkan bentuk ekspresi pikiran pribadi dari si pemilik motor. Dalam konteks ini, penggunaan stiker motor menjadi sebuah bentuk komunikasi visual yang menggambarkan suasana hati, nilai-nilai, atau pandangan tertentu. Makna yang terkandung dalam stiker tidak hanya sekadar hiasan, melainkan membawa pesan yang bisa dimaknai secara personal maupun sosial oleh siapa pun yang membacanya.⁹

Menariknya, bahasa yang digunakan dalam stiker motor seringkali merupakan hasil dari perpaduan berbagai bahasa, seperti campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa daerah (contohnya bahasa Jawa), atau bahasa Indonesia dengan bahasa asing seperti bahasa Inggris. Pola campur kode ini menjadi bentuk kreativitas linguistik yang unik dan mencerminkan keberagaman latar belakang pengguna. Dalam hal ini, stiker motor berperan sebagai media komunikasi informal yang tidak hanya menghibur, tetapi juga menyampaikan pesan melalui penggunaan gaya bahasa yang kreatif, baik itu berupa teguran, candaan, pernyataan sikap, hingga cara halus untuk menyampaikan maksud tertentu.¹⁰

Selain menjadi sarana untuk berkomunikasi, stiker juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengekspresikan warna dan motif yang disenangi oleh pemilik motor. Dan juga kelebihan dari stiker sendiri adalah untuk melindungi warna asli dari motor tersebut dari sinar matahari langsung dan dari goresan.

Seiring perkembangan teknologi, semakin banyak aksesoris dan material modifikasi yang memungkinkan pengendara menciptakan desain yang benar-benar

⁹Muslihul Umam, ‘ ‘ *Strategi Pemasaran Pada Usaha Jasa Cutting Sicker* ’ ’ (Skripsi diterbitkan, Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, Yogyakarta, 2015), 15.

¹⁰Ibid.

personal. Dengan bantuan jasa penempelan motor atau *cutting sticker*, mereka dapat mengubah tampilan motor dengan warna, tekstur, dan pola yang mereka inginkan dan tidak terbatas pada pilihan yang diberikan oleh pabrikan.¹¹

Cutting sticker telah menjadi salah satu pilihan kreatif yang diminati oleh masyarakat, terutama kalangan pengendara sepeda motor, yang ingin menghadirkan tampilan berbeda tanpa harus melakukan pengecatan ulang. Melalui *cutting sticker*, konsumen dapat menyalurkan ide, karakter, atau pesan tertentu yang kemudian diaplikasikan pada bodi kendaraan sesuai keinginan pribadi. Proses pemasangan *cutting sticker* yang dilakukan oleh tenaga ahli *profesional* juga memberikan keuntungan tersendiri karena dapat diselesaikan dalam waktu singkat, dengan hasil yang presisi dan estetis. Di samping itu, *cutting sticker* juga mencerminkan bentuk ekspresi diri yang semakin populer di era modern ini.

Di tengah kemajuan global dan dinamika ekonomi saat ini, tidak sedikit individu yang mulai menekuni dunia wirausaha sebagai alternatif menghadapi keterbatasan lapangan kerja atau sebagai cara untuk menambah penghasilan. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat persaingan bisnis semakin ketat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus berinovasi agar keberlangsungan usaha tetap terjaga. Untuk mencapai keberlangsungan tersebut, para pemilik usaha harus mampu mengelola tantangan yang muncul serta menjaga stabilitas dan pertumbuhan usahanya. Salah satu indikator penting yang mencerminkan keberhasilan dalam menjalankan usaha adalah peningkatan kinerja usaha,

¹¹Muslihul Umam, ‘’ *Strategi Pemasaran Pada Usaha Jasa Cutting Sicker*’’ (Skripsi diterbitkan, Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, Yogyakarta,2015),15.

yangsering kali tampak dari kenaikan volume penjualan serta kemampuan usaha dalam bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif .¹²

Di kota Palu, Sulawesi Tengah terdapat usaha stiker yang bernama “TIGA PUTRA STICKER” yang berlokasi di jalan RE Martadinata. Usaha ini berdiri pada awal tahun 2019. Akan tetapi awal kepindahan Bapak Herman ke jalan RE.Martadinata, Bapak Herman tidak langsung jualan sticker tapi Bapak Herman membuka warung makan sampai tahun 2010. Bapak Herman membuka warung makan selama 9 tahun yaitu dari tahun 2010 sampai 2019. Akan tetapi di karenakan warung semakin sepi dan pemasukan semakin berkurang, kemudian Bapak Herman memutuskan untuk berjualan Sticker pada pertengahan Tahun 2019 usaha¹³

Analisis SWOT merupakan salah satu teknik dalam perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi serta memahami berbagai faktor yang dapat mempengaruhi suatu organisasi atau kegiatan bisnis. Metode ini mengkaji elemen internal berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal seperti peluang (*opportunities*) dan tantangan atau ancaman (*threats*).¹⁴

Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh terhadap kesiapan dan kinerja dari setiap elemen yang terlibat dalam proses pencapaian tujuan organisasi atau usaha. Dengan mengkaji seluruh aspek secara menyeluruh, baik dari dalam maupun luar organisasi, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kondisi usaha yang dijalankan, serta mampu merumuskan strategi yang tepat untuk menghadapi

¹²Qari’ah Noor Aminah Muchiballah, “Analisis Keberlangsungan Usaha dan Pengelolaan Keuangan Berdasarkan Economic Entity Concept pada Usaha Micro, Kecil, dan Menengah,” <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5229/5251> (5 Mei 2023)

¹³ Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

¹⁴ M. Fathur Rohman, *Teknik Analisis Manajemen SWOD Untuk Menyusun KKP DIKLATPIM dan RENSTRA* <https://www.scribd.com/document/387721446/Reference-pdf>, (diakses 26 juni 2025),13

dinamika yang mungkin terjadi di masa mendatang. Selain itu, analisis ini juga membantu dalam mengenali permasalahan yang ada serta menentukan langkah-langkah solutif yang diperlukan guna meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha.¹⁵

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti merasa terdorong untuk menelusuri lebih lanjut bagaimana keberlangsungan sebuah usaha dapat dianalisis melalui pendekatan SWOT. Fokus kajian diarahkan pada pelaku usaha jasa *cutting sticker*, khususnya pada usaha yang dikenal dengan nama Tiga Putra Sticker. Penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk karya ilmiah skripsi dengan judul: “*Analisis Keberlangsungan Usaha Jasa Cutting Sticker Dengan Pendekatan SWOT (Pada Tiga Putra Sticker)*”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah :

1. Bagaimana kekuatan (*Strengths*) yang dimiliki Tiga Putra Sticker dapat mendukung pengembangan usaha?
2. Apa saja kelemahan (*Weaknesses*) yang dihadapi Tiga Putra Sticker dalam menjalankan usahanya?
3. Peluang (*Opportunities*) apa yang bisa dimanfaatkan Tiga Putra Sticker untuk meningkatkan daya saing?
4. Ancaman (*Threats*) apa saja yang berpotensi menghambat keberlangsungan usaha Tiga Putra Sticker?

¹⁵Ibid.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang ingin dicapai adalah:

- a) Bagaimana kondisi internal jasa *cutting sticker* di tinjau dari faktor kekuatan dan kelemahan.
- b) Bagaimana kondisi eksternal jasa *cutting sticker* di tinjau dari faktor peluang dan ancaman.

2. Manfaat penelitian

a) Bagi Penulis

Penulis dapat memperluas pengetahuan tentang strategi bisnis dan analisis SWOT, serta penerapannya dalam dunia usaha, khususnya di sektor ekonomi syariah. Serta menambah wawasan bagi penulis mengenai bagaimana Analisis Keberlangsungan Usaha Melalui Pendekatan SWOT Pada Tiga Putra Sticker.

b) Bagi Masyarakat

asyarakat dapat mengetahui informasi tentang bagaimana Analisis SWOT digunakan untuk melihat keberlangsungan usaha Tiga Putra Sticker. Melalui analisis ini, dapat diketahui kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi oleh usaha.

c) Bagi perguruan tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi dokumen akademik yang berguna dan dapat dijadikan acuan atau referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, khususnya dalam bidang analisis keberlangsungan usaha kecil dan menengah (UKM) melalui pendekatan SWOT.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha, pemerintah daerah, maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif dan wirausaha lokal, khususnya dalam industri jasa *cutting sticker*. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan muncul gagasan-gagasan baru serta strategi pengembangan usaha yang lebih tepat dan aplikatif, yang dapat diterapkan dalam menghadapi tantangan usaha di masa kini maupun masa yang akan datang.

D. Penegasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami berbagai istilah yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti merasa perlu untuk terlebih dahulu menjelaskan makna istilah-istilah penting yang terdapat pada judul “Analisis keberlangsungan usaha jasa *cutting sticker* dengan pendekatan SWOT (Pada Tiga putra sticker)”. Penjelasan ini diharapkan membantu pembaca memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai pokok pembahasan penelitian.

1. *Grand Theory* Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan disiplin yang berkembang pesat dalam pengelolaan organisasi memadukan teori dan praktik untuk menentukan arah jangka panjang perusahaan dalam konteks modern manajemen strategi melibatkan analisis lingkungan internal dan eksternal, penetapan tujuan pengembangan strategi dan implementasi serta evaluasi dari strategi yang dipilih definisi manajemen strategi menekankan pada proses berkelanjutan untuk menjaga keseimbangan antara peluang eksternal dan sumber daya internal organisasi.¹⁶

¹⁶Eko tama putra saratian, *manajemen strategi grand teori dan implikasi praktis*, ed fajrina margareth viruliana, no 24 (buku diterbitkan jakarta: cv angkasa media literasi, 2025),1

2. Keberlangsungan Usaha

Keberlangsungan usaha dapat dipahami sebagai kemampuan suatu sistem dalam menjaga keberlanjutan produksi yang ditunjang oleh sumber daya alam dalam jangka panjang. Dalam penelitian ini, keberlangsungan usaha diukur melalui dua indikator utama, yaitu strategi promosi yang dijalankan serta strategi kepuasan konsumen yang diterapkan untuk mendukung keberlanjutan tersebut.¹⁷

3. Jasa

Secara umum, konsep jasa atau layanan (*service*) dapat dijabarkan dalam tiga ranah pengertian, yakni sebagai bagian dari industri, sebagai keluaran atau penawaran, dan sebagai suatu proses. Dalam ranah industri, jasa mencakup berbagai sektor seperti transportasi, keuangan, perdagangan eceran, layanan perorangan, pendidikan, kesehatan, dan layanan publik lainnya. Sementara itu, keberlangsungan usaha tetap dimaknai sebagai kesanggupan suatu sistem untuk mempertahankan tingkat produksinya dengan dukungan sumber daya alam selama periode yang panjang, yang di dalam penelitian ini dilihat melalui indikator strategi promosi dan strategi kepuasan konsumen.¹⁸

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) merupakan metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis demi merumuskan strategi yang tepat bagi organisasi atau perusahaan. Pendekatan ini

¹⁷Barry Render, *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management* https://books.google.co.id/books/about/Operations_Management (26 Juni 2025)

¹⁸Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 13

bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, sambil berupaya menekan kelemahan dan potensi ancaman.¹⁹

Secara filosofis, konsep analisis SWOT berkembang dari pemikiran dan penyempurnaan berbagai model perencanaan strategi yang sebelumnya telah diterapkan baik dalam dunia militer maupun dalam praktik bisnis.²⁰

5. *Cutting Sticker*

Cutting Sticker adalah teknik pemasangan stiker pada bodi motor atau mobil yang digunakan untuk keperluan dekoratif, branding, maupun sekadar modifikasi tampilan kendaraan bermotor agar terlihat lebih menarik dan unik. Teknik ini menggunakan mesin pemotong khusus (*cutting plotter*) untuk membentuk desain sesuai pola yang diinginkan, kemudian ditempelkan secara manual dengan tingkat ketelitian yang tinggi. *Cutting sticker* banyak diminati karena proses pemasangannya relatif cepat, biayanya lebih terjangkau dibandingkan pengecatan, serta desainnya dapat disesuaikan dengan selera atau identitas pemilik kendaraan.

Selain sebagai bentuk ekspresi diri, *cutting sticker* juga banyak dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk media promosi yang efektif dan fleksibel, seperti menampilkan logo, slogan, atau informasi bisnis pada kendaraan operasional mereka.

E. Garis-Garis Besar Isi

Agar pembaca dapat memahami alur isi dalam skripsi ini dengan lebih mudah dan menyeluruh, penulis menyajikan uraian sistematika pembahasan berdasarkan struktur yang lazim digunakan dalam karya ilmiah. Penjabaran ini

¹⁹Swardono, *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*, <https://opac.ut.ac.id/detail-opac?id=18795> (26 juni 2025)

²⁰Irham Fahmi, *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*, {<https://books.google.co.id/books?id=GR2GnQAACAAJ>}, (26 Juni 2025),264

mencakup ringkasan tiap bagian utama yang menjadi pilar dari keseluruhan isi skripsi. Berikut penjelasan dari setiap bab yang disusun secara sistematis:

Bab I Pendahuluan, menyampaikan sejumlah aspek awal yang menjadi landasan dilaksanakannya penelitian, seperti alasan di balik pemilihan topik (latar belakang), rumusan masalah yang ingin dijawab, serta maksud dan kontribusi yang ingin dicapai melalui penelitian ini.

Bab II Kajian Pustaka, menyajikan ulasan teoritis dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Pada bagian ini, penulis berupaya membangun kerangka berpikir sebagai fondasi konseptual dalam menjawab permasalahan penelitian. Selain itu, bab ini juga menyusun hubungan logis antara teori yang digunakan dan fokus penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian, merinci pendekatan serta metode yang dipilih untuk mencapai tujuan riset. Penjelasan dalam bab ini meliputi jenis dan sifat penelitian, lokasi studi, alat atau instrumen pengumpulan data, sumber informasi yang digunakan, teknik dalam mengumpulkan data, metode analisis, serta cara untuk menguji keabsahan data agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Bab IV Hasil dan Pembahasan, membahas secara terperinci hasil yang ditemukan selama pelaksanaan penelitian. Fokus utama dalam bagian ini adalah pada penerapan analisis SWOT yang dilakukan terhadap usaha jasa cutting Tiga Putra Sticker, yang akan dikaji dari berbagai aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman usaha tersebut berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

Bab V Penutup, memuat simpulan atas hasil penelitian yang telah dianalisis sebelumnya. Selain merangkum temuan utama, bab ini juga menyampaikan rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan praktis maupun masukan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada era sekarang, telah banyak penelitian yang mengulas topik keberlangsungan usaha melalui pendekatan Analisis SWOT. Fakta ini dapat dilihat dari berbagai karya ilmiah yang umumnya disusun dalam bentuk skripsi sebagai syarat akademik. Untuk mempertegas kontribusi dan keunikan penelitian ini dibandingkan dengan studi yang telah dilakukan sebelumnya, peneliti secara khusus menampilkan beberapa hasil penelitian terdahulu. Tujuannya adalah agar dapat menegaskan keaslian penelitian ini sekaligus menggambarkan sejauh mana penelitian ini memiliki kesamaan maupun perbedaan dengan riset sebelumnya. Adapun beberapa kajian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

No	Nama Peneliti Dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Tri Budiman berjudul “Analisis SWOT Pada Usaha Kecil dan Menengah (Study Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung)”	penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang jasa serta, serta menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha yang diteliti. Tujuan dari kedua penelitian ini adalah untuk memberikan rekomendasi strategis yang dapat meningkatkan kinerja usaha.	perbedaan yang mencolok antara keduanya. Penelitian Tri Budiman berfokus pada percetakan Paradise yang bergerak di bidang jasa percetakan dan desain, sementara penelitian penulis meneliti usaha Tiga putra Sticker yang berfokus pada modifikasi tampilan kendaraan di sektor otomotif.

2	Niken Handayani Berjudul “Modal Sosial Dan Keberlangsungan Usaha (Studi Kasus Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik Di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kilwon, Surakarta).”	penelitian ini memiliki kesamaan dalam fokus pada keberlangsungan usaha, di mana keduanya meneliti aspek-aspek yang mempengaruhi kelangsungan usaha. Penelitian Niken Handayani membahas keterkaitan antara modal sosial dan keberlangsungan usaha pengusaha batik di Kampung Kauman, dengan menekankan pentingnya jaringan sosial, kepercayaan, dan kerjasama dalam mendukung keberlangsungan usaha. Sementara itu, penelitian penulis berfokus pada keberlangsungan usaha tiga putra sticker dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha tersebut.	Terdapat perbedaan signifikan antara kedua penelitian. Penelitian Niken Handayani menekankan pada modal sosial dan hubungan antar individu dalam komunitas yang berkontribusi pada keberlangsungan usaha batik. Sebaliknya, penelitian penulis menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi usaha Tiga putra Sticker. Selain itu, jenis usaha yang diteliti juga berbeda, dengan Niken Handayani fokus pada pengusaha batik, sementara penulis meneliti usaha di bidang otomotif. Meskipun memiliki tema yang sama, pendekatan dan konteks usaha yang diteliti menunjukkan perbedaan yang jelas.
3	Muhamad Andika “Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan Pt Al-Muchtar Tour Dan	Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam penggunaan analisis SWOT sebagai alat untuk mengevaluasi kondisi usaha. Keduanya bertujuan	Namun, terdapat perbedaan yang jelas antara keduanya. Penelitian Andika menekankan pada penerapan prinsip-prinsip Islam dalam

	Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam”	untuk memberikan rekomendasi strategis untuk pengembangan bisnis. Penelitian Muhamaad Andika berfokus pada PT Al-Mucthar, sebuah perusahaan di bidang biro perjalanan haji dan umroh, dengan pendekatan yang mempertimbangkan perspektif hukum Islam dalam strategi pengembangan bisnis.	strategi bisnis, sedangkan penelitian penulis berfokus pada analisis keberlangsungan usaha Tiga Putra Sticker tanpa mempertimbangkan perspektif hukum Islam. Selain itu, konteks usaha yang diteliti berbeda, dengan Andika berfokus pada biro perjalanan, sementara penulis meneliti usaha di bidang otomotif. Dengan demikian, meskipun ada kesamaan dalam metode analisis, fokus dan konteks penelitian menunjukkan perbedaan yang signifikan.
4	Sutriasmi “ Analisis Swot Dalam Pengembangan usaha kopra putih melalui kelompok mevoli pasangani di masa pandemi covid-19”	Persamaan keduanya terletak pada penggunaan analisis SWOT sebagai alat untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam usaha yang diteliti. Selain itu, keduanya sama-sama menitikberatkan pada keberlangsungan serta pengembangan usaha kecil yang dijalankan masyarakat, serta bertujuan memberikan rekomendasi strategi agar usaha	Perbedaannya terletak pada objek dan konteks penelitian. Penelitian Sutriasmi meneliti usaha kopra putih berbasis kelompok di masa pandemi Covid-19, sehingga fokus utamanya adalah bagaimana usaha tetap berjalan meski terdampak krisis kesehatan dan ekonomi. Sementara itu, penelitian tentang Tiga Putra Sticker berfokus pada usaha

		tetap bertahan dan berkembang di tengah tantangan yang dihadapi.	jasa cutting sticker yang bergerak di bidang kreatif, dengan masalah utama berupa persaingan bisnis dan perubahan tren pasar. Dengan demikian, Sutriasmii lebih menekankan strategi pengembangan kelompok usaha tani, sedangkan penelitian Tiga Putra Sticker menekankan strategi keberlangsungan dan daya saing usaha jasa kreatif di era persaingan yang semakin ketat.
--	--	--	---

B. Kajian Teori

1. Grand Teory Manajemen strategi

Manajemen strategi merupakan bidang ilmu yang mengalami perkembangan pesat dan memegang peran penting dalam mengarahkan perjalanan jangka panjang perusahaan. Dalam praktik modern, manajemen strategi meliputi kegiatan menganalisis kondisi internal maupun eksternal, menetapkan tujuan organisasi, merancang langkah-langkah strategis, hingga melaksanakan serta mengevaluasi hasil yang diperoleh. Inti dari manajemen strategi terletak pada proses berkesinambungan untuk menjaga keseimbangan yang dinamis antara peluang yang tersedia di lingkungan eksternal dengan sumber daya dan kapabilitas internal yang dimiliki organisasi, agar arah yang ditempuh sesuai dengan visi dan tujuan jangka panjang perusahaan.

