

**IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI PADA SABLON SHIFT
NGANJUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PASCA
PANDEMI COVID-19 DI INDUSTRI SABLON KAOS**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar sarjana manajemen
pada program studi manajemen



OLEH :

DANI RAHMAN

NPM 19.1.02.02.0217

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2023**

Skripsi oleh :

DANI RAHMAN

NPM : 19.1.02.02.0217

Judul :

**IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI PADA SABLON SHIFT
NGANJUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PASCA
PANDEMI COVID-19 DI INDUSTRI SABLON KAOS**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 17 Juli 2023

Pembimbing I


Zulistiani, M.M.
NIDN.0711118603

Pembimbing II


Rino Sardanto, M.Pd.
NIDN.0730127403

Skripsi oleh :

DANI RAHMAN

NPM : 19.1.02.02.0217

Judul :

**IMPLEMENTASI STRATEGI INOVASI PADA SABLON SHIFT
NGANJUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PASCA
PANDEMI COVID-19 DI INDUSTRI SABLON KAOS**

Telah dipertahankan di depan panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal : 17 Juli 2023

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Zulistiani, M.M
2. Penguji I : Susi Damayanti, M.M
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd


Mengetahui
Dekan FEB,

Dr. SUBAGYO, M.M
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN


Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Dani Rahman
Jenis Kelamin : Laki - laki
Tempat/ Tanggal Lahir : Nganjuk, 01 Maret 2000
NPM : 19.1.02.02.0217
Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 17 Juli 2023

Yang Menyatakan


18CAKX436648331
Dani Rahman
NPM: 19.1.02.02.0217

MOTTO

Membangun karakter dan membentuk tubuh menjadi lebih baik adalah simbol status diri sendiri yang tidak bisa di pinjam, tidak bisa dicuri, dan tidak bisa dibeli. Karena itu semua menunjukkan rasa hormat diri, kedisiplinan, konsistensi dan kerja keras.

Banggalah menjadi versi terbaik dari dirimu sendiri bukan karena orang lain. Cintailah setiap prosesnya dan teruslah belajar untuk menjadi yang lebih baik.

Abstrak

Dani Rahman : Strategi Inovasi Sablon Shift Nganjuk untuk Meningkatkan Daya Saing Pasca Covid-19 Di Industri Sablon Kaos, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Latar belakang penelitian ini adalah di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak perubahan terhadap cara berpikir masyarakat mengenai pentingnya meningkatkan inovasi baru terhadap suatu perusahaan. Terlihat banyak usaha baru di Kabupaten Nganjuk yang tumbuh dan menghadapi persaingan ketat dari usaha yang sudah lama berdiri. Salah satunya adalah Sablon Shift Nganjuk. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui analisis SWOT untuk meningkatkan strategi inovasi baru yang dapat diterapkan pada Sablon Shift Nganjuk untuk dikembangkan di industri sablon kaos, serta untuk mengetahui implementasi strategi *marketing mix 4P* yang dapat membantu perkembangan Sablon Shift Nganjuk dalam meningkatkan daya saing di industri sablon kaos.

Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Dalam proses penelitian peneliti menggunakan prosedur pengumpulan data melalui hasil observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Data dikumpulkan melalui pengamatan langsung dan hasil wawancara dengan informan yang telah dipilih oleh peneliti yang bertujuan untuk mengetahui implementasi inovasi produk untuk meningkatkan daya saing Sablon Shift Nganjuk. Teknik analisis data yaitu reduksi data, sajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi data.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan masukan untuk mengembangkan strategi inovasi dan strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan pasca pandemi Covid-19. Strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing pada Sablon Shift dapat dilakukan melalui inovasi baru terhadap analisis SWOT dan *marketing mix*. Dengan menciptakan inovasi baru diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan daya saing pasca Covid-19.

Kata kunci : *Analisis SWOT, Marketing Mix, Inovasi, Daya Saing*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas rahmat dan ridho-Nya tugas penyusunan makalah ini dapat diselesaikan.

Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memenuhi tugas mata kuliah Seminar Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulusnya kepada:

1. **Allah SWT**, yang telah memberikan nikmat Islam, Iman, dan Ikhsan, kesehatan dan limpahan rahmad dan kasih sayang yang tak terhingga.
2. **Keluargaku**, yang telah memberikan dukungan moril maupun material serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling ijabah selain doa yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cinta ku untuk kalian.
3. **Dr. Zaenal Afandi, M.Pd**, selaku Rektor UN PGRI Kediri yang telah memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
4. **Dr. Subagyo, M.M.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan Proposal Skripsi ini.
5. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan secara moril dan membantu dalam penyusunan Proposal Skripsi ini.
6. Ibu **Zulistiani, M.M.** dan Bapak **Rino Sardanto, M.Pd.**, selaku Dosen Pembimbing yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan Proposal skripsi.

