

## ABSTRAK

CV.Marslindo Techno Pratama adalah perusahaan dibidang jasa percetakan *flexography*, memproduksi stiker dan label yang biasanya digunakan untuk *retail* dan industri perusahaan. Perancangan strategi bisnis didukung dengan analisis perbaikan kualitas pelayanan merupakan suatu kombinasi yang tepat agar perusahaan dapat menganalisis hal apa saja yang dibutuhkan agar CV.Marslindo Techno Pratama mampu bersaing dengan kondisi persaingan pasar. Oleh karena itu, CV.Marslindo Techno Pratama harus memiliki strategi bisnis yang tepat agar dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk.

Hal pertama yang dilakukan adalah melakukan analisis kompetitif (model lima kekuatan Porter) untuk mengetahui struktur industri CV.Marslindo Techno Pratama, melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan kemudian dilakukan penentuan strategi bisnis yang tepat dan efektif dalam menghadapi persaingan bisnis dengan menggunakan analisis formulasi strategi yang terdiri dari 3 tahap yaitu tahap input (*Input Stage*), tahap penyesuaian (*Matching Stage*), dan tahap keputusan (*Decision Stage*).

Pada tahap input terdiri dari matriks IFE, matriks EFE, dan CPM untuk mengetahui daya saing perusahaan. Nilai bobot dan peringkat pada matriks EFE dan IFE didapatkan dari pihak perusahaan, sedangkan CPM didapatkan dari kuisioner kepada para *customer*. Total nilai tertimbang pada matriks EFE adalah 2.079 dimana skor tersebut memiliki nilai yang kurang dari standar EFE yakni 2.50 yang artinya perusahaan kurang responsif terhadap peluang yang dapat mereka raih dan ancaman bisnis yang ada saat ini. Kemudian total nilai tertimbang pada matriks IFE adalah 2.368 dimana skor tersebut juga memiliki nilai yang kurang dari standar IFE yakni 2.50 yang artinya kinerja perusahaan kurang baik. Pada matriks CPM yang dibandingkan dengan pesaing terdekat CV.Marslindo Techno Pratama yaitu CV.Abadi Rollpaper diketahui bahwa nilai CPM CV.Marslindo Techno Pratama lebih unggul dengan nilai 2.53 daripada pesaingnya dengan nilai 2.31.

Pada tahap penyesuaian terdiri dari tiga matriks yang digunakan yaitu GSM, IE Matriks, dan TOWS Matriks. Pada GSM diketahui bahwa CV.Marslindo Techno Pratama masuk pada kuadran I dimana pertumbuhan pasar cepat dan posisi pesaing yang kuat. Pada IE matriks didapatkan dari total nilai tertimbang dari matriks IFE dan matriks EFE, diketahui bahwa CV.Marslindo Techno Pratama masuk pada bagian V dimana *Hold & Maintain* yang memiliki arti memelihara dan mempertahankan serta strategi umum yang digunakan adalah strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Kemudian akan dipilih 3 tipe strategi alternatif dengan frekuensi terbesar yang akan digunakan pada tahap keputusan.

Pada tahap keputusan akan menggunakan 1 strategi alternatif yang sudah terpilih pada tahap penyesuaian, pada QSPM akan menggunakan strategi yang tepat bagi perusahaan. Diperoleh strategi yang memiliki nilai bobot terbesar yaitu strategi penetrasi pasar dengan nilai skor sebesar 6.806. Strategi tersebut selanjutnya akan dihubungkan dengan variabel pengukuran kualitas pelayanan yang sudah terpilih.

Pada SERVQUAL terdapat 5 dimensi yang digunakan yaitu dimensi TERRA (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance*) dimana langkah awal yang dilakukan adalah dengan melakukan survei untuk mengetahui pertanyaan yang tepat kemudian dirancang kuisioner yang hasilnya akan digunakan untuk melakukan pengukuran kualitas pelayanan. Pada penelitian ini hanya digunakan pengukuran GAP 5 saja yaitu tentang hubungan ekspektasi dan persepsi *customer* dimana perbaikan yang dilakukan berdasarkan nilai GAP yang terbesar dan bernilai negatif. Hasil yang diperoleh adalah terdapat 8 variabel yang perlu dilakukan perbaikan segera. Strategi bisnis yang tidak terpilih nantinya dapat digunakan untuk mengcover kelemahan dan ancaman yang ada di perusahaan. Setelah memperoleh hasil SERVQUAL kemudian langkah selanjutnya adalah dengan menghubungkan strategi bisnis dengan hasil analisis SERVQUAL yang dapat menunjang pada sisi operasional perusahaan. Dengan melakukan perbaikan kualitas pelayanan dan penerapan strategi bisnis tersebut perusahaan dapat lebih siap untuk menghadapi persaingan bisnis dibidang industri jasa percetakan saat ini.

**Kata kunci:** Jasa Percetakan, Strategi Bisnis, SWOT, *Service Quality*.