Menurut Robbins, manajemen strategi adalah serangkaian upaya yang dijalankan oleh manajer dalam menyusun dan mengembangkan strategi yang tepat

bagi organisasi. Aktivitas ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari fungsi-fungsi manajerial, seperti perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian. Semua fungsi tersebut saling mendukung untuk memastikan bahwa strategi yang dirumuskan dapat diterapkan secara efektif dan dapat mendorong organisasi menuju pencapaian tujuan yang telah ditetapkan.¹

a. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu *management*, yang diadaptasi dari kata kerja *to manage* yang berarti mengelola, menata, atau menangani sesuatu. Secara konseptual, manajemen merujuk pada seni atau proses dalam mengarahkan, membina, serta memimpin individu maupun kelompok yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu kegiatan atau organisasi. Seorang manajer bertanggung jawab dalam menciptakan sistem kerja yang efektif dengan melibatkan semua anggota tim agar usaha yang sedang dijalankan berjalan sesuai rencana yang telah ditetapkan sejak awal.²

b. Pengertian manajemen menurut para ahli

1) Menurut pandangan R. Terry, manajemen tidak hanya sebatas tindakan mengatur, melainkan merupakan suatu rangkaian proses yang khas dan sistematis. Proses tersebut melibatkan beberapa langkah utama, seperti merancang rencana, menyusun struktur organisasi, menggerakkan sumber daya manusia, dan melakukan pengawasan terhadap seluruh kegiatan yang ada. Tujuan utamanya adalah memastikan bahwa segala sumber daya yang dimiliki baik itu tenaga kerja

¹Eko tama putra saratian, *manajemen strategi grand teori dan implikasi praktis*, ed fajrina margareth viruliana, no 24 (buku diterbitkan jakarta: cv angkasa media literasi, 2025),1

²Asosiasi penerbit perguruan tinggi , buku ajaran perkuliahan bagi mahasiswa (Lumajang: APPTI, 2019), (26 Juni 2025)

maupun sumber daya lainnya dapat digunakan secara maksimal guna mewujudkan target atau sasaran yang telah ditentukan sebelumnya³.

2) James A.F. Stoner menyampaikan bahwa manajemen merupakan suatu proses dinamis yang mencakup kegiatan merancang strategi, mengatur struktur organisasi, memimpin orang-orang dalam organisasi, dan mengendalikan berbagai aktivitas guna memastikan semuanya berjalan ke arah yang telah direncanakan. Semua upaya tersebut dilakukan dengan melibatkan setiap individu dalam organisasi dan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya yang tersedia, agar tujuan bersama yang telah disepakati dapat dicapai secara efektif dan efisien.

c. Pengertian strategi

Kata strategi sendiri berasal dari bahasa Yunani, yaitu *strategos*, yang secara harfiah berkaitan dengan seni atau ilmu memimpin pasukan. Glueck dan Jauch menjelaskan bahwa strategi adalah sebuah rencana komprehensif yang dirancang secara terpadu dan menyeluruh. Rencana ini bertujuan untuk menyelaraskan kekuatan inti perusahaan dengan tantangan-tantangan eksternal yang dihadapi. Penyusunan strategi ini mempertimbangkan ketersediaan sumber daya internal, perubahan dalam industri, serta pengaruh dari perilaku pesaing dan tren konsumen. Dengan perencanaan yang matang, strategi memungkinkan organisasi untuk bertindak secara terarah dalam mencapai visi dan misi utamanya.⁴

d. Pengertian strategi menurut para ahli

1) Fred R. David mengemukakan bahwa manajemen strategis merupakan kombinasi antara seni dan ilmu dalam menyusun, melaksanakan, serta mengevaluasi berbagai keputusan penting yang mencakup seluruh fungsi organisasi. Tujuan dari proses ini adalah untuk membantu organisasi mencapai

³Ibid.

⁴Ibid.

sasaran yang telah ditentukan secara efektif dan menyeluruh, dengan mempertimbangkan berbagai aspek internal maupun eksternal.

2) Menurut Lawrence R. Jauch dan William F. Glueck, manajemen strategis terdiri dari sejumlah keputusan serta tindakan yang diarahkan untuk merancang dan menetapkan strategi-strategi yang mampu membantu organisasi dalam mencapai target yang telah ditetapkan. Proses ini bersifat menyeluruh dan mencakup perencanaan hingga implementasi, sehingga strategi yang dibentuk benar-benar relevan dengan kebutuhan dan kondisi perusahaan⁵

Berdasarkan pandangan dari para ahli tersebut, secara umum dapat disimpulkan bahwa manajemen strategis adalah suatu proses menyeluruh yang berisi langkah-langkah pengambilan keputusan penting dalam organisasi. Proses ini melibatkan perencanaan strategis, penetapan metode pelaksanaan, hingga implementasi oleh seluruh bagian organisasi di bawah arahan pimpinan, dengan tujuan untuk memastikan arah dan langkah organisasi tetap sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai.

Oleh karena itu, manajemen strategis memiliki arti penting dalam dunia usaha maupun organisasi, karena memberikan dampak signifikan terhadap arah perkembangan dan ketahanan bisnis. Beberapa alasan yang memperkuat pentingnya manajemen strategis antara lain:

1. Menyediakan panduan yang terarah bagi organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan, sehingga proses operasional menjadi lebih fokus dan terukur.
2. Memungkinkan organisasi mempertimbangkan berbagai kepentingan yang terkait, baik dari pihak internal maupun eksternal, guna menciptakan keputusan yang menyeluruh dan berimbang.

⁵Ibid.

3. Membantu organisasi menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan yang terus berkembang, sehingga tetap mampu bertahan dan bersaing dalam kondisi pasar yang dinamis.
4. Berkaitan langsung dengan peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan strategi, karena perencanaan yang baik akan meminimalkan pemborosan sumber daya dan memaksimalkan hasil.

Dengan dasar-dasar tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa manajemen strategis memainkan peranan vital dalam memastikan organisasi tetap adaptif, berkembang secara berkelanjutan, dan mampu bersaing di tengah ketatnya persaingan dunia bisnis modern.

2. Usaha

a. Pengertian Usaha

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah usaha diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan tenaga, pikiran, atau fisik seseorang yang dilakukan secara sadar dan terarah dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Kegiatan ini mencerminkan suatu bentuk kerja keras, inisiatif, dan ikhtiar individu dalam menghadapi tantangan untuk mendapatkan hasil atau pencapaian yang diharapkan.

Sementara itu, berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan, usaha dijelaskan sebagai serangkaian aktivitas, tindakan, atau operasi yang dijalankan dalam bidang ekonomi oleh perseorangan maupun badan usaha, yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan atau laba. Definisi ini menekankan bahwa usaha bukan sekadar kegiatan spontan, melainkan suatu aktivitas yang terstruktur dan bertujuan memperoleh manfaat ekonomi.⁶

b. Pengertian Usaha Menurut Para Ahli

⁶Ismail Solihin, Pengenalan praktis dan studi kasus. <https://library.uinmataram.acindex>. (26 juni 2025)

Berikut ini beberapa pandangan para ahli mengenai makna dari usaha:

1. Aip Saripudin menyatakan bahwa dalam konteks fisika, usaha diartikan sebagai suatu bentuk gerakan yang dihasilkan karena adanya gaya. Artinya, usaha merupakan hasil dari interaksi gaya yang menyebabkan perpindahan suatu benda.⁷
2. Harmaizar Z menjelaskan bahwa usaha dapat dimaknai sebagai entitas atau unit kegiatan yang dijalankan secara terus-menerus oleh individu atau kelompok dengan tujuan memperoleh pendapatan. Kegiatan ini bisa dijalankan oleh perorangan atau badan usaha, baik yang memiliki status badan hukum maupun yang belum berbadan hukum.⁸
3. Wasis dan Sugeng Yuli Irianto mengemukakan bahwa usaha merupakan tindakan atau ikhtiar manusia dalam mencapai keinginan dan tujuan tertentu, terutama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dalam ilmu pengetahuan, khususnya fisika, usaha juga merujuk pada pengaruh gaya terhadap suatu benda yang menyebabkan pergeseran posisi benda tersebut.⁹

c. Tujuan usaha

1. Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dalam pandangan Islam, setiap individu dianjurkan untuk memenuhi berbagai aspek kebutuhan hidupnya, baik yang bersifat mendasar maupun tambahan. Proses pemenuhannya tidak hanya harus dilakukan secara halal, tetapi juga elegan dan sesuai dengan aturan yang berlaku. Dalam kerangka ibadah, aktivitas seperti bekerja dan berusaha untuk mencukupi kebutuhan primer seperti

⁷Ibid.

⁸Harmaizar Z, *Menangkap Peluang Usaha* (Cet. I; Bekasi:2008), 13.

⁹Anggi fatmawati, “Usaha ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi masyarakat menurut persepektif ekonomi islam” (Skripsi yang diterbitkan, Jurusan Ekonomi syariah, Institut agama islam negeri (iain) metro, Lampung ,2023), 16

sandang dan pangan merupakan bentuk pengabdian yang mulia. Hal ini dilandasi oleh pemahaman bahwa manusia terdiri dari jasmani dan rohani. Dimensi jasmani membutuhkan pemenuhan fisik seperti makanan dan pakaian, sementara sisi rohani lebih condong pada kebutuhan akan pengakuan sosial, kesempatan untuk mengekspresikan diri, serta perasaan tenteram dan aman dalam menjalani kehidupan.¹⁰

Setiap tindakan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak bisa dilepaskan dari aspek ekonomi. Aktivitas ekonomi mencakup perilaku dan pilihan dalam meraih keinginan secara maksimal berdasarkan kapasitas yang dimiliki. Oleh karena itu, usaha yang dilakukan secara konsisten dan bertanggung jawab akan berbuah hasil yang membawa kebermanfaatan. Memulai upaya sejak dini jauh lebih terhormat daripada bergantung kepada orang lain di kemudian hari. Prinsip ini sejalan dengan semangat bahwa keberhasilan adalah buah dari proses yang dijalani dengan sungguh-sungguh. Bahkan, Islam mengajarkan bahwa pekerjaan terbaik adalah yang dikerjakan dengan tangan sendiri, sebagai simbol kemandirian dan kejujuran.

2. Untuk Berusaha dan Bekerja.

Secara esensial, manusia dituntut untuk terus melakukan usaha dan bekerja guna memperoleh hasil yang dapat mendukung kehidupannya sehari-hari. Islam tidak hanya membolehkan, tetapi juga mendorong umatnya agar aktif bekerja sesuai dengan bidang atau keahlian yang dimiliki. Aktivitas tersebut dipandang bukan sekadar rutinitas, melainkan juga sarana pendekatan diri kepada Tuhan. Dalam

¹⁰Irham Haidar, *‘Kewirausahaan dalam Prespektif Hadis’* (Skripsi diterbitkan, Jurusan Tafsir Hadis, Universitas Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2017), 51 – 52.

Islam, bekerja menjadi bagian dari manifestasi iman dan bentuk tanggung jawab terhadap amanah kehidupan yang diberikan oleh Allah.¹¹

Ajaran Islam mendorong umatnya untuk giat dalam usaha dan bekerja, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga dalam rangka meningkatkan kualitas hidup secara menyeluruh. Dalam pelaksanaannya, sikap tawakal harus berjalan beriringan dengan ikhtiar. Kedua konsep ini saling melengkapi dan menjadi pondasi spiritual yang memperkuat semangat dalam meraih hasil yang diinginkan. Individu yang bekerja dengan kesungguhan, penuh kedisiplinan, serta ketekunan mencerminkan pribadi yang memiliki rasa percaya diri, mampu berdiri di atas kaki sendiri, dan tetap rendah hati dalam segala pencapaian.

3. Untuk memenuhi Kebutuhan Sosial.

Dalam ajaran Islam, setiap manusia diajarkan untuk menjalani hidup dengan memberi manfaat bagi orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada pemenuhan aspek fisik saja, tetapi juga mencakup dimensi sosial yang lebih luas. Kehidupan bermasyarakat terbentuk dari relasi antar individu, di mana proses sosial muncul sebagai konsekuensi dari hubungan tersebut. Dengan demikian, keberadaan manusia sebagai makhluk sosial menjadi penting agar tercipta keseimbangan antara kepentingan pribadi dan kepentingan bersama.¹²

Dalam aktivitas ekonomi maupun kegiatan sehari-hari, manusia tidak dapat hidup sendiri tanpa adanya interaksi. Sebagai makhluk sosial, manusia selalu terhubung dan saling membutuhkan demi memenuhi keperluan hidupnya. Selain

¹¹MuhSaid, *Pengantar Ekonomi Islam dasar-dasar dan perkembangan*, (Cet. I; Pekanbaru: Suska Press, 2008), 75.

¹²Devi Ganis Prameswari, *‘Jenis usaha terbaik menurut hadits’* (Skripsi diterbitkan, Jurusan Ilmu Hadits, Universitas Islam negeri sunan gunung djati bandung, 2020), 15-16.

itu, manusia juga dikenal sebagai makhluk ekonomi yang memiliki kesadaran moral, yang berusaha memperoleh pemenuhan kebutuhan hidup melalui cara yang rasional dan bijak. Dorongan untuk memanfaatkan sumber daya alam secara efektif disebut sebagai motif ekonomi, sedangkan pertimbangan cermat untuk mendapatkan hasil optimal dengan pengorbanan minimal dikenal sebagai prinsip ekonomi.

d. Jenis – jenis usaha

Jenis usaha di Indonesia dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok utama, yaitu usaha mikro, usaha menengah, dan usaha makro. Menurut Awalil Rizky, usaha mikro merupakan jenis usaha informal dengan skala kecil yang memiliki modal, aset, dan omzet yang terbatas. Usaha ini biasanya bersifat fleksibel, seperti sering berpindah tempat dan jenis barang dagangan yang ditawarkan pun kerap berubah, serta umumnya belum memiliki legalitas formal. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995, usaha mikro termasuk dalam kegiatan ekonomi masyarakat yang dijalankan dalam skala kecil dan memenuhi kriteria tertentu terkait nilai kekayaan bersih dan penjualan tahunan yang telah diatur dalam ketentuan tersebut.¹³

Di sisi lain, usaha menengah didefinisikan sebagai kegiatan produksi barang atau jasa yang dijalankan oleh individu, keluarga, atau badan usaha, dengan tujuan untuk dijual secara komersial dan memiliki omzet penjualan lebih dari satu miliar rupiah per tahun.¹⁴ Sedangkan usaha makro mencakup unit usaha produktif yang dikelola oleh badan usaha besar, baik milik negara, swasta, patungan, maupun asing, yang memiliki nilai aset atau pendapatan tahunan melebihi usaha menengah

¹³Euis Amalia, *Keadilan distributif dalam ekonomi islam* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Press, 2009), 42.

¹⁴Francis Tantri, *Pengantar Bisnis* (Cet. I; Jakarta: Rajawali Press, 2009), 55.

dan beroperasi di wilayah Indonesia¹⁵ Selain itu, mengacu pada buku “Petunjuk Mandiri Usaha Kecil” karya Sigih Wibowo, kegiatan usaha dapat dikelompokkan menjadi dua jenis utama, yaitu:

1) Jenis Usaha Pedagang Atau Distribusi

Jenis usaha ini berfokus pada aktivitas pemindahan barang dari pihak produsen atau lokasi dengan stok melimpah ke area yang membutuhkan pasokan tersebut. Kegiatan ini termasuk dalam sektor distribusi, yang mencakup berbagai bentuk seperti toko retail, warung tradisional, rumah makan, agen penyalur, maupun usaha perantara perdagangan lainnya. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah memastikan barang sampai kepada konsumen akhir atau pelaku usaha lain secara tepat waktu dan efisien, sekaligus menciptakan kemudahan dalam rantai pasok.

2) Jenis Usaha Produksi Atau Industri.

Usaha dalam bidang industri atau produksi merujuk pada kegiatan yang melibatkan transformasi bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi produk baru yang memiliki fungsi atau karakteristik berbeda. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomis dari suatu bahan dengan mengolahnya menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat. Contohnya meliputi produksi makanan, industri pakaian, kerajinan tangan, hingga pembuatan alat rumah tangga. Usaha jenis ini penting karena berkontribusi dalam menciptakan barang-barang siap pakai yang dibutuhkan oleh masyarakat luas.¹⁶

¹⁵Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Cet. I; Bandung: Alfabeta, 2010), 268.

¹⁶Wiowo, Mudinah, Yusro Nuri, Fawzya., *Peunjuk mendirikan perusahaan kecil*. (Cet, XII; Jakarta: Penebar Swadaya, 1999), 5.

3. Keberlangsungan Usaha

a. Pengertian Keberlangsungan Usaha

Pertumbuhan dunia usaha yang semakin pesat telah mendorong munculnya banyak pelaku usaha baru. Hal ini menyebabkan intensitas kompetisi antar pelaku bisnis menjadi semakin tinggi. Tidak hanya terjadi di pasar domestik, persaingan kini juga meluas ke ranah internasional. Kondisi ini menuntut setiap pengusaha untuk mampu merespons kebutuhan pelanggan secara efektif, dengan menghadirkan produk yang tidak hanya bervariasi, tetapi juga diproduksi secara efisien agar tetap kompetitif di tengah dinamika pasar global.¹⁷

Keberlangsungan usaha mencerminkan kapasitas sebuah entitas untuk menjaga konsistensi aktivitas produksinya dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan keseimbangan terhadap lingkungan dan sumber daya alam. Terdapat dua indikator penting dalam keberlangsungan usaha, yaitu strategi promosi yang berkelanjutan serta penerapan strategi kepuasan konsumen secara konsisten. Keduanya berperan penting dalam menciptakan hasil usaha yang stabil dan optimal. Dengan memulai usaha sedini mungkin, seseorang sedang membangun masa depan yang mandiri, karena pada akhirnya, hasil terbaik berasal dari upaya dan kerja keras pribadi, bukan dari ketergantungan pada orang lain.

Menurut Noe et al (2011) dalam Pratama (2020), kelangsungan usaha adalah suatu kondisi yang memungkinkan suatu perusahaan dapat bertahan dalam lingkungan yang kompetitif. Keberlangsungan usaha menggambarkan keadaan dan kondisi sebuah usaha dalam melindungi sumber daya yang dimiliki, mengembangkan dan mempertahankan usahanya dengan berbagai cara baik itu berdasarkan pengalaman pribadi ataupun orang lain berdasarkan pada kondisi yang

¹⁷Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia* (Cet, I; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 1-2.

sedang terjadi dalam dunia usaha maupun ekonomi makro saat itu atau bisa diartikan juga bahwa keberlangsungan usaha merupakan bentuk konsistensi dan eksistensi (ketahanan) dari sebuah usaha.¹⁸

1. Strategi Promosi

Secara esensial, promosi merupakan bagian dari kegiatan komunikasi dalam dunia pemasaran. Melalui aktivitas promosi, perusahaan berupaya menyampaikan pesan yang bersifat informatif dan persuasif kepada pasar sasarannya. Tujuannya adalah membangun kesadaran konsumen terhadap keberadaan produk serta mendorong minat beli, hingga pada akhirnya menciptakan loyalitas pelanggan terhadap merek yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

2. Strategi Kepuasan Konsumen

Penerapan strategi kepuasan konsumen yang efektif dapat menciptakan tantangan tersendiri bagi kompetitor. Mereka harus mengalokasikan sumber daya yang besar, baik dari sisi biaya maupun tenaga, untuk mencoba menarik perhatian pelanggan yang telah puas dengan layanan sebuah perusahaan. Strategi ini bersifat jangka panjang dan membutuhkan dedikasi tinggi, baik dari segi pendanaan maupun pengelolaan sumber daya manusia. Komitmen yang kuat dalam menjaga kepuasan pelanggan akan menjadi keunggulan yang tidak mudah ditiru oleh pesaing.¹⁹

Keberlangsungan Usaha merupakan kondisi yang mencerminkan sejauh mana suatu bisnis dapat bertahan, berkembang, dan terus beroperasi secara berkelanjutan. Dalam kajian ini, keberlangsungan usaha dianalisis dengan

¹⁸Budi Riyanti, Novita Ati Nur Aini, "Strategi Keberlangsungan usaha umkm kampung singkong pada masa pandemi covid-19" Jurnal Diterbitkan, Vol 15, No 2, (2022), 185 (Diakses 18 Agustus 2025)

¹⁹Barry Render, *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management* (Cet. XII; Jakarta: Global Edition, 2017), 233.

mengadaptasi sejumlah unsur penting bagi kelangsungan suatu kegiatan bisnis.