7. **Bapak Muhammad Nur Screen Printing**, selaku pemilik usaha Sablon Shift Nganjuk yang telah memberikan segala informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.
8. **Teman-teman Manajemen Angkatan 2019**, yang telah menjadi patner diskusi di kelas dan luar kelas serta segala dukungan moril, tenaga dan kesetiiaanya.
9. **Seluruh Dosen dan Karyawan Prodi Manajemen**
10. **Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri**
11. Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penyelesaian Proposal Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Demikian semoga proposalskripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.

Kediri, 11 Juli 2023

Dani Rahman

NPM: 19.1.02.02.0217

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat Penelitian	11

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori	13
1. Inovasi	13
2. Pengertian Pemasaran	14
3. Strategi Pemasaran	14
4. Bauran Pemasaran	16
5. Daya Saing	17
6. Analisis Swot	18
7. Matrik Swot	21
B. Penelitian Terdahulu	25
C. Kerangka Berpikir	31

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	33
B. Kehadiran Peneliti	34
C. Situs Penelitian	35
D. Tahapan Penelitian	36
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	38
F. Prosedur Pengumpulan Data	40
G. Teknik Analisis Data Peneliti	42
H. Uji Keabsahan Temuan	43

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Informan dan Diskripsi Situs Penelitian	45
1. Sejarah Singkat Sablon Shift Nganjuk	45
2. Letak Geografis Sablon Shift Nganjuk	46
3. Visi dan Misi Sablon Shift	47
4. Tujuan Usaha Sablon Shift	48
5. Struktur Organisasi Sablon Shift	48
6. Proses Produksi Sablon Shift	49
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	50
1. Tahap Analisis Data	52
2. Uji Keabsahan Temuan	58
C. Interpretasi dan Pembahasan	58
1. Interpretasi	58
2. Pembahasan	59

BAB V : PENUTUP

A. Temuan	73
B. Implikasi	74
C. Rekomendasi	75
Daftar Pustaka	76
Lampiran-Lampiran	78

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 : Data Persaingan Industri Sablon Diwilayah Kabupaten Nganjuk	6
2.1 : Matrik Swot	21
2.2 : Faktor-Faktor Strategi Eksternal (<i>External Strategic Factor Analysis Summary/ EFAS</i>)	23
2.3 : Faktor-Faktor Strategi Internal (<i>Internal Strategic Factor Analysis Summary/ EFAS</i>)	24
2.4 : Daftar Penelitian Terdahulu	25
3.1 : Tabel Kode Informan	38
4.1 : Deskripsi Informan Penelitian	51
4.2 : Jawaban Informan	53
4.3 : Jawaban Informan	54
4.4 : Jawaban Wawancara	55
4.5 : Evaluasi Faktor Internal (EFI)	60
4.6 : Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	62
4.7 : Matrik Internal - Eksternal	64
4.8 : Matriks SWOT Sablon Shift Nganjuk	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 : Analisis SWOT	19
2.2 : Karangka Berfikir	31
3.1 : Peta Lokasi Sablon Shift Nganjuk	36
4.1 : Logo Industri Sablon Shift Nganjuk	46
4.2 : GPS Sablon Shift Nganjuk	47
4.3 : Stuktur Organisasi Sablon Shift Nganjuk	48
4.4 : Proses Design Produk Sablon	49
4.5 : Proses Pres Kaos Sablon Shift	50
4.6 : Proses Pengemasan Pesanan	50
4.7 : Diagram SWOT Sablon Shift Nganjuk	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Surat Pengantar / Surat Izin Penelitian	77
2 : Surat Balasan dari Sablon Shift Nganjuk	78
3 : Berita Acara bimbingan	49
4 : Pertanyaan Matrik SWOT	80
5 : Dokumentasi	88

BAB I

Pendahuluan

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini telah memberikan banyak perubahan terhadap cara berpikir masyarakat mengenai pentingnya meningkatkan inovasi baru terhadap suatu perusahaan karena dihadapkan dengan adanya wabah Covid-19 yang melanda dunia menyebabkan beberapa industri mengalami dampak penurunan penjualan. Akibatnya, banyak UMKM yang harus gulung tikar dan berhenti berproduksi. Berbagai langkah pemerintah untuk mencegah penyebaran Covid-19, pembatasan sosial luas di skala provinsi, wilayah Kabupaten/Kota tertentu juga akan berdampak signifikan pada sektor ekonomi, dan juga akan mempengaruhi jual beli dan pengurangan belanja konsumen yang dilakukan secara langsung. Salah satu bidang usaha yang terkena dampak dari wabah Covid-19 yaitu industri kecil atau menengah seperti industri sablon. Pelaku usaha bisnis sablon harus tetap tanggap atas perubahan dan memanfaatkan peluang baru untuk tetap relevan di pasar yang kompetitif.