Unsur-unsur tersebut mencakup:

a. Permodalan

Permodalan mengacu pada segala bentuk aset utama yang digunakan untuk memulai dan menjalankan kegiatan usaha, baik berupa uang tunai, peralatan, maupun bentuk kekayaan lainnya. Modal berfungsi sebagai dasar penopang operasional usaha dan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kapasitas keberlanjutan suatu bisnis.²⁰

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah unsur tenaga kerja yang berasal dari individu-individu yang terlibat dalam organisasi atau unit usaha. SDM tidak hanya dilihat dari jumlahnya, tetapi juga mencakup kompetensi, pengetahuan, keterampilan, serta dedikasi yang dimiliki oleh pekerja dalam mendukung proses usaha. Sumber daya ini menjadi kekuatan internal yang harus dikelola secara berkelanjutan untuk memastikan kelancaran proses produksi, pengelolaan, hingga pelayanan kepada konsumen.²¹

c. Produksi

Produksi merupakan rangkaian kegiatan yang bertujuan menghasilkan barang atau jasa melalui pengolahan berbagai input seperti bahan baku, teknologi, tenaga kerja, dan alat produksi. Dalam konteks keberlangsungan usaha, produksi tidak hanya dilihat dari keberhasilannya menciptakan output, tetapi juga dari kemampuan usaha dalam mempertahankan kualitas, konsistensi kuantitas, serta efisiensi proses produksi. Stabilitas proses produksi menjadi salah satu tolok ukur

²⁰Barry Render, *Operations Management Sustainability and Supply Chain Management* (Cet. XII; Jakarta: Global Edition, 2017), 233.

²¹Ibid.

keberlangsungan usaha karena berkaitan langsung dengan pemenuhan permintaan pasar.²²

d. Pemasaran

Pemasaran adalah strategi yang mencakup kegiatan promosi, penetapan harga, pengembangan produk, serta distribusi barang atau jasa kepada konsumen. Dalam jangka panjang, keberhasilan pemasaran akan mempengaruhi kelangsungan usaha karena berkaitan erat dengan tingkat penjualan dan loyalitas pelanggan. Upaya pemasaran yang berkelanjutan harus memperhatikan kebutuhan pasar, tren perilaku konsumen, serta kemampuan perusahaan dalam menjaga daya saing.

Dalam keseluruhan konsep keberlangsungan usaha, empat dimensi utama tersebut menggambarkan kemampuan bisnis dalam memenuhi kebutuhan, mengembangkan potensi sumber daya, serta menjaga keberadaan sumber daya secara berkelanjutan. Keempat aspek ini saling terhubung dan menjadi fondasi dalam menilai apakah suatu usaha mampu bertahan dalam jangka panjang serta beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis.²³

4. Jasa

Secara umum, konsep jasa atau pelayanan mencakup tiga aspek utama yang menjadi dasar pemahamannya, yaitu sebagai bagian dari sektor industri, sebagai hasil atau bentuk penawaran, serta sebagai suatu rangkaian proses. Dalam tataran industri, jasa merujuk pada sejumlah aktivitas dalam perekonomian yang tidak menghasilkan barang fisik, seperti layanan transportasi, perbankan, ritel, layanan kesehatan, pendidikan, serta sektor publik. Sementara itu, dari sisi penawaran, jasa

²² Niken Handayani, "Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha (*Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta*)" (Skripsi Diterbitkan, Jurusan Sosiologi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2007), 44.

²³Ibid.

dilihat sebagai sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*), yang keberadaannya lebih berbentuk aktivitas dibandingkan benda nyata. Dalam kerangka proses, pelayanan mencakup kegiatan penyampaian jasa inti, hubungan interpersonal antara penyedia dan penerima jasa, serta keseluruhan pengalaman yang dirasakan pelanggan selama berinteraksi dengan penyedia jasa.²⁴

Pelayanan sering dianggap sebagai sesuatu yang kompleks karena memiliki banyak dimensi makna. Dalam bahasa sehari-hari, istilah ini bisa merujuk pada bantuan langsung secara personal maupun suatu bentuk produk yang dikonsumsi. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebut jasa sebagai perbuatan membantu orang lain sesuai kebutuhan mereka. Dalam perspektif lain, Haksever menyatakan bahwa jasa merupakan aktivitas ekonomi yang dapat menghasilkan nilai dalam bentuk waktu, lokasi, bentuk, serta efek psikologis bagi konsumen. Edvardsson juga menambahkan bahwa pelayanan bukan hanya berupa tindakan, melainkan juga proses yang menciptakan perubahan kondisi baik pada orang maupun benda yang menjadi tanggung jawab konsumen. Dengan kata lain, jasa tidak memiliki bentuk fisik yang nyata, melainkan diwujudkan melalui serangkaian tindakan dan kinerja tertentu.²⁵

Kotler menjelaskan bahwa jasa adalah segala bentuk aktivitas yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, di mana aktivitas tersebut tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan secara langsung.²⁶ Aktivitas ini, meskipun tidak menghasilkan produk fisik atau konstruksi, tetap memberikan nilai tambah dan manfaat tertentu. Ciri utama dari jasa adalah bahwa

²⁴Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 13

²⁵Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Cet. III; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 11.

²⁶Ibid,

proses produksinya seringkali berlangsung bersamaan dengan proses konsumsinya, menjadikannya unik dibandingkan produk fisik²⁷

Dari berbagai penjelasan tersebut dapat dirumuskan bahwa esensi dari jasa atau pelayanan terletak pada keterlibatan dan interaksi antara penyedia dan pengguna layanan, meskipun interaksi itu tidak selalu terlihat secara langsung atau disadari oleh keduanya. Jasa bukanlah suatu objek atau barang yang dapat disentuh, melainkan suatu rangkaian aktivitas yang diciptakan dan dialami secara bersamaan dalam konteks pemenuhan kebutuhan pelanggan.

5. Analisis SWOT

a) Pengertian Analisis Swot

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang dirancang untuk mengidentifikasi secara sistematis sejumlah faktor internal dan eksternal yang berpengaruh dalam perumusan strategi perusahaan. Pendekatan ini berupaya untuk mengoptimalkan potensi kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki, sekaligus berupaya meminimalkan keterbatasan atau kelemahan (*Weaknesses*) serta potensi ancaman (*Threats*) yang mungkin muncul.²⁸

Dilihat dari sudut pandang filosofis, Analisis SWOT berkembang sebagai hasil pemikiran yang menyempurnakan berbagai teori dan kerangka strategi yang pernah diterapkan, baik dalam konteks bisnis maupun dalam sejarah peperangan. Seperti yang pernah diungkapkan oleh Sun Tzu, pengenalan mendalam terhadap keunggulan serta kelemahan pihak lawan merupakan kunci penting untuk meraih kemenangan. Konsep tersebut kemudian diadaptasi dan disederhanakan ke dalam

²⁷Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Cet. I; Yogyakarta: Andi Offset, 2014), 26

²⁸Swardono, *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*, (Cet. III; Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002), 5.

bentuk analisis strategis modern, sehingga membantu organisasi dalam menyusun strategi yang responsif terhadap perubahan dan tantangan yang dihadapi..²⁹

b) Analisis SWOT Menurut Para Ahli

Freddy Rangkuti menyatakan bahwa SWOT merupakan singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*. Empat elemen ini menjadi dasar dalam melakukan evaluasi terhadap kondisi suatu organisasi atau perusahaan. Analisis SWOT merupakan pendekatan yang dibangun berdasarkan logika berpikir strategis, yang mengarahkan perusahaan untuk mengoptimalkan *Strengths* dan *Opportunities* yang dimilikinya. Di sisi lain, pendekatan ini juga menekankan pentingnya untuk mengurangi pengaruh negatif dari *Weaknesses* dan *Threats* yang mungkin muncul. Melalui pemetaan ini, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih terarah dan siap menghadapi dinamika lingkungan bisnis.³⁰

Daniel Start menggambarkan analisis SWOT sebagai perangkat klasik dalam penyusunan perencanaan strategis, yang tetap relevan hingga saat ini karena kesederhanaannya dalam membantu proses pemikiran taktis. Kerangka kerja ini memanfaatkan identifikasi terhadap *Strengths* dan *Weaknesses* yang ada di lingkungan internal, serta mengaitkannya dengan *Opportunities* dan *Threats* dari sisi eksternal. Dengan menggunakan pendekatan ini, penyusun strategi dapat memperoleh pemahaman yang lebih utuh mengenai kondisi aktual serta potensi masa depan organisasi.³¹

²⁹Irham Fahmi, Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi, {<https://books.google.co.id/books?id=GR2GnQAACAAJ>}, (26 Juni 2025),264

³⁰Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Cet. XIII; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 19.

³¹I Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, *Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/search/authors/viewyoma20Alit%20Brahma&familyName=Putra&affiliation=&country=&authorName=Putra%20I%20Gusti%20Nyoman%20Alit%20Brahma>(26 juni 2025).

Menurut H. Abdul Manap, analisis SWOT merupakan alat bantu yang berfungsi untuk mengenali ukuran dan proporsi dari *Strengths* dan *Weaknesses* yang dimiliki oleh suatu perusahaan, serta menganalisis kemungkinan adanya *Opportunities* dan *Threats* yang berasal dari lingkungan eksternal. Melalui proses identifikasi ini, pelaku usaha dapat memperoleh gambaran mengenai posisi aktual yang mereka tempati dalam persaingan. Selain itu, pendekatan ini memberikan landasan yang kuat untuk menetapkan strategi yang sesuai dengan potensi internal maupun kondisi eksternal, sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.³²

Freddy Rangkuti menekankan bahwa analisis SWOT adalah proses yang melibatkan identifikasi secara menyeluruh terhadap unsur-unsur penting dalam perusahaan, yaitu *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*, yang digunakan sebagai acuan dalam menyusun strategi yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk menyelaraskan antara faktor internal dengan dinamika eksternal. Tujuan utamanya adalah memaksimalkan *Strengths* dan *Opportunities*, sambil menekan dampak dari *Weaknesses* dan *Threats*. Dalam proses pengambilan keputusan strategis, analisis ini menjadi landasan dalam merumuskan misi, tujuan utama, pilihan strategi, serta kebijakan yang akan diterapkan.³³

c) Teori analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu pendekatan strategis yang dimanfaatkan dalam proses perencanaan bisnis atau proyek tertentu. Pendekatan ini dilakukan

³²Alyah Arianti, “*Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Pt.Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar*” (Skripsi diterbitkan, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah, Makasar, 2017), 7.

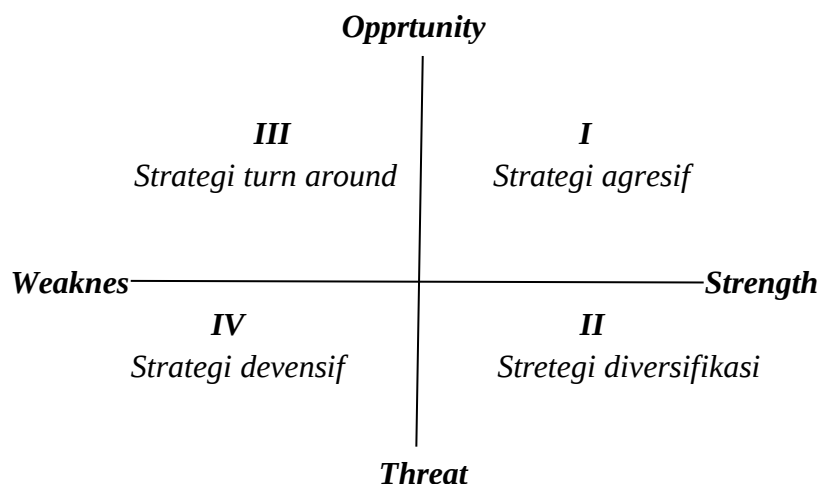
³³Erliningtias, “*Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry*” (Skripsi Diterbitkan Jurusan Manajemen, Universitas Semarang, Semarang, 2020), 14.

dengan cara mengevaluasi berbagai aspek yang meliputi kondisi internal dan eksternal dari suatu perusahaan. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi unsur kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan secara internal, serta peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal, guna membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang efektif demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan.³⁴

Dalam pengambilan keputusan strategis, perusahaan perlu secara komprehensif mempertimbangkan berbagai faktor baik dari dalam maupun luar organisasi. Faktor internal mencakup kekuatan yang dapat dioptimalkan dan kelemahan yang perlu diperbaiki, sementara faktor eksternal melibatkan potensi peluang yang bisa dimanfaatkan serta ancaman yang perlu diantisipasi. Analisis SWOT digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen perusahaan agar mampu menyusun strategi yang tidak hanya memaksimalkan kekuatan dan menangkap peluang yang ada, tetapi juga mengurangi risiko dari kelemahan internal serta menghadapi ancaman eksternal secara bijaksana dan terencana.

Gambar 2.1

Diagram Analisis SWOT



³⁴Freddy Ranguti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Cet. XIII; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 20.

Berdasarkan *visualisasi* dalam gambar di atas, tampak bahwa terdapat empat kuadran yang menggambarkan kondisi strategis perusahaan, yaitu:

Kuadran 1: Pada posisi ini, perusahaan berada dalam kondisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan internal yang kuat serta peluang eksternal yang besar. Kombinasi ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan potensi yang ada secara maksimal. Dalam situasi semacam ini, pendekatan yang paling sesuai adalah menerapkan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan *agresif* (*Growth Oriented Strategy*), guna memperluas pangsa pasar serta meningkatkan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan.

Kuadran 2: Perusahaan yang tergolong dalam kuadran ini masih memiliki kekuatan internal yang cukup solid, meskipun di sisi lain dihadapkan pada berbagai ancaman eksternal. Dalam kondisi ini, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menciptakan peluang jangka panjang. Oleh karena itu, strategi yang dapat digunakan adalah diversifikasi, baik dalam hal produk maupun pasar, agar tetap dapat bertahan dan berkembang di tengah tantangan lingkungan yang dinamis.

Kuadran 3: Di posisi ini, perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat luas, namun terkendala oleh beberapa kelemahan dari sisi internal. Situasi seperti ini menuntut perhatian khusus terhadap perbaikan aspek internal, baik dari segi sumber daya, operasional, maupun manajerial. Keadaan ini serupa dengan posisi *Question Mark* dalam matriks *BCG*. Strategi utama yang perlu dijalankan adalah dengan memfokuskan upaya untuk memperbaiki kelemahan internal agar perusahaan mampu merebut peluang yang ada secara lebih efektif.

Kuadran 4: Perusahaan yang berada dalam kuadran ini sedang menghadapi tantangan besar karena dihadapkan pada ancaman eksternal serta kelemahan dari dalam organisasi. Kondisi ini tergolong cukup kritis dan tidak menguntungkan.

Oleh sebab itu, diperlukan langkah strategis yang bersifat defensif dan selektif agar perusahaan dapat bertahan. Fokus utama harus diarahkan pada efisiensi internal dan upaya untuk menghindari risiko eksternal yang dapat memperburuk keadaan perusahaan.³⁵

Analisis SWOT merupakan pendekatan strategis yang digunakan perusahaan untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai posisi bisnisnya. Melalui pendekatan ini, perusahaan dapat memahami kekuatan internal (*Strength*), mengenali titik lemah (*Weakness*), mengidentifikasi peluang yang bisa dimanfaatkan (*Opportunity*), serta menyadari potensi risiko atau hambatan eksternal (*Threat*). Tujuan utama dari metode ini adalah membantu perusahaan merancang dan menyesuaikan strategi pemasarannya secara lebih adaptif terhadap dinamika lingkungan. Dua hal mendasar yang menjadikan analisis ini penting adalah: pertama, karena perubahan di lingkungan luar dapat memengaruhi keberlangsungan pasar, dan kedua, karena proses ini mampu menyaring faktor-faktor kunci yang patut diprioritaskan dalam pengambilan keputusan strategis³⁶

d) Fungsi Analisis SWOT

Secara luas, konsep analisis SWOT telah dikenal dan sering digunakan oleh tim-tim penyusun strategi di berbagai organisasi. Fokus dari kegiatan ini adalah memastikan apakah perusahaan memiliki kapasitas sumber daya dan kemampuan operasional yang memadai untuk mencapai visi serta menjalankan misinya. Dengan mengidentifikasi kekuatan yang dimiliki, organisasi dapat memperbesar peluang-peluang yang ada di pasar. Di sisi lain, pengakuan terhadap kelemahan akan mendorong perusahaan bersikap realistis dan hati-hati dalam menetapkan kebijakan ke depan. Dengan kata lain, analisis SWOT bertugas untuk mengevaluasi unsur-

³⁵Ibid.

³⁶ Ibid.

unsur internal dan eksternal yang dapat memengaruhi jalannya perusahaan secara menyeluruh.³⁷

e) Manfaat Analisis SWOT

Analisis SWOT akan memberikan hasil yang optimal apabila perusahaan telah menetapkan secara spesifik bidang bisnis yang dijalankan serta arah strategis yang ingin dicapai ke depan. Pemahaman ini kemudian digunakan untuk mengukur sejauh mana kinerja manajemen dalam merealisasikan tujuan tersebut. Hasil dari analisis ini tidak hanya membantu menempatkan posisi perusahaan di tengah lingkungan persaingan, tetapi juga menjadi dasar dalam pemilihan strategi makro yang tepat. Lebih lanjut, hasil analisis SWOT ini dapat digunakan dalam merancang target jangka menengah, umumnya dalam periode 3 hingga 5 tahun, guna menjawab harapan pemangku kepentingan dan mendorong peningkatan mutu pelayanan secara menyeluruh dengan tetap mempertimbangkan kondisi eksternal yang berubah.³⁸

f) Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT pada dasarnya bertujuan untuk merumuskan strategi menyeluruh yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Hampir seluruh organisasi bisnis maupun pihak yang melakukan pengamatan kerap memanfaatkan pendekatan ini, dan tren penggunaannya pun terus mengalami peningkatan seiring dengan kebutuhan strategi yang saling melengkapi dan berkaitan erat. Jika ditelusuri ke belakang, konsep Analisis SWOT sebenarnya sudah dikenal sejak

³⁷Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi* (Cet.IV; Jakarta: Erlangga, 2012), 169.

³⁸Ibid.

lama, bermula dari bentuk paling mendasar yang diterapkan dalam merancang langkah-langkah untuk mengalahkan musuh di medan pertempuran.³⁹

Dasar pemikiran dalam pendekatan SWOT sebenarnya sangat sederhana, sejalan dengan pemikiran Sun Tzu yang menekankan pentingnya mengenali kekuatan dan kelemahan pihak lawan agar dapat meraih kemenangan. Kini, penerapan Analisis SWOT berkembang semakin luas dan tidak hanya terbatas di medan perang, tetapi juga dimanfaatkan secara luas dalam proses perencanaan bisnis strategis atau Strategic Business Planning. Tujuan utamanya adalah untuk merancang strategi jangka panjang yang mampu mengarahkan dan memandu langkah perusahaan secara lebih terstruktur, sehingga keputusan dapat diambil lebih cepat dan lebih tepat dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan yang ada.⁴⁰

g) Faktor-Faktor Analisis SWOT

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai analisis SWOT, penting untuk mengidentifikasi dua unsur utama yang menjadi dasar dari pendekatan ini, yaitu aspek eksternal dan internal perusahaan. Kedua aspek ini memiliki peran yang signifikan dalam membentuk kerangka strategi bisnis yang tepat sasaran:

1. Faktor Eksternal

Unsur eksternal dalam analisis SWOT berkaitan erat dengan hal-hal yang berada di luar kendali langsung perusahaan, namun memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan strategis. Elemen ini membentuk dua variabel penting yaitu *opportunity* (peluang) dan *threat*

³⁹I Gusti Nyoman Alit Brahma Putra, *Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang*, Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/view/20106>, (September 2017)

⁴⁰Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Tehnik Membedah Kasus Bisnis*, (Cet. XIII; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 25.

(ancaman). Lingkup faktor ini meliputi berbagai dinamika lingkungan industri, serta kondisi makro seperti perkembangan ekonomi global, regulasi pemerintah, kebijakan hukum, kemajuan teknologi, aspek demografi, hingga nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat.⁴¹

2. Faktor Internal

Berbeda dengan faktor eksternal, unsur internal berkaitan dengan keadaan yang berasal dari dalam organisasi itu sendiri. Faktor ini memberikan kontribusi dalam membentuk kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. Dalam hal ini, evaluasi dilakukan terhadap berbagai bagian fungsional di dalam perusahaan, seperti manajemen keuangan, strategi pemasaran, operasional, sumber daya manusia, penelitian dan pengembangan, serta pengelolaan sistem informasi. Selain itu, budaya organisasi yang terbentuk di lingkungan perusahaan juga menjadi bagian penting dari faktor internal, karena berpengaruh terhadap gaya kepemimpinan dan efektivitas kerja tim.⁴²

Dengan menelaah kedua faktor tersebut secara menyeluruh, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih adaptif dan sesuai dengan kondisi nyata yang sedang dihadapi. Evaluasi SWOT ini memberikan gambaran utuh terhadap posisi perusahaan dalam lingkungan bisnisnya..

6. *Cutting Sticker*

a. Pengertian *Cutting Sticker*

Cutting dalam stiker adalah teknik pemotongan bahan stiker sesuai dengan desain yang diinginkan. Teknik ini menggunakan mesin pemotong khusus yang mengikuti pola atau kontur yang telah ditentukan secara digital.⁴³

⁴¹Irham Fahmi, Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi, {<https://books.google.co.id/books?id=GR2GnQAACAAJ>}, (26 Juni 2025),264

⁴²Ibid, 264.

⁴³Laysander, ‘‘Perbedaan cutting sticker dengan printing sticker’’ <https://laysander.com/dunia-printing/perbedaan-cutting-sticker-dengan-printing-sticker-dengan>

Sedangkan Stiker adalah media informasi visual berupa lembaran kecil kertas atau plastik yang ditempelkan, atau istilah lainnya adalah etiket. Etiket adalah secarik kertas yang ditempelkan pada kemasan barang (dagangan) yang memuat keterangan (misalnya; nama, sifat, isi, asal) mengenai barang tersebut.

Stiker merupakan salah satu sarana komunikasi visual yang berfungsi menyampaikan informasi melalui bentuk fisik berupa potongan kertas atau plastik kecil yang dapat ditempelkan pada permukaan tertentu. Dalam dunia perdagangan dan pemasaran, stiker ini juga dikenal sebagai etiket, yaitu label yang biasanya ditempelkan pada kemasan produk dan berisi informasi penting mengenai barang tersebut, seperti nama produk, komposisi, asal-usul, hingga karakteristik utamanya.⁴⁴

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *Cutting stiker* adalah proses pembuatan stiker dengan cara memotong bahan stiker (biasanya berupa vinyl) sesuai dengan desain yang diinginkan. Dalam proses ini, mesin *cutting plotter* atau mesin pemotong khusus digunakan untuk memotong bahan stiker mengikuti garis-garis yang telah diatur dalam desain digital.⁴⁵

b. Jenis-jenis Sticker

Berikut merupakan jenis-jenis sticker yang digunakan :

1. Sticker Skot Leat

Terbuat Sticker scotlet dan sticker vinyl adalah dua jenis stiker yang terbuat dari bahan yang sangat tipis, namun keduanya memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya menarik untuk digunakan. Salah satu keunggulan utama dari sticker scotlet adalah daya rekatnya yang sangat baik, yang memungkinkan stiker ini

⁴⁴Solusipritd, “Mengenal lebih dekat apa itu cutting stiker,” https://solusiprint.id/artikel/mengenal_lebih_dekat_apa_itu_cutting_stiker#:~:text=Cutting%20stiker%20adalah%20proses%20pembuatan,penempelan%20pada%20permukaan%20yang%20diinginkan (26 juni 2025).

⁴⁵ Ibid.

menempel dengan kuat pada berbagai permukaan. Meskipun tipis, bahan skotlet ini juga sangat lentur, sehingga dapat diaplikasikan pada berbagai bentuk dan kontur tanpa mudah sobek atau rusak.⁴⁶

Salah satu fitur menarik dari sticker scotlet adalah kemampuannya untuk memantulkan cahaya. Ketika terkena cahaya lampu atau senter, skotlet ini akan menyala, memberikan efek visual yang menarik dan menonjol. Hal ini menjadikannya pilihan yang sangat direkomendasikan untuk membuat nama, logo, dan berbagai desain lainnya yang ingin ditonjolkan. Dengan kombinasi dari daya rekat yang kuat, fleksibilitas, dan kemampuan memantulkan cahaya, sticker scotlet menjadi solusi yang ideal untuk berbagai kebutuhan dekorasi dan branding.

Selain itu, sticker scotlet juga tersedia dalam beberapa pilihan warna, memberikan lebih banyak opsi bagi pengguna untuk menyesuaikan desain sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dengan berbagai pilihan warna yang menarik, sticker scotlet dapat digunakan untuk menciptakan tampilan yang unik dan menarik. Secara keseluruhan, baik sticker scotlet maupun sticker vinyl menawarkan keunggulan masing-masing, tetapi sticker scotlet memiliki fitur tambahan yang membuatnya lebih menonjol dalam hal efek visual dan daya tarik estetika.

2. Sticker Transparan

Jenis stiker tertentu dibuat dari bahan plastik bening yang memungkinkan cahaya dan sebagian bayangan dari objek di belakangnya tetap terlihat. Bahan transparan ini sering dimanfaatkan untuk kebutuhan promosi maupun estetika, seperti pada kaca jendela toko, showroom, maupun kendaraan pribadi. Tujuan pemasangannya adalah memberikan efek semi-privasi, tanpa benar-benar menghalangi pandangan dari luar secara total. Selain itu, karena berbahan dasar

⁴⁶ Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

plastik, stiker transparan ini memiliki ketahanan terhadap air, sehingga cocok digunakan dalam lingkungan luar ruangan dan kondisi lembap tanpa mengurangi daya rekat atau tampilannya.⁴⁷

Selain itu, stiker transparan ini juga tersedia dalam beberapa pilihan warna, memberikan lebih banyak opsi bagi pengguna untuk menyesuaikan desain sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dengan berbagai pilihan warna, Bening, Hitam, Merah, Kuning, Biru, Pink, Ungu. yang menarik, stiker transparan dapat digunakan untuk menciptakan tampilan yang unik dan menarik.

3. Sticker karbon

Stiker karbon adalah jenis stiker yang dirancang dengan motif atau corak yang menyerupai serat karbon, memberikan tampilan yang estetik dan menarik. Salah satu karakteristik unik dari stiker karbon adalah permukaannya yang biasanya agak kasar, yang menambah kesan premium dan *sporty*. Bahan stiker karbon memiliki ketebalan yang lebih besar dibandingkan dengan stiker biasa, sehingga memberikan daya tahan yang lebih baik terhadap goresan dan kerusakan. Ketebalan ini juga berkontribusi pada umur pakai stiker yang lebih lama.⁴⁸

Meskipun terbuat dari bahan yang lebih tebal, stiker karbon tetap fleksibel dan dapat dipasang pada berbagai permukaan, baik yang datar maupun melengkung. Hal ini menjadikannya pilihan yang ideal untuk digunakan pada kendaraan, perabotan, dan berbagai objek lainnya. Salah satu keunggulan utama stiker karbon adalah daya tahannya. Stiker ini tidak mudah pudar, bahkan ketika terpapar sinar matahari dan cuaca ekstrem, sehingga sangat cocok untuk penggunaan luar ruangan. Selain itu, stiker karbon juga berfungsi sebagai pelindung permukaan dari

⁴⁷ Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

⁴⁸ Ibid.

goresan, debu, dan kotoran, yang sangat berguna untuk melindungi cat kendaraan atau permukaan lainnya.

Dengan tampilan yang modern dan sporty, stiker karbon dapat meningkatkan nilai estetika dari objek yang ditempel. Ini sering digunakan dalam modifikasi kendaraan untuk memberikan kesan yang lebih agresif dan stylish. Stiker karbon juga memiliki aplikasi yang luas, termasuk dekorasi mobil, aksesoris elektronik, perabotan, dan bahkan dalam proyek DIY. Fleksibilitas ini membuatnya sangat populer di kalangan penggemar modifikasi.

Secara keseluruhan, stiker karbon adalah pilihan yang sangat baik bagi mereka yang mencari kombinasi antara estetika dan fungsionalitas. Dengan motif yang menarik, ketebalan bahan yang superior, dan daya tahan yang tinggi, stiker karbon menawarkan solusi yang efektif untuk meningkatkan penampilan dan melindungi permukaan objek. Selain itu, Stiker karbon ini juga tersedia dalam beberapa pilihan warna, memberikan lebih banyak opsi bagi pengguna untuk menyesuaikan desain sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dengan berbagai pilihan warna Hitam, Biru, Merah yang menarik, Stiker karbon dapat digunakan untuk menciptakan tampilan yang unik dan menarik.

4. Sticker lambayung

Sticker lambayung adalah jenis stiker vinyl yang saat ini sedang populer dan banyak diminati. Salah satu perbedaan utama antara sticker lambayung dan sticker vinyl biasa terletak pada harga dan kualitas visualnya. Meskipun sticker lambayung memiliki harga yang sedikit lebih mahal, keunggulan yang ditawarkannya membuatnya layak untuk dipertimbangkan.⁴⁹

Salah satu ciri khas dari sticker lambayung adalah corak warna yang menarik. Bahan ini memiliki kombinasi dua warna yang menyatu dengan indah,

⁴⁹Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

menciptakan efek visual yang menawan. Kombinasi warna ini tidak hanya memberikan tampilan yang estetik, tetapi juga menambah dimensi dan kedalaman pada desain stiker. Hal ini menjadikan stiker lembayung pilihan yang ideal untuk berbagai aplikasi, mulai dari dekorasi hingga branding.

Stiker lembayung juga terbuat dari bahan vinyl berkualitas tinggi, yang memberikan daya tahan dan fleksibilitas yang baik. Meskipun tipis, stiker ini tetap kuat dan dapat menempel dengan baik pada berbagai permukaan. Fleksibilitas ini memungkinkan stiker lembayung untuk diaplikasikan pada berbagai bentuk dan kontur tanpa risiko sobek atau rusak. Dengan kombinasi dari daya tarik visual yang kuat, kualitas bahan yang baik, dan kemampuan untuk menempel dengan baik, stiker lembayung menjadi pilihan yang sangat menarik bagi mereka yang ingin menambahkan sentuhan kreatif pada proyek mereka. Popularitasnya yang terus meningkat menunjukkan bahwa banyak orang menghargai keindahan dan keunikan yang ditawarkan oleh stiker lembayung.

Selain itu, Stiker lembayung ini juga tersedia dalam beberapa pilihan warna, memberikan lebih banyak opsi bagi pengguna untuk menyesuaikan desain sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dengan berbagai pilihan warna Hitam, Biru, Merah yang menarik, Stiker lembayung dapat digunakan untuk menciptakan tampilan yang unik dan menarik.

5. Stiker Buram

Stiker buram adalah jenis stiker yang terbuat dari bahan halus dengan sedikit tekstur, memberikan tampilan yang berbeda dibandingkan dengan stiker skot leat atau mengkilap. Salah satu karakteristik utama dari stiker buram adalah kemampuannya untuk tidak memantulkan cahaya, sehingga memberikan efek yang lebih lembut dan elegan.⁵⁰

⁵⁰Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra stiker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

Bahan sticker buram ini dirancang untuk memberikan daya rekat yang baik, sehingga dapat menempel dengan kuat pada berbagai permukaan. Meskipun memiliki tekstur yang halus, sticker buram tetap fleksibel dan mudah diaplikasikan pada berbagai bentuk dan kontur, tanpa risiko sobek atau rusak.

Sticker buram juga tersedia dalam berbagai pilihan warna, memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan desain sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Pilihan warna Hitam, yang beragam ini memberikan kebebasan dalam menciptakan tampilan yang unik dan menarik, baik untuk keperluan dekorasi, branding, maupun proyek kreatif lainnya. Dengan kombinasi dari tampilan yang elegan, daya rekat yang baik, dan variasi warna yang menarik, sticker buram menjadi pilihan yang ideal bagi mereka yang mencari solusi stiker yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis.⁵¹

C. Kerangka Pemikiran

Dalam menghadapi persaingan usaha semakin tinggi pelaku usaha dituntut. Dalam era persaingan usaha yang semakin ketat, keberlangsungan usaha, termasuk dalam industri *cutting sticker*, sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk beradaptasi dan memenuhi kebutuhan konsumen. Tiga produk sticker sebagai produk yang menawarkan berbagai desain dan kustomisasi, memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menarik perhatian pasar. Namun, untuk dapat bertahan dan berkembang, pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, serta peluang dan ancaman yang ada di pasar. Di sinilah analisis SWOT berperan penting, membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing.

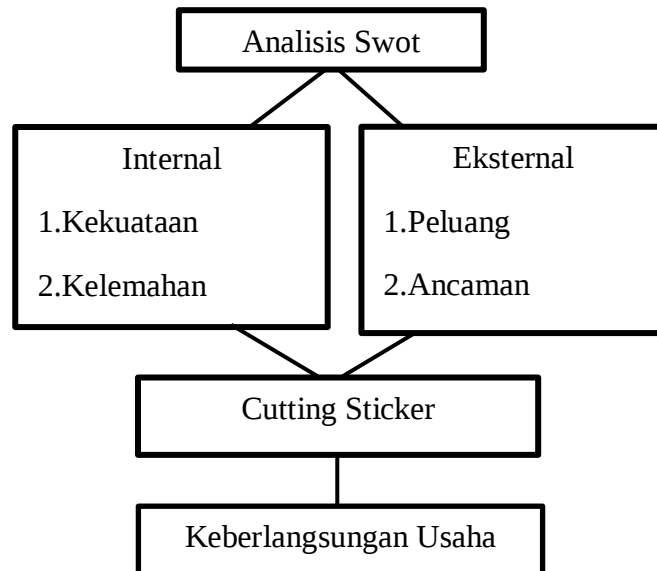
⁵¹Solusiprintd, ‘‘Mengenal lebih dekat apa itu cutting stiker,’’ https://solusiprint.id/artikel/mengenal_lebih_dekat_apa_itu_cutting_stiker%20adalahproses20pembuatan,penempelan20diinginkan (26 juni 2025).

Kekuatan (*Strengths*) dari usaha *cutting sticker* terletak pada kemampuan untuk menawarkan produk yang unik dan personalisasi sesuai dengan permintaan konsumen. Dengan memanfaatkan teknologi dan kreativitas, pelaku usaha dapat menciptakan desain yang menarik dan berkualitas tinggi. Namun, kelemahan (*Weaknesses*) seperti keterbatasan dalam pemasaran dan distribusi dapat menghambat pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengembangkan strategi promosi yang efektif, sehingga produk mereka dapat dikenal lebih luas dan menjangkau segmen pasar yang lebih besar. Di sisi lain, peluang (*Opportunities*) dalam industri *cutting sticker* sangat besar, terutama dengan meningkatnya permintaan untuk produk kustom di berbagai sektor, seperti periklanan, acara, dan dekorasi. Namun, pelaku usaha juga harus waspada terhadap ancaman (*Threats*) dari kompetitor yang semakin banyak dan inovatif.

Pelaku usaha di bidang *cutting sticker* dituntut untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk semata, namun juga harus mampu mengamati dinamika pasar dan melakukan penyesuaian strategi secara berkelanjutan. Salah satu pendekatan yang efektif adalah dengan menerapkan analisis SWOT secara rutin, agar dapat memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi dalam industri tersebut.

Melalui identifikasi ini, para pelaku usaha dapat menyusun langkah-langkah inovatif dan adaptif untuk mempertahankan eksistensi serta meningkatkan daya saing. Guna memperjelas alur pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini, penulis merancang skema kerangka berpikir yang dituangkan dalam bentuk tabel berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis mengadopsi pendekatan kualitatif sebagai metode utama. Pendekatan ini bertujuan untuk menggali pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang sedang diteliti, dengan menghasilkan data yang bersifat naratif. Data tersebut diperoleh dalam bentuk penuturan lisan maupun tulisan, serta melalui pengamatan terhadap perilaku subjek yang relevan.¹

Dengan menggunakan pendekatan tersebut, penulis berupaya menyajikan pemaparan yang rinci dan terperinci mengenai objek yang menjadi fokus kajian. Setiap aspek yang diamati akan dideskripsikan sesuai dengan fakta di lapangan, tanpa adanya manipulasi atau penyimpangan dari kondisi aktual. Jenis penelitian yang bersifat deskriptif dianggap paling sesuai dengan pendekatan kualitatif, sebagaimana dijelaskan oleh Suharsimi Arikunto, karena memungkinkan peneliti untuk menggambarkan fenomena secara sistematis berdasarkan apa yang benar-benar terjadi.²

Berbagai dasar teori yang telah dibahas kemudian digunakan untuk merumuskan sejumlah indikator penelitian. Indikator-indikator ini dijadikan sebagai acuan dalam merancang alat pengumpulan data, yang dalam konteks penelitian ini berbentuk pedoman wawancara. Sebelum digunakan, instrumen tersebut terlebih dahulu dikonsultasikan kepada dosen pembimbing untuk memperoleh masukan yang bersifat konstruktif. Melalui proses evaluasi tersebut,

¹Lexi J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet. XIII; Bandung: PT. Remaja Rosadakarya, 2001),3.

²Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Ilmiah Suatu Pendekatan Praktek* Edisi 11 (Cet IX ; Jakarta: Rineka Cipta, 1993), 209.

instrumen disempurnakan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan tujuan penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian merupakan tempat berlangsungnya proses pengumpulan data dan pelaksanaan kegiatan lapangan yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini³. Lokasi yang dipilih adalah Tiga Putra *Cutting Sticker*, sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa *cutting stiker*, yang terletak di Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Mantikulore, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Pemilihan lokasi ini didasarkan atas relevansi dan keterkaitannya dengan permasalahan yang sedang dikaji dalam penelitian.

C. Kehadiran Peneliti

Sebelum melaksanakan kegiatan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengurus dokumen resmi berupa surat izin yang diperoleh dari pihak Dekanat. Setelah memperoleh dokumen tersebut, peneliti melakukan kunjungan awal untuk menyampaikan tujuan penelitian kepada pihak terkait. Proses ini menjadi langkah awal agar peneliti memperoleh izin langsung di lokasi yang akan diteliti, sehingga pelaksanaan pengumpulan data sesuai dengan topik dan kebutuhan penelitian dapat dilakukan secara sah dan terstruktur.

Kehadiran peneliti secara langsung di lokasi penelitian sangat penting guna memperoleh pemahaman yang utuh terhadap kondisi nyata yang berlangsung. Dengan terjun langsung ke lapangan, peneliti dapat menyesuaikan antara data teoritis dan realitas empiris. Dalam hal ini, peneliti dituntut untuk terlibat secara aktif, baik dalam observasi langsung, penggalian informasi melalui narasumber, maupun dalam proses analisis berbagai faktor yang berkaitan erat dengan fokus penelitian yang sedang dikaji.

³ Sukardi, Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya (Cet. I Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), 53.

D. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

Penelitian ini mengandalkan dua kategori utama data yang diperoleh guna menunjang proses analisis, yaitu data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini merujuk pada data orisinal yang dikumpulkan langsung dari lokasi penelitian melalui interaksi langsung dengan individu yang dianggap relevan dengan objek studi. Informasi ini diperoleh melalui teknik wawancara kepada beberapa informan kunci yang memiliki pemahaman mendalam mengenai dinamika Analisis Keberlangsungan Usaha Jasa *Cutting Sticker* dengan Pendekatan SWOT. Selain itu, data ini juga diperkuat dengan hasil pengamatan (observasi) yang dilakukan secara sistematis terhadap aktivitas usaha Tiga Putra Sticker sebagai subjek penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder digunakan sebagai pelengkap untuk mendukung temuan utama dari data primer. Jenis data ini mencakup informasi yang dikumpulkan dari berbagai referensi seperti buku-buku ilmiah, arsip dokumentasi kegiatan usaha, serta data tertulis dari instansi atau lembaga yang berkaitan dengan topik penelitian. Keberadaan data sekunder ini berperan penting dalam memperkuat konteks teoritis dan latar belakang yang mendasari analisis SWOT dalam konteks keberlanjutan usaha jasa *cutting sticker*.