Pasca Covid 19, persaingan bisnis sablon juga akan meningkat. Pelaku usaha harus memperhatikan perubahan perilaku konsumen yang akan berubah. Oleh karena itu, inovasi menjadi faktor penting dalam mengembangkan produk sablon yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Industri sablon atau printing yang dituntut untuk melakukan strategi inovasi dan strategi pemasaran yang tepat untuk mampu bersaing dengan usaha yang bergerak

dibidang yang sama. Setelah adanya pandemi Covid-19 para pelaku bisnis mengalami beberapa kendala diantaranya adalah tantangan pasar yaitu tantangan yang terkait dengan perilaku konsumen yang memiliki kemampuan memilih produk atau jasa secara selektif dan persaingan diantara pelaku usaha untuk memenangkan persaingan pada industri kaos sablon sangat tinggi untuk berinovasi baik dalam proses maupun produk sehingga memiliki keunikan yang membedakan dengan pesaingnya (Rofaida et al., 2020).

Inovasi merupakan strategi untuk menciptakan sesuatu yang baru yang berbeda dari sebelumnya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah menciptakan produk unik dengan kualitas terbaik sehingga memiliki nilai yang berbeda di mata pelanggan (Yuliana et al., 2021). Salah satu analisis dasar dalam melakukan strategi inovasi bisa menggunakan analisis SWOT SWOT yang merupakan singkatan dari *Strengths*(kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) lingkungan internal dan *Opportunities* (peluang) dan *Threats* (ancaman) lingkungan eksternal. Inovasi juga bisa dilakukan dengan mengidentifikasi potensi pasar dan tren baru, kreativitas dalam desain produk, melakukan peningkatan kualitas produk, melakukan pemasaran kreatif, dan bekerja sama dengan pihak luar.

Selain inovasi, strategi pemasaran atau bauran pemasaran juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing bisnis sablon. Dalam konteks bauran pemasaran, strategi produk memastikan bahwa produk sablon yang ditawarkan berkualitas tinggi, inovatif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Strategi harga yang tepat dan kompetitif dapat menarik minat

konsumen dan memperoleh keunggulan kompetitif di pasar. Strategi promosi yang efektif membantu memperluas jangkauan pasar, menciptakan kesadaran merek, dan membangun koneksi emosional dengan konsumen. Sementara itu, strategi distribusi yang tepat memastikan ketersediaan produk sablon dengan mudah diakses oleh konsumen. Menurut Sari & Sulistyawati (2021), strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu untuk menciptakan kondisi bagi seorang pengusaha untuk mendapatkan keuntungan dari pesanan. Dengan maraknya usaha yang semakin hari semakin banyak menjadikan sebagai tuntutan pasar yang senantiasa mengalami perkembangan telah mengalami evolusi dan terus berkembang searah dengan perkembangan perilaku konsumen.

Strategi pemasaran merupakan suatu bentuk perencanaan yang terarah dalam pemasaran untuk mencapai hasil yang optimal (Kurniawan et al., 2018). Pelaku bisnis menentukan strategi pemasaran yang tepat dengan mengikuti langkah-langkah berikut: mengidentifikasi segmen pasar, menentukan tujuan pasar, membedakan pasar dan posisi untuk mendapatkan pelanggan. Perusahaan harus menyadari bahwa tidak mudah untuk meningkatkan jumlah pelanggan dengan strategi yang tepat tanpa tindakan nyata dengan kerja keras, itu adalah kunci keberhasilan pelanggan (Rusdi, 2019). Analisis pemasaran membantu menemukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, hal ini memungkinkan pengusaha untuk memperbaiki strategi serta dapat melihat peluang dan ancaman pesaing dalam berbisnis.