2. Sumber Data

Dalam rangka memperoleh informasi yang valid dan relevan terhadap tujuan penelitian, peneliti menggabungkan dua pendekatan utama, yaitu studi pustaka dan studi lapangan:

- a. *Library Research* (Penelitian Kepustakaan), dimana jenis pendekatan ini dilakukan dengan menelaah literatur yang berasal dari berbagai sumber terpercaya yang terdapat dalam khasanah kepustakaan. Peneliti menggali teori-teori yang relevan dari buku, jurnal, dan dokumen ilmiah lainnya guna membangun fondasi konseptual bagi penelitian in.⁴
- b. Penelitian lapangan, yakni pendekatan yang dilakukan dengan cara turun langsung ke lokasi objek penelitian untuk mendapatkan informasi yang aktual dan kontekstual. Teknik yang digunakan mencakup wawancara mendalam dengan informan yang dinilai memahami keberlangsungan usaha jasa *cutting sticker* di Tiga Putra Sticker, observasi terhadap proses operasional usaha, serta dokumentasi kegiatan yang relevan. Sumber data ini dianggap sangat penting karena mampu menggambarkan secara nyata bagaimana penerapan analisis SWOT berperan dalam menjaga kelangsungan usaha di lapangan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam mengenai Analisis Keberlangsungan Usaha Jasa *Cutting Sticker* dengan Pendekatan SWOT pada Tiga Putra Sticker. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi

Metode pertama yang digunakan adalah pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti, yaitu Tiga Putra Sticker yang beralamat di Jalan R.E. Martadinata, Kecamatan Mantikulore, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah. Teknik ini dilakukan untuk memahami situasi nyata di lapangan, mulai dari proses produksi jasa *cutting sticker*, interaksi dengan pelanggan, hingga strategi yang diterapkan dalam menjalankan usaha. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh

⁴M. Nazir, *Metode Penelitian* (Cet. III ; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 62.

data faktual mengenai kondisi usaha serta potensi internal dan eksternal yang dapat dianalisis melalui pendekatan SWOT.

2. Wawancara

Teknik berikutnya adalah wawancara yang dilakukan secara langsung kepada narasumber yang memiliki peran penting dalam kegiatan operasional usaha. Dalam hal ini, informan utama adalah pemilik dari Tiga Putra Sticker. Wawancara dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan terbuka yang disesuaikan dengan topik penelitian. Melalui percakapan terstruktur ini, peneliti dapat menggali informasi terkait keberlanjutan bisnis *cutting sticker* yang dijalankannya.⁵

3. Dokumentasi

Pengumpulan data juga diperkuat dengan menggunakan metode dokumentasi. Teknik ini melibatkan pencarian dan penelaahan terhadap dokumen atau arsip yang berkaitan dengan objek penelitian. Dokumen yang dimaksud dapat berupa catatan keuangan usaha, foto aktivitas bisnis, brosur layanan, maupun bukti-bukti administratif lainnya yang mendukung keabsahan data. Metode ini dipilih untuk melengkapi hasil observasi dan wawancara, serta memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai kondisi internal usaha *cutting sticker* yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan, peneliti melanjutkan proses dengan menganalisis data secara sistematis melalui tiga tahapan utama, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Ketiga tahapan ini merupakan bagian penting dalam pendekatan kualitatif untuk menggali makna dari data yang diperoleh di lapangan⁶

⁵Lexy J. Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Cet II; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008), 186.

⁶Ibid.

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses awal dalam pengolahan informasi, di mana peneliti melakukan seleksi terhadap data mentah seperti hasil wawancara, catatan dari observasi, dan dokumen lainnya. Proses ini mencakup penyaringan data yang relevan dengan fokus penelitian serta mengeliminasi informasi yang dianggap tidak berkaitan. Informasi yang terpilih kemudian disusun kembali dalam format yang terstruktur agar mudah dipahami dan dianalisis lebih lanjut.

2. Penyajian Data

Tahap ini merupakan proses menyusun data yang telah diringkas ke dalam bentuk yang sistematis dan informatif, seperti narasi deskriptif, tabel, atau matriks, dengan tujuan agar peneliti dapat mengidentifikasi pola-pola tertentu serta memudahkan dalam menarik kesimpulan. Penyajian data membantu peneliti melihat keterkaitan antara informasi yang ada, serta menganalisis dinamika yang terjadi dalam konteks penelitian. Bentuk penyajian ini disusun secara logis agar dapat digunakan sebagai dasar untuk penafsiran lebih lanjut dan pengambilan keputusan.⁷

3. Verifikasi Data

Verifikasi atau penarikan kesimpulan merupakan langkah akhir dalam proses analisis, yang melibatkan interpretasi terhadap data yang telah disajikan. Kesimpulan yang ditarik tidak bersifat final secara langsung, melainkan terus diuji selama proses penelitian berlangsung. Validitas temuan diuji melalui refleksi ulang, peninjauan kembali catatan lapangan, hingga perbandingan dengan sumber data lainnya. Dengan demikian, makna yang dihasilkan dari data akan memiliki dasar yang kuat, kredibel, dan konsisten dengan konteks penelitian. Proses ini juga

⁷Basrowidan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 91.

memastikan bahwa interpretasi yang dilakukan tidak bersifat *subjektif* semata, melainkan melalui pengujian dan penalaran yang sistematis

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Salah satu tahapan krusial dalam proses penelitian ini adalah memastikan keabsahan data demi memperoleh hasil yang valid serta kredibel. Untuk menjamin keandalan data yang diperoleh, peneliti menerapkan metode triangulasi sebagai teknik verifikasi. Secara umum, triangulasi merupakan pendekatan untuk menguji keabsahan data dengan memanfaatkan sumber atau data tambahan yang berbeda sebagai bahan perbandingan dan konfirmasi.⁸ Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menerapkan triangulasi sumber, yaitu melakukan pengecekan data melalui beberapa langkah, antara lain:

1. Mencocokkan data yang diperoleh melalui hasil pengamatan lapangan dengan data hasil wawancara yang dilakukan kepada informan.
2. Menelaah kesesuaian antara pernyataan yang disampaikan oleh beberapa informan terkait situasi penelitian dan kondisi sebenarnya yang diamati secara langsung.
3. Memeriksa kecocokan data hasil wawancara dengan berbagai dokumen atau arsip yang memiliki relevansi dengan topik penelitian.

⁸Ibid.

BAB VI

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1) Sejarah singkat

Usaha Jasa *Cutting Sticker* Tiga Putra, usaha Tiga Putra Sticker usaha ini didirikan pada awal tahun 2019 oleh bapak herman. Awal mula bisa mendirikan sebuah usaha kecil yaitu DVD yang berada di daerah pertokoan Jalan Hasanudin pada tahun 2004 Akan tetapi Bapak Herman mengalami penggusuran tahun 2009, dan memutuskan untuk pindah ke jalan RE.Martadinata. Akan tetapi awal kepindahan Bapak Herman ke jalan RE.Martadinata, Bapak Herman tidak langsung jualan sticker tapi Bapak Herman membuka warung makan sampai tahun 2010. Bapak Herman membuka warung makan selama 9 tahun yaitu dari tahun 2010 sampai 2019. Akan tetapi di karenakan warung semakin sepi dan pemasukan semakin berkurang, kemudian Bapak Herman memutuskan untuk berjualan Sticker pada pertengahan Tahun 2019. Dengan modal awal hanya 9 Juta.¹

Awal mula pendirian usaha jasa *cutting sticker* ini dengan modal seadanya dengan menyewa ruko di daerah Martadinata kemudian membeli bahan sedikit-sedikit untuk mengisi ruangan toko tersebut. Agar orang mengetahui usaha nya, Bapak herman tersebut membuat banner di depan toko dan membuat akun media sosial untuk menarik pelanggan. Usaha jasa *cutting sticker* ini menyediakan berbagai produk jasa seperti decal, cutting, kaca film, spanduk, dan stiker-stiker kecil.²

¹Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

²Ibid.

Usaha jasa *cutting sticker* tiga putra, usaha tiga putra sticker usaha ini didirikan pada awal tahun 2019 oleh bapak herman. awal mula bisa mendirikan sebuah usaha kecil yaitu dvd yang berada di daerah pertokoan jalan hasanudin pada tahun 2004 akan tetapi bapak herman mengalami penggusuran tahun 2009, dan memutuskan untuk pindah ke jalan Re.Martadinata. akan tetapi awal kepindahan bapak herman ke jalan re.martadinata, bapak herman tidak langsung jualan sticker tapi bapak herman membuka warung makan sampai sampai tahun 2010. bapak herman membuka warung makan selama 9 tahun yaitu dari tahun 2010 sampai 2019. akan tetapi di karenakan warung semakin sepi dan pemasukan semakin berkurang, kemudian bapak herman memutuskan untuk berjualan sticker pada pertengahan tahun 2019. dengan modal awal hanya 9 juta.³

Awal mula pendirian usaha jasa *cutting sticker* ini dengan modal seadanya dengan menyewa ruko di daerah Martadinata kemudian membeli bahan sedikit-sedikit untuk mengisi ruangan toko tersebut. Agar orang mengetahui usaha nya, Bapak herman tersebut membuat banner di depan toko dan membuat akun media sosial untuk menarik pelanggan. Usaha jasa cutting stiker ini menyediakan berbagai produk jasa seperti decal, cutting, kaca film, spanduk, dan stiker-stiker kecil.⁴

2) Visi San Misi Usaha Tiga Putra Sticker

Usaha tiga putra sticker dalam menjalankan operasionalnya terancang dalam satu tujuan. Maka usaha tiga putra sticker memiliki visi dan misi. Adapun visi dan misi usaha tiga putra sticker yakni sebagai berikut :

a. Visi

Terwujudnya jasa pemasangan sticker dengan layanan terbaik dengan produk yang berkualitas.

³ Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

⁴Ibid.

b. Misi

- 1) Memberikan pelayanan terbaik dan profesional kepada para konsumen dan karyawan.
- 2) Menciptakan produk yang berkualitas dan berdaya saing.⁵

Setiap usaha pasti memiliki struktur organisasi agar di dalamnya tersusun secara terstruktur orang-orang yang berperan dalam usaha tersebut. Berikut adalah struktur organisasi dari Tiga Putra Stiker:

- a. Pemilik usaha : Herman
- b. Bagian pemasangan : Herman, Musle, Alif
- c. Bagian pencetak : Herman
- d. Bagian desain grafis : Herman
- e. Bagian Promosi / Admin sosial media : Naharia

Berikut adalah tugas masing-masing bagian (*Job Description*) usaha jasa *cutting sticker* tiga putra sticker :

a. Pemilik

Tiga putra sticker merupakan sektor usaha dengan bentuk usaha perseorangan, disini tugas pemilik (Herman) yaitu sebagai pengawas dan penasehat.

b. Bag. Pemasangan

Karyawan yang bertugas untuk membantu pemasangan pesanan konsumen secara langsung dan dapat menjalankan tugasnya dengan baik, serta memiliki keterampilan komunikasi yang efektif untuk menjelaskan proses pemasangan kepada konsumen. Mereka juga diharapkan untuk menjaga kualitas kerja dan memastikan kepuasan pelanggan dengan hasil akhir pemasangan yang rapi dan

⁵ Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025.

sesuai dengan harapan. Selain itu, karyawan ini harus mampu bekerja sama dalam tim dan mengikuti prosedur keselamatan yang berlaku selama proses pemasangan.

c. Bag. Percetakan

Seorang karyawan yang bertugas mencetak pesanan konsumen memiliki peran penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan kelancaran operasional. Untuk dapat menjalankan tanggung jawab tersebut secara optimal, dibutuhkan pemahaman yang mendalam mengenai teknik-teknik dalam dunia percetakan serta pengetahuan tentang berbagai macam bahan yang umum digunakan dalam proses produksi. Tidak hanya itu, kemampuan dalam menjalankan mesin cetak secara tepat dan efisien juga menjadi salah satu keterampilan utama yang harus dimiliki.

Selain aspek teknis, perhatian terhadap akurasi dan hasil akhir sangat diperlukan agar kualitas cetakan tetap terjaga sesuai dengan standar perusahaan. Dalam praktiknya, karyawan juga diharapkan mampu membangun komunikasi yang baik dengan tim desain guna memastikan bahwa setiap hasil cetakan benar-benar mencerminkan keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk menjamin mutu tetap konsisten, pemeriksaan hasil produksi secara berkala juga menjadi bagian penting dari tugas yang harus dilaksanakan secara disiplin.

d. Bag. design Grafis

Tugas Bag. Desain Grafis adalah merancang, menyusun bahan (huruf, gambar, dan unsur grafis lain) menjadi informasi visual pada media (cetak) yang dimengerti publik sesuai dengan permintaan konsumen. Selain itu, karyawan di bagian ini juga bertanggung jawab untuk menciptakan konsep desain yang menarik dan inovatif, serta memastikan bahwa semua elemen desain selaras dengan identitas merek. Mereka harus memiliki keterampilan dalam menggunakan perangkat lunak desain grafis terkini dan mampu bekerja sama dengan tim pemasaran untuk menghasilkan materi promosi yang efektif. Karyawan juga perlu memperhatikan

tren desain terbaru dan umpan balik dari konsumen untuk terus meningkatkan kualitas dan relevansi karya mereka.

e. Bag. Promosi Dan Admin Sosial Media

Sebagai karyawan yang ditugaskan untuk membantu pimpinan dalam menangani tugas-tugas khususnya yang menyangkut bidang marketing, antara lain:

- 1) Mencari konsumen
- 2) Membalas pesan konsumen di sosial media
- 3) Mempromosikan produk-produk
- 4) Memposting hasil dari tiga putra sticker

B. Analisis SWOT Pada Jasa Cutting Sticker Tiga Putra

Perjalanan usaha Tiga Putra Sticker menunjukkan perkembangan yang cukup positif, terlihat dari konsistensinya dalam menjalankan kegiatan bisnis sejak tahun 2019 hingga kini. Dalam kurun waktu sekitar enam tahun, usaha ini mampu bertahan di tengah dinamika dunia usaha, menunjukkan bahwa Tiga Putra Sticker memiliki daya tahan yang baik dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Keberlangsungan usaha Tiga Putra Sticker tidak lepas dari perencanaan strategi yang diterapkan oleh pemilik usaha, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi dan perubahan sosial budaya yang terus berkembang. Strategi yang digunakan oleh Tiga Putra Sticker untuk menjaga stabilitas dan daya saing usahanya dapat dianalisis melalui pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), yaitu sebagai berikut:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Faktor kekuatan (*strengths*) dalam usaha ini mencakup sejumlah keunggulan internal yang menjadi modal utama dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis. Kekuatan tersebut berasal dari kemampuan manajerial pelaku usaha, kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen, serta pemanfaatan

teknologi dalam operasional usaha. Elemen-elemen kekuatan ini secara signifikan mendorong pertumbuhan usaha Tiga Putra Sticker, khususnya dalam merespon persaingan dan perubahan dalam industri percetakan. Adapun kekuatan-kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

a. Lokasi yang strategis

Lokasi atau tempat adalah strategi pemasaran yang paling penting juga untuk ditentukan ketika ingin membuka usaha karena posisi lokasi atau tempat sangat berpengaruh dalam memasarkan produk. Apabila lokasi suatu usaha tersebut strategis maka akan meningkatkan pendapatan maupun penjualan sedangkan tempat yang kurang strategis juga akan berpengaruh kurang baik ke produknya.

Untuk saat ini lokasi sangat perlu diperhatikan karena lokasi yang baik, mudah diakses akan mempermudah pelanggan menemukan tempat tersebut dan memberikan rasa nyaman.

Bapak Herman selaku pemilik usaha menjelaskan bahwa:

“Untuk lokasi menurut saya toko kami berada pas di ruas jalan trans, jadi setiap orang yang lewat kemungkinan mesti tahu kalau disini tempat pemasangan stiker, lokasi kami juga tersedia di google map.”⁶

Seorang pelanggan yang bernama Mas wahyu juga menambahkan bahwa:

“Lokasinya sangat strategis juga dekat dengan tempat makan, tempat minum, tempatnya juga ramai.”⁷

Dari wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa tempat atau lokasi dari Tiga putra sticker tersebut sangatlah strategis karena berada di ruas jalan trans dan dekat dengan tempat makanan atau minuman yang termasuk cukup ramai di Jalan

⁶Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

⁷Wahyu, Konsumen Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

Re martadinata tersebut dan juga sudah tersedia google maps yang memudahkan para konsumen untuk datang secara langsung ke tiga putra sticker.

b. Harga

Harga adalah sekumpulan uang yang wajib dibayar pelanggan agar memperoleh suatu produk. Harga akan mempunyai peran yang penting untuk strategi keberlangsungan karena tanpa adanya harga maka suatu produk tidak bisa dijual atau dipasarkan. Harga juga bisa mempengaruhi pelanggan dalam menentukan minat suatu barang atau jasa yang akan dibeli. Apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan maka pelanggan juga tidak akan membeli barang atau jasa tersebut. Saat ini para pelanggan sudah pintar dalam memilah dan memilih suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhannya.

Bapak herman selaku pemilik usaha menjelaskan:

“Untuk harga kami bervariasi Mbak, mulai dari stiker kecil ada yang lima ribu ada juga yang lebih tergantung pemasangan yang kami kerjakan Mbak.”⁸

Mas Musli selaku karyawan tiga putra Stiker juga mengatakan:

“Iya Mbak karena harga disini juga sudah relatif lebih murah.”⁹

Pelanggan yang bernama Mas Wahyu mengatakan:

“Harganya sangat terjangkau ya, juga kualitasnya sepadan dengan harganya.”¹⁰

Mas Subhan juga menambahkan bahwa:

⁸Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

⁹ Musli, Karyawan Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

¹⁰ Wahyu, Konsumen Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

“Harganya disini masih cukup terjangkau dan setara dengan ditempat lainnya.”¹¹

Dan pelanggan lainnya Mas Wahyu juga mengungkapkan bahwa:

“Untuk Harganya itu relatif terjangkau, kita bisa menyesuaikan budget kita jadi kita pengennya dengan harga segini nanti kita bisa request ke karyawannya jadi kita bisa memaksimalkan kebutuhan kita sendiri disana gitu.”¹²

Dari wawancara yang dilakukan, usaha Tiga Putra Sticker telah memberikan dan menetapkan nilai harga yang bisa dijangkau atas setiap produk-produk yang dihasilkan sehingga dapat dijangkau oleh kalangan usia atau masyarakat dengan selalu monomer satuan kualitas produk yang dihasilkan. Berikut tabel harga dari produk usaha Tiga Putra Sticker sebagai berikut:

Tabel 4.4
Harga Produk Tiga Putra Sticker

No	Produk	Harga
1	Les Variasi dan standar	100.000 - 300.000
2	Decal mobil	3.000.000 - 10.000.00
3	Decal motor	350.000 -1.200.000
4	<i>Cutting</i> (tergantung ukuran)	5.000 – 700.000 4meter
5	kaca film	150.000-600.000
6	spanduk bahan cina	25.000 per 1 meter
7	spanduk bahan korea	60.000 per 1 meter
8	Sticker kecil-kecil	5.000 -25.000
10	Jasa pasang	50.000 – 300.000

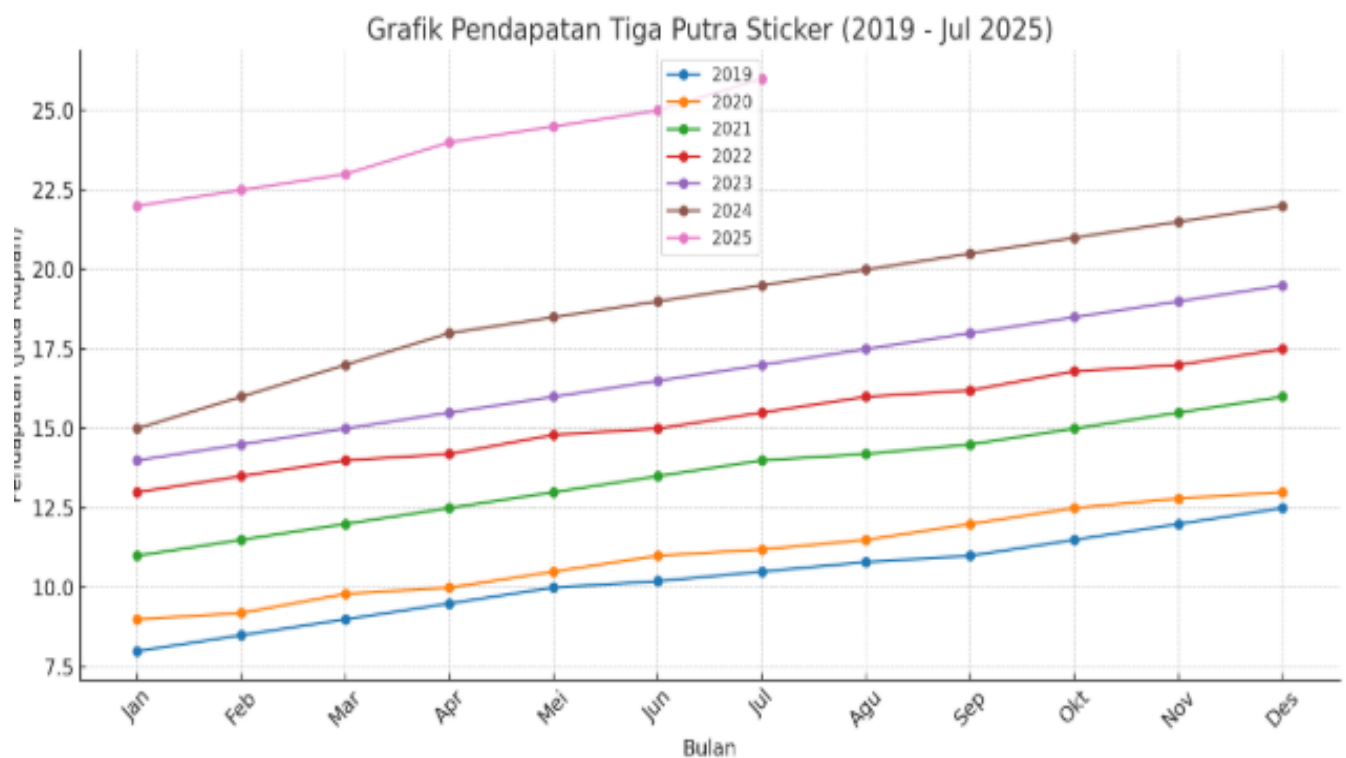
¹¹ Subhan, Konsumen Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

¹² Wahyu, Konsumen Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

Tabel 4.5
Omset Tiga Putra Sticker

Bulan	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Jan	Rp.8.000.000	Rp.9.000.000	Rp.11.000.000	Rp.13.000.000	Rp.14.000.000	Rp.15.000.000	Rp.22.000.000
Feb	Rp.8.500.000	Rp.9.200.000	Rp.11.500.000	Rp.13.500.000	Rp.14.500.000	Rp.16.000.000	Rp.22.500.000
Mar	Rp.9.000.000	Rp.9.800.000	Rp.12.000.000	Rp.14.000.000	Rp.15.000.000	Rp.17.000.000	Rp.23.000.000
Apr	Rp.9.500.000	Rp.10.000.000	Rp.12.500.000	Rp.14.200.000	Rp.15.500.000	Rp.18.000.000	Rp.24.000.000
Mei	Rp.10.000.000	Rp.10.500.000	Rp.13.000.000	Rp.14.800.000	Rp.16.000.000	Rp.18.500.000	Rp.24.500.000
Juni	Rp.10.200.000	Rp.11.000.000	Rp.13.500.000	Rp.15.000.000	Rp.16.500.000	Rp.19.000.000	Rp.25.000.000
Juli	Rp.10.500.000	Rp.11.000.000	Rp.14.000.000	Rp.15.500.000	Rp.17.000.000	Rp.19.500.000	Rp.26.000.000
Agu	Rp.10.800.000	Rp.11.200.000	Rp.14.200.000	Rp.16.000.000	Rp.17.500.000	Rp.20.000.000	-
Sep	Rp.11.000.000	Rp.11.500.000	Rp.14.500.000	Rp.16.200.000	Rp.18.000.000	Rp.20.500.000	-
Okt	Rp.11.500.000	Rp.12.500.000	Rp.15.000.000	Rp.16.800.000	Rp.18.500.000	Rp.21.000.000	-
Nov	Rp.12.000.000	Rp.12.800.000	Rp.15.500.000	Rp.17.000.000	Rp.19.000.000	Rp.21.500.000	-
Des	Rp.12.500.000	Rp.13.000.000	Rp.16.000.000	Rp.17.500.000	Rp.19.500.000	Rp.22.000.000	-

Gambar 4.1
Grafik pendapatan



c. Kualitas Produk

Salah satu kekuatan utama dalam strategi bisnis Tiga Putra Sticker terletak pada kualitas produk yang mereka hasilkan. Keunggulan ini tidak lepas dari dukungan sarana produksi yang memadai serta sumber daya manusia yang telah memiliki keterampilan dan pengalaman profesional di bidangnya. Produk yang ditawarkan oleh Tiga Putra Sticker dinilai memiliki mutu tinggi, desain yang kreatif, dan daya tahan bahan yang cukup lama. Hal ini menjadi alasan mengapa pelanggan merasa puas dan termotivasi untuk menggunakan layanan mereka kembali di kemudian hari. Tak hanya itu, proses produksi yang tergolong cepat dan kemampuan untuk mengakomodasi permintaan sesuai preferensi pelanggan turut menambah nilai fleksibilitas dalam pelayanan, sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara optimal..

Dalam wawancara dengan Pak Wahyu, seorang pelanggan setia, beliau menyatakan,

"Saya suka hasil kerjanya karena cepat dan bisa sesuai keinginan kita."¹³

Pernyataan ini menunjukkan bahwa kecepatan dan kemampuan untuk menyesuaikan desain dengan preferensi pelanggan menjadi nilai tambah yang signifikan bagi Tiga Putra Sticker. Dengan kombinasi kualitas produk yang baik, kecepatan pengerjaan, dan kemampuan untuk memenuhi permintaan khusus, Tiga Putra Sticker berhasil membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah pelanggan yang pernah menggunakan jasa Tiga Putra Sticker, dapat disimpulkan bahwa mereka merasa

¹³ Wahyu, Konsumen Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

sangat puas terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Tidak hanya dari segi bahan, tetapi juga hasil akhir pemasangan yang terlihat sangat rapi dan profesional.

Tabel 4.2

Produk dan Alat Tiga Putra Sticker

No	Produk	Alat
1	Wrapping	Mesin Decal
2	Decal	Mesian <i>Cutting</i>
3	<i>Cutting</i> costum	Komputer
4	kaca film	blok
5	pembuatan spanduk	<i>Printer Metromedia Technologies</i>
6	Les Variasi dan Standar	-
7	Sticker kecil-kecil	-
8	-	Gunting
9	-	Cutter
10	-	Scraper
11	-	Pengaris, botol semprot
12	-	Magnet bantu
13	-	Blower hot gun

Tabel 4.3

Jenis-Jenis bahan seticker

No	Nama Bahan
1	Skot Leat
2	Transparan
3	Karbon
4	Lambayung
5	Buram

d. Perhatian terhadap Kenyamanan Konsumen

Pelayanan yang ramah serta nilai plus bagi konsumen. Kepuasan pelayanan menjadi bagian penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Tiga putra sticker dalam hal ini mengupayakan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan atau konsumen yaitu dengan bertanggung jawab jika terjadi kesalahan terhadap produk yang dipesan atau produk yang dihasilkan. Dalam hal ini, jikapun kesalahan tersebut disebabkan dari pihak pelanggan, tiga putra sticker tetap berupaya memberikan solusi atas kesalahan tersebut.

e. Kualitas Karyawan

Dalam suatu usaha, peran karyawan memegang posisi yang sangat krusial karena mereka bukan hanya bertugas untuk menjalankan proses kerja, tetapi juga menjadi penghubung langsung antara perusahaan dan konsumen. Di Tiga Putra Sticker, jumlah permintaan atau orderan sangat dipengaruhi oleh keterampilan karyawan dalam membangun komunikasi yang meyakinkan terhadap pelanggan. Kemampuan mereka dalam menjelaskan keunggulan produk serta memberikan pelayanan yang ramah dan responsif turut memengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap jasa percetakan tersebut.

Proses rekrutmen dilakukan dengan selektif dan cermat agar dapat memperoleh tenaga kerja yang kompeten dan berkualitas. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) sangat berperan dalam mempertahankan standar layanan yang tinggi serta meningkatkan daya saing usaha di pasar yang kompetitif. Hal ini merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh Tiga Putra Sticker untuk menarik dan mempertahankan konsumen, serta menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Selain itu, pelatihan dan pengembangan karyawan secara

berkala juga penting untuk memastikan bahwa mereka selalu memiliki keterampilan dan pengetahuan yang relevan dengan perkembangan industri.

f. Strategi Promosi

Promosi adalah suatu cara memperkenalkan, menunjukkan suatu produk barang atau jasa ke kalangan masyarakat dengan tujuan menarik atau membujuk masyarakat agar membeli produk tersebut. Dalam melakukan promosi Tiga Putra Sticker melakukannya dengan berbagai strategi pemasaran untuk menarik pelanggan.

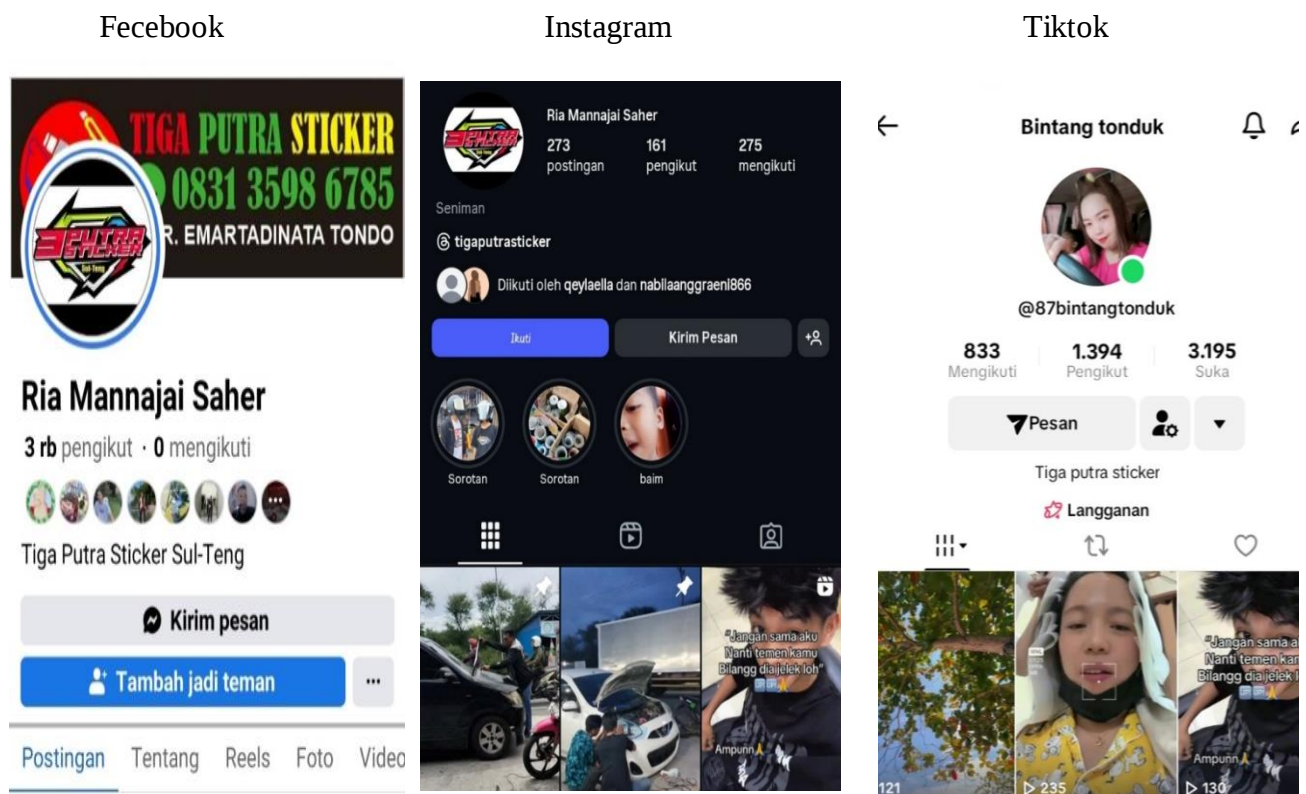
Bapak Herman menjelaskan bahwa:

“Untuk promosi kami banyak Mbak, kami bisa upload dari WhatsApp, Facebook, Instagram, ataupun lain-lain Mbak. Kebanyakan pelanggan yang datang kesini tahu jasa pemasangan kami dari promosi dari media sosial juga. Kami juga melakukan promosi secara lisan antar konsumen ke konsumen”¹⁴

Dari penjelasan tersebut, Tiga Putra Sticker melakukan promosi penjualan produknya melalui berbagai macam media sosial yaitu instagram @tigaputrasticker dan fecebook @Ria Mannajai Saher Tiktok @Bintangtonduk dan whatsapp 0831-3598-6785, media sosial yang digunakan dapat mempermudah promoasi serta komunikasi dengan konsumen. Dari proses inilah Tiga Putra Sticker dapat diketahui atau dikenal oleh masyarakat di daerah palu sulawesi tengah ataupun luar daerah palu.

¹⁴Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

Gambar 4.1
Media Sosial Tiga putra sticker



2. Weakness (Kelemahan)

Setiap pelaku usaha pasti menghadapi berbagai kendala yang dapat menghambat pengembangan serta pelaksanaan operasional sehari-hari. Hal ini juga dirasakan oleh usaha Tiga Putra Sticker, yang memiliki beberapa kelemahan internal yang berpengaruh terhadap pencapaian target usahanya. Beberapa kelemahan tersebut antara lain:

a. Kelemahan dalam Bahan

Kelemahan dalam bahan baku mencakup beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Terkadang, bahan baku yang dibutuhkan tidak tersedia, sehingga mempengaruhi hasil dan membuat pelanggan Tiga Putra Sticker berpindah ke tempat lain. Selain itu, bahan yang digunakan juga memiliki kelemahan, seperti mudah sobek saat terkena suhu blower (pemanas sticker), yang dapat mengakibatkan kerusakan pada produk akhir. Kelemahan lainnya adalah bahan yang sulit ditempel jika kendaraan menggunakan kit (pengkilat motor), yang dapat mengurangi daya rekat stiker. Oleh karena itu, penting untuk menangani masalah ini dengan mencari pemasok yang lebih stabil dan lengkap, serta mempertimbangkan penggunaan bahan baku yang lebih berkualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain itu, pengelolaan persediaan bahan baku yang lebih baik juga perlu diterapkan untuk menghindari kekurangan yang dapat mengganggu proses produksi. Tiga Putra Sticker dapat menjalin kerjasama dengan beberapa pemasok untuk memastikan ketersediaan bahan baku yang diperlukan. Dengan diversifikasi sumber bahan baku, usaha ini tidak hanya dapat mengurangi risiko kekurangan, tetapi juga dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan reputasi usaha di mata pelanggan dan membantu mempertahankan loyalitas mereka.

Selanjutnya, pelatihan bagi karyawan dalam hal penggunaan dan penanganan bahan baku juga sangat penting. Karyawan yang terampil dan memahami karakteristik bahan yang digunakan akan lebih mampu mengatasi masalah yang muncul selama proses produksi. Dengan demikian, Tiga Putra Sticker dapat meminimalkan kerugian akibat kesalahan dalam penggunaan bahan dan

meningkatkan efisiensi operasional. Investasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan akan memberikan dampak positif jangka panjang bagi keberlangsungan usaha dan kepuasan pelanggan. bahan baku yang di butuhkan tidak tersedia, sehingga mempengaruhi hasil dan membuat pelanggan tiga putra sticker berpindah ketempat lain. Hal ini perlu ditangani dengan mencari pemasok yang lebih stabil dan lengkap.

b. Keterbatasan Tempat Usaha

Ukuran tempat usaha yang masih terbatas membatasi kapasitas produksi maupun kenyamanan pengunjung. Tempat usaha yang terbuat dari papan-papan sederhana dan tidak terlalu luas menjadi kendala dalam operasional, mengakibatkan kesulitan dalam menampung pelanggan dan memproses pesanan secara efisien. Keterbatasan ruang ini juga dapat mengurangi pengalaman pelanggan saat berkunjung, karena mereka mungkin merasa tidak nyaman dalam ruang yang sempit dan kurang memadai. Selain itu, desain tempat yang sederhana tidak mencerminkan *profesionalisme* yang diharapkan oleh pelanggan, yang dapat mempengaruhi citra usaha di mata konsumen.

Di samping itu, lokasi yang langsung menghadap ke jalan raya dapat menyebabkan debu dari kendaraan yang melintas masuk ke dalam tempat usaha. Hal ini tidak hanya mengganggu kenyamanan pelanggan, tetapi juga dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan, terutama dalam hal kebersihan. Oleh karena itu, perlu direncanakan perubahan untuk menunjang pertumbuhan usaha, seperti mempertimbangkan renovasi untuk meningkatkan fasilitas yang ada atau pemindahan lokasi ke tempat yang lebih strategis dan nyaman bagi pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, Tiga Putra Sticker dapat meningkatkan kapasitas produksi dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelangga.

c. Keterbatasan waktu kerja

Keterbatasan waktu kerja dalam proses pemasangan stiker sering kali menjadi tantangan, terutama ketika jumlah tenaga kerja yang tersedia terbatas. Dalam situasi di mana hanya ada dua orang yang bertanggung jawab untuk melakukan pemasangan, konsumen mungkin mengalami waktu tunggu yang lebih lama. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor.

Salah satunya adalah volume pekerjaan. Jika ada banyak pesanan yang harus diproses, dua orang mungkin tidak cukup untuk menangani semua permintaan dalam waktu yang efisien, yang dapat menyebabkan antrian dan waktu tunggu yang lebih lama bagi konsumen. Selain itu, proses pemasangan stiker memerlukan ketelitian dan kehati-hatian untuk memastikan hasil yang baik. Dengan hanya dua orang, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan setiap pemasangan bisa lebih lama, terutama jika ada variasi dalam ukuran dan jenis stiker yang dipasang.

Keterbatasan sumber daya juga menjadi faktor yang mempengaruhi. Dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas, mungkin ada keterbatasan dalam hal alat dan perlengkapan yang digunakan untuk pemasangan, yang dapat memperlambat proses dan menyebabkan waktu tunggu yang lebih lama. Selain itu, komunikasi dan koordinasi antara dua orang tersebut menjadi sangat penting. Jika ada kesalahan atau kebingungan dalam instruksi, ini dapat menyebabkan penundaan lebih lanjut.

Untuk mengatasi masalah ini, beberapa solusi dapat dipertimbangkan. Menambah jumlah tenaga kerja, meningkatkan efisiensi proses pemasangan, atau mengatur jadwal kerja yang lebih fleksibel untuk mengakomodasi lebih banyak konsumen adalah langkah-langkah yang dapat diambil. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan waktu tunggu konsumen dapat diminimalkan dan pengalaman mereka menjadi lebih baik.

3. *Opportuniti* (Peluang)

Keadaan eksternal tertentu dapat menciptakan ruang positif yang mendorong pertumbuhan serta perluasan aktivitas usaha Tiga Putra Sticker. Dalam konteks ini, berbagai faktor lingkungan memberikan dorongan yang konstruktif, sehingga memungkinkan usaha ini untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan layanan yang ditawarkan. Faktor-faktor tersebut menjadi peluang yang layak dimanfaatkan agar bisnis mampu bertahan di tengah kompetisi yang terus berkembang. Adapun Kesempatan ini yaitu sebagai berikut:

a. Luasnya Pangsa Pasar

Permintaan akan jasa *cutting sticker* di Kota Palu menunjukkan tren yang positif seiring dengan pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor. Pada tanggal 30 April 2025, tercatat sebanyak 387.776 unit kendaraan, yang terdiri dari 319.050 sepeda motor, 49.560 mobil penumpang, 18.820 mobil bermuatan, 393 bus, dan 323 kendaraan khusus Badan pusat statistik provinsi sulawesi tengah, “Jumlah kendaran bermotor di kota palu 2025,”¹⁵ Angka ini mencerminkan potensi pasar yang sangat besar bagi penyedia jasa *cutting sticker*, terutama dalam konteks promosi dan personalisasi kendaraan. Dengan semakin banyaknya kendaraan di jalan, kebutuhan akan identitas visual yang menarik dan unik menjadi semakin penting bagi pemilik kendaraan.

Selain itu, pertumbuhan bisnis promosi yang semakin pesat juga berkontribusi pada meningkatnya permintaan akan jasa ini. Banyak perusahaan dan individu yang ingin memanfaatkan kendaraan mereka sebagai media promosi yang efektif. Dengan menggunakan *cutting sticker*, mereka dapat menampilkan logo, slogan, atau informasi penting lainnya dengan cara yang menarik dan mudah dilihat. Oleh

¹⁵Badan pusat statistik provinsi sulawesi tengah, “Jumlah kendaran bermotor di kota palu 2025,” situ resmi badan pusat statistik provinsi sulawesi tengah <https://databoks.katadata.co.id/datapublishembed/196959/jumlah-kendaraan-bermotor-dikota-paluhari-ini> (15 juli 2025).

karena itu, peluang untuk mengembangkan usaha di bidang *cutting sticker* di Kota Palu sangat menjanjikan, dan pelaku usaha perlu memanfaatkan momentum ini untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas.

b. Perluasan Tempat Usaha

Peluang untuk memperluas tempat usaha dapat meningkatkan kapasitas produksi dan pelayanan, serta memperkuat citra profesionalisme di mata pelanggan. Tiga Putra Sticker memanfaatkan perkembangan ini dengan tidak hanya memperluas tempat usaha, tetapi juga menambah jumlah cabang toko. Dengan strategi ini, Tiga Putra Sticker yang pada awalnya hanya memiliki satu lokasi usaha kini telah berkembang menjadi tiga lokasi yang berbeda, memberikan akses yang lebih baik bagi pelanggan. Hal ini menunjukkan komitmen Tiga Putra Sticker untuk terus berkembang dan memenuhi kebutuhan pasar.

Cabang pertama terletak di Martadinata, yang merupakan lokasi strategis dengan lalu lintas yang tinggi, sehingga memudahkan pelanggan untuk mengakses layanan yang ditawarkan. Sementara itu, cabang kedua berada tidak jauh dari cabang utama, hanya empat baris dari cabang pertama, yang masih berlokasi di Martadinata. Penempatan cabang yang berdekatan ini memungkinkan Tiga Putra Sticker untuk melayani pelanggan dengan lebih efisien, serta memanfaatkan sinergi antara kedua lokasi untuk meningkatkan penjualan.

Selain itu, lokasi ketiga berada di Yos Sudarso, yang juga merupakan area dengan potensi pasar yang baik. Dengan penambahan cabang ini, Tiga Putra Sticker dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pelayanan, sehingga semakin memperkuat posisi mereka di pasar. Strategi ekspansi ini tidak hanya meningkatkan visibilitas usaha, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat mendorong loyalitas dan rekomendasi dari pelanggan yang puas.

c. Produk yang Selalu Berkembang Perubahan

Tren desain dan kebutuhan konsumen yang terus berubah membuka peluang untuk terus berinovasi dalam variasi produk yang ditawarkan. Tiga Putra Sticker menyadari pentingnya mengikuti perkembangan ini untuk tetap relevan di pasar. Dengan memahami preferensi pelanggan dan tren terkini, mereka dapat menciptakan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dengan perkembangan saat ini, Tiga Putra Sticker telah banyak berinovasi dalam segi produk. Mereka tidak hanya fokus pada produk yang sudah ada, tetapi juga aktif mencari inspirasi dari tren desain terbaru. Hal ini memungkinkan mereka untuk menawarkan produk yang lebih segar dan menarik, sehingga dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. Selain itu, Tiga Putra Sticker juga menambah banyak variasi produk yang sedang tren dan berkembang saat ini.

Dengan memperluas pilihan produk, mereka dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi pelanggan, mulai dari desain yang minimalis hingga yang lebih kompleks. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, karena mereka memiliki lebih banyak pilihan yang sesuai dengan selera mereka..

4. *Threats* (Ancaman)

Seiring dengan perubahan yang berlangsung secara dinamis di bidang ekonomi, teknologi, serta aspek sosial dan budaya masyarakat, Tiga Putra Sticker menyadari bahwa tidak semua perkembangan tersebut membawa dampak positif. Sebagian dari perubahan tersebut bahkan dinilai dapat mengganggu stabilitas usaha, khususnya dalam layanan jasa *cutting sticker*. Adapaun beberapa hal yang

dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan usaha tiga putra sricker, antara lain:

a. Munculnya Pesaing Baru

Munculnya pelaku usaha baru di bidang jasa *cutting sticker* merupakan salah satu tantangan signifikan yang harus dihadapi oleh Tiga Putra Sticker. Bila pendatang baru tersebut mampu menawarkan pelayanan unggulan, seperti kualitas hasil yang lebih baik atau harga yang lebih kompetitif, maka preferensi konsumen dapat dengan mudah beralih. Kondisi ini bisa menyebabkan penurunan daya saing dan mengancam posisi pasar yang telah dibangun selama ini. Oleh sebab itu, inovasi berkelanjutan serta peningkatan kualitas layanan menjadi sangat penting untuk menjaga loyalitas pelanggan.

Untuk menghadapi ancaman dari pesaing baru, Tiga Putra Sticker perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan. Ini bisa dilakukan dengan memperbaiki proses produksi, meningkatkan keterampilan sumber daya manusia, serta mendengarkan umpan balik dari pelanggan untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif dan promosi yang menarik juga dapat membantu Tiga Putra Sticker untuk tetap relevan dan menarik bagi pelanggan. Dengan langkah-langkah ini, Tiga Putra Sticker dapat memperkuat posisinya di pasar dan memastikan keberlangsungan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat..

b. Mahalnya Bahan Baku

Ketidakstabilan ekonomi akhir-akhir ini turut menyebabkan lonjakan harga bahan stiker, yang merupakan komponen utama dalam operasional usaha. Kenaikan biaya pembelian bahan baku ini tentu akan memperbesar pengeluaran rutin usaha dan berpotensi mengurangi tingkat keuntungan yang diperoleh. Bila tidak ditangani secara strategis, beban biaya ini dapat berdampak langsung terhadap efisiensi

usaha, bahkan bisa memicu penurunan dalam hal keberlanjutan finansial Tiga Putra Sticker.

Untuk mengatasi tantangan ini, Tiga Putra Sticker perlu mempertimbangkan strategi pengelolaan biaya yang lebih efisien, seperti mencari pemasok alternatif, melakukan negosiasi harga, atau bahkan mengeksplorasi penggunaan bahan baku yang lebih terjangkau tanpa mengorbankan kualitas produk. Dengan pendekatan yang tepat, mereka dapat meminimalkan dampak negatif dari fluktuasi harga bahan baku dan menjaga keberlangsungan usaha.

c. Penggusuran lahan

Penggusuran lahan juga menjadi ancaman yang paling besar bagi usaha Tiga Putra Sticker. Bangunan Tiga Putra Sticker merupakan bangunan semi permanen yang berdiri di atas tanah milik seorang pengusaha setempat. Ketidakpastian mengenai status lahan ini menciptakan risiko yang signifikan bagi keberlangsungan usaha, karena jika pemilik tanah memutuskan untuk mengambil kembali lahan tersebut, Tiga Putra Sticker harus segera mencari lokasi baru untuk melanjutkan operasionalnya.

Bapak Herman, selaku owner dari Tiga Putra Sticker, menyatakan.

“Jualan saya ini bukan sistem kontrak. Sang pemilik tanah mengizinkan saya membangun jualan di sini, dengan catatan apabila suatu saat nanti sang pemilik menginginkan tanahnya kembali, mau tidak mau saya harus pergi dari sini dan mencari tempat usaha yang baru.”¹⁶

¹⁶Herman, Pemilik Usaha Jasa Tiga Putra sticker, wawancara, Kec. Matikulore, Palu, Sulawesi Tengah, 12 mei 2025

Pernyataan ini menegaskan betapa rentannya posisi Tiga Putra Sticker dalam menghadapi ancaman penggusuran. Untuk mengurangi risiko ini, Tiga Putra Sticker perlu mempertimbangkan opsi untuk mencari lokasi usaha yang lebih permanen atau melakukan negosiasi dengan pemilik tanah untuk mendapatkan kepastian yang lebih baik mengenai status lahan. Dengan langkah-langkah proaktif, mereka dapat melindungi usaha dari ancaman yang tidak terduga dan memastikan kelangsungan operasional di masa depan..

C. Implementasi Keberlangsungan Usaha Tiga Putra Sticker dengan pendekatan SWOT

Implementasi analisis SWOT pada usaha Tiga Putra Sticker tidak dapat dilepaskan dari konsep manajemen strategi yang menjadi landasan dalam mengelola organisasi atau usaha agar mampu bertahan dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang dihasilkan dari analisis SWOT harus diintegrasikan dengan fungsi-fungsi manajemen yang lain.

Dari sisi teori manajemen klasik, Henry Fayol menekankan lima fungsi utama manajemen, yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pengarahan (leading), pengendalian (controlling), dan koordinasi (coordinating). Implementasi hasil SWOT pada Tiga Putra Sticker juga selaras dengan fungsi-fungsi tersebut, misalnya perencanaan dalam menentukan strategi harga dan ekspansi pasar, pengorganisasian sumber daya manusia untuk meningkatkan inovasi, serta pengendalian biaya operasional guna menjaga efisiensi usah

Berdasarkan strategi yang telah diterapkan oleh usaha Tiga Putra Sticker, peneliti menemukan bahwa implementasi analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi yang dapat menjadi pilihan pemilik maupun pengelola usaha tersebut. Keempat strategi alternatif ini disusun sebagai upaya untuk merespons kondisi persaingan pasar yang semakin kompetitif, yaitu sebagai berikut::

1. Kekuatan (*Strengths*) - Peluang (*Opportunities*)

Situasi seperti ini umumnya menjadi kondisi ideal yang diinginkan oleh sebuah perusahaan. Hal ini terjadi ketika perusahaan mampu menggunakan kelebihan atau kekuatan internal yang dimiliki untuk menangkap dan memanfaatkan berbagai peluang yang muncul di pasar. Dengan demikian, perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang signifikan dibandingkan para kompetitornya. Adapun beberapa kekuatan tiga putra sticker dalam memanfaatkan kesempatan yang ada antara lain::

a. Harga Yang Terjangkau

Salah satu strategi yang dijalankan oleh pemilik atau pengelola Tiga Putra Sticker untuk menghadapi ketatnya kompetisi di pasar adalah melalui penerapan strategi harga. Dengan menawarkan harga yang relatif lebih terjangkau, usaha *cutting sticker* ini berhasil menarik lebih banyak konsumen, yang kemudian menjadi pelanggan setia. Tak hanya itu, Tiga Putra Sticker juga memberikan diskon khusus bagi konsumen yang memesan dalam jumlah besar atau partai besar. Strategi ini bukan hanya dimaksudkan untuk meningkatkan volume penjualan, tetapi juga sebagai langkah mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah dinamika persaingan usaha..

b. Meningkatkan inovasi dan Kreatifitas desain

Dengan inovasi yang berkelanjutan, Tiga Putra Sticker juga berupaya menyesuaikan desain dengan karakteristik lokal maupun selera pasar yang beragam, sehingga mampu memberikan layanan yang lebih personal dan relevan bagi konsumen.

Tidak hanya itu, perusahaan juga berfokus pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, dengan memberikan pelatihan berkala kepada tim desain

maupun teknisi produksi agar mereka terus berkembang dan mampu menghasilkan karya-karya yang kompetitif.

Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah pada setiap produk dan layanan, serta memperkuat daya saing usaha di tengah ketatnya persaingan industri *cutting sticker*. Dengan demikian, Tiga Putra Sticker tidak hanya sekadar bertahan, tetapi juga tumbuh menjadi pelaku usaha yang inovatif, responsif, dan dipercaya oleh masyarakat secara berkelanjutan.

c. Memperluas Pangsa pasar

Dilihat berdasarkan lokasi operasional Tiga Putra Sticker, memang terdapat beberapa pesaing usaha di sekitar area tersebut, meskipun lingkup usahanya masih belum terlalu besar dan luas. Kehadiran pesaing ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Tiga Putra Sticker untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas layanan agar tetap unggul dalam persaingan.

Dengan demikian, pendirian usaha baru tetap menjadi langkah yang penting dan strategis, namun harus dilakukan dengan perencanaan yang matang dan analisis pasar yang cermat, agar dapat menciptakan usaha yang memiliki nilai pembeda dan keunikan tersendiri dibandingkan kompetitor yang sudah ada.

Perencanaan yang baik mencakup aspek lokasi, segmentasi pasar, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi untuk efisiensi dan efektivitas produksi. Dengan diferensiasi yang jelas dan strategi yang tepat sasaran, usaha baru yang dikembangkan oleh Tiga Putra Sticker dapat memperluas jangkauan pasar, memperkuat citra merek, dan meningkatkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

2. Kelemahan (*Weakness*) - Peluang (*Opportunities*)

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalisir segala kelemahan yang ada.

a. Meningkatkan Efisiensi Biaya

Pemilik usaha Tiga Putra Sticker menggunakan modal usaha yang berasal dari dana pribadi, dengan jumlah yang masih sangat terbatas. Oleh karena itu, efisiensi biaya menjadi langkah krusial dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari. Beberapa langkah yang dapat diambil antara lain adalah pengaturan ulang prioritas pengeluaran, pencarian bahan baku dengan harga lebih kompetitif namun tetap berkualitas, serta pemanfaatan alat produksi secara maksimal tanpa menambah beban biaya tetap seperti menyewa atau membeli mesin baru yang belum terlalu diperlukan.

Selain itu, strategi efisiensi juga dapat diterapkan melalui penggunaan sistem kerja yang lebih terstruktur, seperti pengelolaan stok yang tepat guna menghindari pemborosan bahan, serta penjadwalan kerja yang efektif untuk menghindari waktu kerja yang tidak produktif. Efisiensi ini diharapkan tidak hanya menjaga stabilitas keuangan usaha, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing melalui pengurangan biaya tanpa mengorbankan kualitas layanan. Dengan manajemen biaya yang baik, Tiga Putra Sticker akan lebih siap dalam menghadapi tantangan pasar serta membuka peluang untuk melakukan ekspansi usaha di masa mendatang.

b. Mengajukan Kredit ke Bank Untuk Penambahan Modal Usaha

Usaha jasa *cutting sticker* memiliki peluang keuntungan yang besar, namun juga memerlukan investasi modal yang signifikan, terutama untuk pengadaan peralatan canggih, bahan baku berkualitas, dan pengembangan usaha secara keseluruhan. Untuk menjawab tantangan tersebut, Tiga Putra Sticker tidak hanya mengandalkan modal pribadi, tetapi juga mulai menjajaki kerja sama dengan pihak ketiga seperti bank, koperasi, lembaga pembiayaan mikro, maupun platform pendanaan digital (*fintech*) guna menambah modal kerja dan memperluas kapasitas usaha.

Pendanaan ini bisa dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti pengadaan mesin cutting berteknologi terbaru yang lebih cepat dan presisi, perluasan atau renovasi tempat usaha agar lebih representatif, serta peningkatan aktivitas pemasaran melalui media sosial, branding, dan promosi digital. Dengan tambahan modal tersebut, Tiga Putra Sticker juga dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen, misalnya dengan mempercepat waktu pengerjaan, memperluas variasi produk desain, dan memberikan hasil akhir yang lebih berkualitas. Selain itu, dengan dukungan modal yang lebih stabil, usaha ini akan memiliki fleksibilitas lebih besar dalam merespons perubahan pasar dan tren desain, serta kemampuan untuk berekspansi ke wilayah baru yang potensial. Hal ini tentu akan memperkuat posisi Tiga Putra Sticker sebagai penyedia jasa *cutting sticker* yang kompetitif, profesional, dan dipercaya oleh pelanggan.

3. Kekuatan (*Strengths*) - Ancaman (*Threas*)

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang ada. Adapun beberapa kekuatan tersebut, yakni sebagai berikut:

a. Mengembangkan Daya Saing

Daya saing sangatlah penting dalam keberhasilan suatu bisnis, karena perusahaan dikatakan memiliki daya saing apabila pelanggannya memperoleh kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan lebih unggul dibandingkan dengan milik pesaing. Tiga Putra Sticker berupaya menciptakan kesan tersebut dengan menyediakan layanan yang variatif dan fleksibel, mencakup berbagai pilihan desain, warna, motif, dan ukuran, sehingga mampu menyesuaikan dengan selera dan kebutuhan individual setiap pelanggan.

Hal ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan nilai tambah dan memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek.

Selain itu, Tiga Putra Sticker juga terus berinovasi dalam hal teknik produksi dan pemilihan bahan, agar hasil akhir tidak hanya menarik secara visual tetapi juga tahan lama dan fungsional. Penggunaan peralatan modern dan teknologi desain grafis terkini turut mendukung peningkatan kualitas layanan dan mempercepat proses pengerjaan, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih efisien.

Tidak kalah penting, perusahaan juga fokus pada pelayanan yang ramah, responsif, dan komunikatif, sebagai bagian dari strategi diferensiasi. Dengan membangun hubungan baik dengan pelanggan dan menyediakan layanan purna jual (after-sales service), Tiga Putra Sticker mampu menanamkan kepercayaan dan citra positif di mata konsumen, yang menjadi kunci utama untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

b. Meningkatkan Pelayanan Kepada Pelanggan

Pelayanan yang diberikan oleh Tiga Putra Sticker selama ini sudah tergolong baik, namun dalam dunia usaha yang kompetitif, pelayanan yang baik saja tidak cukup untuk menjamin pelanggan tetap setia. Oleh sebab itu, Tiga Putra Sticker terus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya secara berkelanjutan agar pelanggan merasa semakin puas dan memiliki alasan kuat untuk terus menggunakan jasa yang ditawarkan.

Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menjaga loyalitas pelanggan melalui pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif terhadap kebutuhan serta keluhan pelanggan. Tiga Putra Sticker juga memperhatikan kenyamanan pelanggan saat berada di lokasi lapak, seperti menjaga kebersihan tempat, memberikan ruang tunggu yang layak, serta menyediakan sistem antrean yang tertib dan efisien. Selain itu, usaha ini juga dapat mengimplementasikan sistem layanan berbasis digital, seperti pemesanan melalui media sosial, WhatsApp, atau katalog

online, agar pelanggan dapat lebih mudah memilih dan memesan layanan tanpa harus datang langsung.

Pemberian diskon khusus untuk pelanggan tetap, program loyalitas, atau hadiah menarik juga bisa menjadi strategi untuk membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Dengan terus meningkatkan pelayanan, Tiga Putra Sticker tidak hanya menciptakan pengalaman pelanggan yang positif, tetapi juga memperkuat posisi usaha di pasar serta menciptakan diferensiasi yang sulit ditiru oleh pesaing.

4. Kelemahan (*Weakness*) - Ancaman (*Threas*)

Strategi ini difokuskan pada upaya meminimalisir kelemahan internal sekaligus mengantisipasi potensi ancaman dari lingkungan eksternal. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan perlu melakukan evaluasi dan pembenahan secara menyeluruh agar tetap mampu bersaing di pasar yang semakin ketat. Dengan langkah-langkah perbaikan tersebut, Tiga Putra Sticker diharapkan dapat memperkuat daya saing dan mempertahankan posisinya di tengah perubahan dan tantangan pasar.

a. Menjalin Hubungan Baik Dengan Pelanggan

Aset terpenting dari sebuah perusahaan, baik skala besar maupun kecil, adalah pelanggan. Tanpa pelanggan yang loyal, bisnis tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, setiap perusahaan wajib memberikan pelayanan terbaik dan pengalaman positif bagi seluruh pelanggannya. Dalam hal ini, Tiga Putra Sticker, yang berada di tengah persaingan usaha jasa *cutting sticker* yang semakin ketat, dituntut untuk membangun dan menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan agar tetap menjadi pilihan utama.

Tiga Putra Sticker menyadari pentingnya kedekatan secara emosional dengan pelanggan, sehingga berupaya menciptakan hubungan yang personal dan

hangat, misalnya dengan mengenal nama pelanggan tetap, menyapa mereka secara langsung saat berkunjung, serta melayani dengan sikap ramah dan tulus. Hal kecil seperti ini dapat menciptakan kesan positif yang membekas dan mendorong pelanggan untuk kembali.

Selain itu, usaha ini juga dapat mengembangkan komunikasi dua arah secara aktif, seperti menanyakan kepuasan pelanggan terhadap hasil kerja, menerima kritik dan saran dengan terbuka, serta melakukan follow-up setelah layanan diberikan untuk memastikan pelanggan merasa puas. Mengelola akun media sosial yang interaktif, merespons pesan dengan cepat, serta membagikan konten menarik juga menjadi cara efektif untuk menjalin hubungan yang erat secara digital.

Bentuk perhatian lain seperti memberikan ucapan ulang tahun kepada pelanggan tetap, atau menyediakan layanan khusus (priority service) bagi pelanggan loyal, dapat memperkuat ikatan emosional dan membangun kepercayaan jangka panjang. Dengan pendekatan yang lebih personal dan penuh perhatian, Tiga Putra Sticker tidak hanya mempertahankan pelanggannya, tetapi juga membuka peluang mendapatkan pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut..

b. Bersaing Secara Sehat Dari segi Inovasi Produk Dengan Sesama Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker

Dalam dunia bisnis, persaingan adalah hal yang tidak dapat dihindari. Persaingan ini dapat muncul dari berbagai aspek, seperti harga, kualitas inovasi produk, jenis bahan yang digunakan, hingga cara dalam memperlakukan dan melayani konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha seperti Tiga Putra Sticker untuk bersaing secara sehat dan profesional, agar tidak menimbulkan konflik atau merugikan pihak manapun, serta tetap menjaga reputasi baik di mata konsumen dan mitra usaha.

Persaingan yang sehat dapat diwujudkan dengan terus meningkatkan kualitas produk melalui inovasi desain yang kreatif dan mengikuti tren terkini, menggunakan bahan berkualitas tinggi, serta menerapkan proses produksi yang efisien dan ramah lingkungan. Dengan terus berinovasi, Tiga Putra Sticker dapat menawarkan sesuatu yang unik dan berbeda, tanpa harus terlibat dalam perang harga yang bisa merugikan industri secara keseluruhan.

Selain itu, bersaing secara sehat juga berarti menghargai keberadaan pelaku usaha lain, tidak menjelekkan produk pesaing, dan berfokus pada peningkatan kualitas dan pelayanan sendiri. Hal ini akan menciptakan ekosistem usaha yang kondusif dan saling mendukung, di mana setiap pelaku usaha dapat tumbuh dan berkembang bersama-sama. Dengan bersaing secara sehat, Tiga Putra Sticker tidak hanya mempertahankan etika bisnis yang baik, tetapi juga dapat menjadi contoh positif di lingkungan industri jasa *cutting sticker*, serta membangun kepercayaan dan citra positif di mata pelanggan maupun komunitas usaha lokal..

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Analisis SWOT terhadap usaha Tiga Putra Sticker di Kota Palu menunjukkan potensi signifikan untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang ketat. Strengths (Kekuatan) Tiga Putra Sticker memiliki beberapa kekuatan, termasuk lokasi strategis yang meningkatkan visibilitas, harga bersaing, kualitas produk yang tinggi, pelayanan pelanggan yang baik, dan strategi promosi yang efektif melalui media sosial. Kekuatan-kekuatan ini memberikan fondasi yang kuat untuk bersaing dan memanfaatkan peluang yang ada.

Weaknesses (Kelemahan) Namun, usaha ini juga menghadapi kelemahan, seperti keterbatasan bahan baku yang dapat mengganggu kualitas produk, ukuran tempat usaha yang terbatas, dan pengelolaan persediaan yang kurang optimal. Kelemahan-kelemahan ini perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan kepuasan pelanggan.

Opportunities (Peluang) Tiga Putra Sticker memiliki peluang untuk berkembang, terutama dengan pertumbuhan jumlah kendaraan di Kota Palu yang meningkatkan permintaan jasa *cutting sticker*. Selain itu, terdapat peluang untuk memperluas lokasi usaha, menambah cabang, serta berinovasi dan beradaptasi dengan tren desain yang terus berubah.

Threats (Ancaman) Di sisi lain, ancaman yang dihadapi termasuk perkembangan teknologi baru yang dapat mengubah cara konsumen memesan produk, munculnya pesaing baru yang menawarkan layanan lebih baik, fluktuasi harga bahan baku yang mempengaruhi biaya operasional, dan ketidakpastian status lahan yang dapat mengancam keberlangsungan usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Tiga Putra Sticker berada dalam posisi yang menguntungkan untuk berkembang, dengan peluang yang lebih besar dibandingkan

ancaman yang ada. Meskipun terdapat kelemahan dan ancaman yang harus dihadapi, usaha ini tetap memiliki kesempatan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan kapasitas produksi. Dengan langkah-langkah strategis yang tepat, Tiga Putra Sticker dapat meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan usahanya di masa depan.

Penelitian ini diharapkan memberikan wawasan berharga dan rekomendasi konstruktif bagi pelaku usaha lainnya dalam menghadapi tantangan di industri yang sama. Dengan memahami dan menerapkan analisis SWOT, pelaku usaha dapat lebih siap merumuskan strategi efektif untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keberlangsungan usaha di sektor jasa dan industri kreatif.

B. Saran

1. Tiga Putra Sticker disarankan untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan yang ditawarkan, termasuk memperkenalkan desain baru dan teknologi pemotongan yang lebih efisien.
2. Meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan harus menjadi prioritas, termasuk pelatihan karyawan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang lebih baik.
3. Memperluas strategi pemasaran dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.
4. Melakukan evaluasi berkala terhadap strategi yang diterapkan.
5. Mengelola keuangan dengan lebih baik untuk memastikan bahwa modal yang ada dapat digunakan secara efisien dan efektif dalam pengembangan usaha.
6. Penambahan Karyawan untuk mempercepat pekerjaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyah Arianti,. “*Analisis Swot Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Pt.Trimega Syariah Kantor Cabang Makassar*” Skripsi diterbitkan, Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah, Makasar, 2017.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Ilmiah Suatu Pendekatan Praktek* Edisi 11, Cet IX ; Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Ariani Wahyu, Manajemen Operasi Jasa, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Amalia, Euis. *Keadilan distributif dalam ekonomi islam*, Cet. I; Jakarta: Rajawali Press, 2009.
- Erliningtias. “*Analisis Swot Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Della Laundry*”, Skripsi Diterbitkan Jurusan Manajemen, Universitas Semarang, Semarang, 2020.
- Fahmi, Irham. *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*. Cet. IV; Bandung: Alvabeta, 2010.
- Fawzya, Wiowo, Mudinah, Yusro Nuri. *Peunjuk mendirikan perusahaan kecil*. . Cet. XIII; Jakarta: Penebar Swadaya, 1999.
- Handayani, Niken. “*Modal Sosial dan Keberlangsungan Usaha Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial Dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta*. Skripsi Diterbitkan, Jurusan Sosiologi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2007.

Haidar, Irham. ‘*Kewirausahaan dalam Prespektif Hadis*’ Skripsi diterbitkan, Jurusa Tafsir Hadis, Universitas Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang, 2017.

Laysander. Perbedaan cutting sticker dengan printing sticker, <https://laysander.com/dunia-printing/perbedaan-cutting-sticker-dengan-printingsticker/denganPrintingSticker?.ApaItuCuttingSticker,dandetailbias>.(26 juni 2025).

Maleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif* , Cet II; Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008.

Muchiballah, Qari’ah Noor Aminah. Analisis Keberlangsungan Usaha dan Pengelolaan Keuangan Berdasarkan *Economic Entity Concept* pada Usaha Micro, Kecil, dan Menengah. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5229/5251> (26 juni 2025)

Nitisusastro, Mulyadi. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Cet. I; Bandung: Alfabeta, 2010.

Nazir, M. *Metode Penelitian*, Cet. III ; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003.

Putra, I Gusti Nyoman Alit Brahma. Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang, <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/search/authors/view?givenName=I%20Gusti%20Nyoman%20Alit%20Brahma&familyName=Putra&affiliation=&country=&authorName=Putra%2C%20I%20Gusti%20Nyoman%20Alit%20Brahma> (26 juni 2025).

Bengkel Print shop, “proses cutting sticker bahan plyflex.<https://bengkelprint.co.id/blog/5-proses-cutting-sticker-bahan-polyflex/>. (26 juni 2025)

Prameswari, Devi Ganis. “Jenis usaha tebaik mnurut hadits”. Skripsi diterbitkan, Jurusan Ilmu Hadits, Universitas Islam negri sunan gunun djati bandung, 2020.

Render, Barry. *Operations Management Suistainability and Suply Chain Management*.https://books.google.co.id/books/about/Operations_Management(26 Juni 2025)

Rohman, M. Fathur. *Teknik Analisis Manajemen SWOD Untuk Menyusun Kkp Diklatpim Dan Renstrp*
<https://www.scribd.com/document/387721446/Reference-pdf>, (26 juni 2025).

Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia*. Cet, I; Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cet. XIII; Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.

Riyanti Budi , Novita Ati Nur Aini Strategi Keberlangsungan Usaha Umkm Kampung Singkong Pada Masa Pandemi Covid-19, <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/309> (26 juni 2025)

Said, Muh. *Pengantar Ekonomi Islam dasar-dasar dan perkembangan*, Cet. I; Pekanbaru: Suska Press, 2008.

Swardono. *Manajemen Strategik Konsep dan Kasus*. Cet. III; Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2002.

Sholihin, Ismail. *Manajemen Strategi*, Cet.IV; Jakarta: Erlangga, 2012.

Solusiprintd.“Menenal lebih dekat apa itu cutting stiker” *official website* solusiprint.https://solusiprint.id/artikel/mengenallebihdekat_apa_itucutting_stikerpembuatan.penempelanpadapermukaanyangdiinginkan.(26juni2025)

Sukardi. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*, Cet. I Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008.

Suwandi, Basrowidan. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008.

Tantri, Francis. *Pengantar Bisnis*, Cet. I; Jakart:Rajawali Press, 2009.

Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra, Service, Quality & Satisfaction, Yogyakarta: Andi Offset, 2011, h. 13

Umam, Muslihul. ‘*Strategi Pemasaran Pada Usaha Jasa Cutting Sicker*’. Skriipsi diterbitkan, Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, Yogyakarta, 2015.

Yantora, Amelia. “*Ragam Bahasa Pada Stiker Motor Di Lingkungan Fkip*”. Skripsi Diterbitkan, Jurusan Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah, Jember, 2017.

Lampiran 1

Pedoman Wawancara

Pengantar

1. Pedoman wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keberlangsungan Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker Dengan Pendekatan Swot (Study Tiga Putra Sticker)
2. Wawancara dilakukan secara mendalam dan terbuka untuk menggali faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi keberlanjutan usaha.
3. Informasi yang diperoleh akan digunakan sebagai bahan kajian untuk menyusun strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan ketahanan usaha tiga pura sticker

Daftar Pertanyaan

A. Identitas Responden

1. Nama (inisial)
2. Usia
3. Jenis kelamin

B. Kekuatan (Strengths)

1. Apa keunggulan utama usaha cutting sticker Anda ?
2. Bagaimana kualitas bahan dan teknologi yang digunakan dalam produksi cutting sticker Anda?
3. Sejauh mana jaringan pemasaran dan pelanggan yang Anda miliki?
4. Bagaimana kepuasan pelanggan terhadap layanan yang Anda berikan?

C. Kelemahan (Weaknesses)

1. Apa kendala utama dalam menjalankan usaha cutting sticker?

2. Apakah Anda menghadapi kesulitan dalam mengelola keuangan usaha?

mencari tenaga kerja terampil?

3. Apakah ada keterbatasan dalam penggunaan media sosial atau strategi pemasaran digital?

D. Peluang (Opportunities)

1. Bagaimana permintaan pasar terhadap jasa cutting sticker di Kota Palu?

2. Apakah tren modifikasi kendaraan memberikan dampak positif bagi usaha Anda?

3. Bagaimana perkembangan teknologi dalam industri cutting sticker? Apakah ini membantu usaha Anda?

E. Ancaman (Threats)

1. Bagaimana tingkat persaingan dengan usaha cutting sticker lainnya di Kota Palu?

2. Apakah ada hambatan dalam memperoleh bahan baku berkualitas dengan harga terjangkau?

3. Bagaimana dampak perubahan ekonomi (inflasi, daya beli masyarakat, harga bahan baku) terhadap usaha Anda?

4. Apakah ada regulasi atau kebijakan pemerintah yang mempengaruhi usaha cutting sticker?

5. Bagaimana strategi Anda menghadapi persaingan dengan pelaku usaha yang menggunakan teknologi lebih canggih?

F. Strategi Keberlangsungan Usaha

1. Apa rencana usaha Anda dalam jangka pendek dan panjang?

2. Strategi apa yang Anda gunakan untuk meningkatkan daya saing usaha Anda?

3. Bagaimana peran inovasi dalam meningkatkan kualitas dan layanan cutting sticker Anda?

4. Apa harapan Anda terhadap pemerintah atau pihak lain dalam mendukung usaha cutting sticker?

5. Dukungan atau pelatihan apa yang Anda butuhkan untuk meningkatkan keterampilan atau pemasaran usaha Anda?

Lampiran 2

Persetujuan Judul Skripsi


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
 جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
 Website : www.uindatokarama.ac.id email: humas@uindatokarama.ac.id

PERSETUJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama	: MAISURI	NIM	: 215120100
TTL	: Palu, 19 November 2003	Jenis Kelamin	: Perempuan
Jurusan	: Ekonomi Syariah	Semester	: VI (Enam)
Alamat	: Jln. Dr. Wahidin Lmg Bakso	Nomor HP	: 0853-9976-5250

Judul:

4. Judul I
Analisis Keberlangsungan Usaha Melalui Pendekatan S.W.O.T
Study Kasus Pelaku Usaha Sticker di Kota Palu

o Judul II
Analisis Mekanisme Penetapan Harga Jual dan Tasa dalam
Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Penjual Sticker
dan Percetakan Cutting Sticker S. Putra Palu

o Judul III
Analisis Tingkat Pendapatan dalam Penjualan dan Pemanfaatan
Media Sosial Live Facebook Akun RHYA Aska

Palu, 2024

Mahasiswa,

Mengetahui,
 Penasihat Akademik

Dede Arsoyanti Pragamastuti, S.Si., M.Si. MAISURI
 NIP. NIM. 21.5.120100

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan:

Pembimbing I : Dr. Siti Aulia, S.E., M.E.
 Pembimbing II: Hurwanita, S.Ag., M.Ag.

Ketua Jurusan

Mengetahui,
 Wakil Dekan Bidang Akademik & Kelembagaan

Dr. Syaakir Sofyan, S.E., M.E.
 NIP. 19860204 201403 002

MURMANU, S.H.I., N.S.I.
 NIP. 19860507201503 1602

Lampiran 3

Sk Pembimbing Skripsi

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
NOMOR 1168 TAHUN 2024**

TENTANG

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
TAHUN AKADEMIK 2023/2024**

- Membaca :** Surat saudara : **Maisuri / NIM 21.5.12.0100** mahasiswa jurusan **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu dengan judul skripsi : **ANALISIS KEBELANGSUNGAN USAHA MELALUI PENDEKATAN SWAT STUDY KASUS PELAKU USAHA STICKER DI KOTA PALU**
- Menimbang :**
- a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.
 - b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.
 - c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Mengingat :**
1. Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-undang Nomor 12 tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional;
 4. Peraturan Presiden Nomor 61 Tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;
 5. Peraturan Menteri Agama Nomor 30 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Datokarama

Palu;

6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 116056/B/II/2023 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu
7. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor: 532/Un.24/KP.07.6/11/2023 tentang Pengangkatan Dekan Universitas Islam Negeri Datokarama Palu;

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TAHUN AKADEMIK 2023/2024
- PERTAMA : 1. **Dr. Sitti Aisya, S.E.I., M.E.I** (Pembimbing I)
2. **Nur Wanita, S.Ag., M.Ag** (Pembimbing II)
- KEDUA : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA UIN DATOKARAMA Palu Tahun Anggaran 2024.
- KEEMPAT : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- KELIMA : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

Ditetapkan di : Palu
Pada Tanggal 24 September 2024
Dekan,



Sagfir Muhammad Amin

Tembusan :

1. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

Lampiran 4

Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Diponegoro No 23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 1216 /Un.24/F.V/PP.00.9/05/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 28 Mei 2025

Kepada Yth.
Pemilik/Owner Pedagang Cutting Sticker Kota Palu
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Maisuri
NIM : 21.5.12.0100
TTL : Palu, 19 November 2003
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Alamat : Jl. Dr Wahidin, Lorong Bakso

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: *"Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Cutting Sticker Di Kota Palu Dengan Pendekatan Swot"*
Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Pedagang Cutting Sticker Kota Palu

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,



Sagir Muhammad Amin

Lampiran 5

Surat Izin Melakukan Penelitian Di Tiga Putra Sticker



SURAT KETERANGAN IZIN MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pemilik tiga putra sticker dengan ini menerangkan bawah :

Nama : MAISURI

Nim : 21.5.12.0100

Fakultas : Ekonomi dan bisnis islam

Jurusan/prodi : Ekonomi syariah

Judul skripsi : Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker
Dengan Pendekatan Swot (Study Tiga Putra Sticker)

Bahwa benar yang namanya tersebut di atas telah mendapatkan izin untuk melakukan penelitian di tiga putra sticker.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan benar agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Palu, 25 Juni 2025

Pemilik Tiga putra sticker

HERMAN

Lampiran 6

Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pemilik tiga putra sticker dengan ini menerangkan bawah :

Nama : MAISURI

Nim : 21.5.12.0100

Fakultas : Ekonomi dan bisnis islam

Jurusan/prodi : Ekonomi syariah

Judul skripsi : Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker
Dengan Pendekatan Swot (Study Tiga Putra Sticker)

Bahwa benar yang namanya tersebut di atas telah mendapatkan izin untuk melakukan penelitian di tiga putra sticker.

Demikian surat keterangan ini di buat dengan benar agar dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Palu, 25 Juni 2025

Pemilik Tiga putra sticker

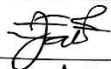
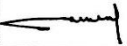
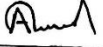
HERMAN

Lampiran 7

Daftar Hadir Narasumber

DAFTAR HADIR NARASUMBER PENELITIAN

Nama : MAISURI
Nim : 21.5.12.0100
Judul : Analisis Keberlangsungan Usaha Pelaku Usaha Jasa Cutting Sticker Dengan Pendekatan Swot (Study Tiga Putra Sticker).

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Herman	Pemilik	
2	MAHARIA	Admin	
3	MUSLI	Karyawan	
4	Subhan	Konsumen	
5	WAHYU	Konsumen	
6			

Lampiran 8

Dokumentasi Wawancara Bersama Narasumber

Owner Tiga Putra Sticker



Karyawan Tiga Putra Sticker



Konsumen Tiga Putra Sticker



Lampiran 9

Dokumentas Alat Tiga Putra Sticker

Mesin cutting



Koumputer



Bahan Sticker



Lampiran 10

Dokumentasi Pemasangan Dan Produksi Tiga Putra Sticker





Lampiran 11
Daftar Riwayat Hidup



Identitas diri _____

Nama Lengkap	: MAISURI
Tempat Dan Tanggal Lahir	: Palu, 19 November 2003
NIM	: 215120100
Alamat	: Jln. Dr, Wahidin Lrng Utama Jaya
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Status	: Belum Kawin
Pekerjaan	: Mahasiswa
Nomor Whatsapp	: 085299765250
Email	: maisuri193@gmail.com

Identitas orang tua _____

Nama Ayah	: Ahmadin
Nama Ibu	: Rafida
Pekerjaan Ayah	: Wirausaha
Pekerjaan Ibu	: IRT
Alamat Orang Tua	: Jln. Dr, Wahidin Lrng Utama Jaya

Pendidikan

SD	: MI Maluku Tenggara
Smp/Mts	: MTS Negeri 3 Maluku Tenggara
Sma/Ma	: SMA Negeri 1 Maluku Tenggara
Penguruan Tinggi	: Universitas islam negeri (UIN) Datokarama palu

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Pramuka Mts Negeri 3 Maluku Tenggara, Priode 2015-2017.
2. Organisasi Siswa Intra Sekolah (Osis) Sma Negeri 1 Maluku Tenggara, Priode 2019-2020.
3. Kader Lembaga Pers Mahasiswa (Lpm) Qalamun Priode 2021.
4. Kader Himpunan Mahaswa Jurusan Ekonomi Syariah (HMJ ESY), Priode 2022.
5. Kader Aksi Insan Mulia Sulawesi Tengah, Priode 2023.