Oleh karena itu strategi pemasaran memiliki fungsi untuk memenangkan persaingan antar perusahaan. Dengan strategi *marketing mix* 4P pelaku usaha dapat menerapkan berbagai teori tentang pemasaran yang meliputi produk, harga, lokasi dan promosi. Dari ke empat bauran pemasaran (*marketing mix*) melihat dari sisi konsumen, suatu produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk menarik minat konsumen, suatu produk harus memiliki ciri khas atau manfaat yang membuat konsumen tertarik untuk menggunakan produk yang diproduksi. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Harga merupakan salah satu faktor terpenting dalam minat konsumen. Tempat mendefinisikan lokasi yang strategis sehingga mudah diakses oleh konsumen untuk membeli suatu produk dan bagaimana pelaku usaha harus tepat dalam memilih tempat distribusi. Promosi adalah kegiatan pelaku usaha untuk mengkomunikasikan dan menawarkan produknya kepada konsumen, yang bertujuan untuk memiliki perbedaan diantara industri yang sejenis dalam menghadapi banyaknya persaingan di sektor industri sablon.

Daya saing bisnis sablon dapat diperkuat dengan menggabungkan strategi inovasi dan strategi pemasaran yang kuat. Inovasi memberikan keunggulan kompetitif melalui produk yang berbeda dan unik, sementara strategi pemasaran yang baik memastikan produk tersebut dikenal dan diminati oleh target pasar. Dengan fokus pada pengembangan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar dan penerapan strategi pemasaran yang tepat, bisnis sablon dapat memposisikan diri sebagai pemimpin industri dan

memenangkan persaingan dengan pesaing. Untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, bisnis sablon perlu terus mengkaji dan mengoptimalkan strategi inovasi dan strategi pemasaran mereka. Perubahan tren dan kebutuhan pasar harus diantisipasi dan direspon dengan cepat melalui inovasi produk dan penyesuaian strategi pemasaran. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis, kemampuan untuk beradaptasi dan terus berinovasi menjadi faktor kunci dalam mempertahankan daya saing bisnis sablon.

Daya saing adalah kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan standar internasional sambil mempertahankan tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan suatu daerah untuk menghasilkan pendapatan yang tinggi dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka persaingan eksternal (Fauzi et al., 2022). Persaingan perusahaan adalah proses di mana pelaku usaha dipaksa untuk berkembang menjadi perusahaan yang efisien (Septiani et al., 2021). Manfaat keunggulan bersaing dalam lingkungan yang semakin kompetitif dan adanya situasi pasar yang dinamis tidak lagi dapat menghalangi persaingan, namun tingkat persaingan tersebut harus disikapi dengan sebaik-baiknya. sebaik baiknya disini dapat diartikan sebagai upaya optimal dan berkesinambungan untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik dan lebih baik lagi di masa mendatang (Sulistiyani & Setiyanto, 2020)

Berdasarkan observasi penulis di wilayah kabupaten nganjuk terdapat adanya persaingan diantara industri sablon. Seperti Sablon Shift Nganjuk yang terletak di Dusun Ngunut, Desa Nglaban, Kecamatan Loceret, Kabupaten

Nganjuk. Sablon Shift Nganjuk didirikan oleh Bapak Muhammad Nur yang bergerak di bidang jasa. Sablon Shift Nganjuk kini bersaing demi mendapatkan keuntungan usahanya melalui salah satu produk unggulan yang terdapat pada usaha tersebut atau memiliki keunikan tersendiri dari sebuah usaha tersebut yang membuat industri sablon di Kabupaten Nganjuk ini menyimpan potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai jasa penunjang dalam pengembangan potensinya. Selain mendapatkan keuntungan pasti juga terdapat kendala yang dihadapi oleh Sablon Shift Nganjuk dan sekaligus kelemahan suatu industri adalah kurangnya informasi pasar dan perlu adanya suatu inovasi baru yang diperlukan untuk mendapatkan pangsa pasar baru. Hal ini menjadi kendala dalam memasarkan produknya karena akses informasi pasar terbatas sehingga orientasi pasar rendah dan daya saing global lemah. Kurangnya informasi tentang pasar berarti industri tidak dapat secara jelas dan fokus mengontrol perkembangan perusahaan sehingga perkembangan perusahaan tersebut mengalami stagnasi (Violinda, 2018).

Di wilayah kabupaten Nganjuk Sablon Shift memiliki persaingan dengan usaha di bidang industri yang sama yaitu sablon, berikut merupakan data perbandingan diantara persaingan sejenis dalam menerapkan strategi pemasaran.

Tabel 1.1
Data Persaingan Industri Sablon di Wilayah Kabupaten Nganjuk

Strategi pemasaran (Marketing mix 4P)	Industri Kaos Sablon Shift Nganjuk	Industri Kaos Sablon Korak Pawon_Screen Printing	Industri Kaos Sablon Cadas_Screen Printing
Produk (<i>Product</i>)	Industri Sablon Shift Nganjuk bergerak pada bidang jasa percetakan sablon.	Industri Sablon Korak Pawon_Screen Printing bergerak pada bidang jasa percetakan sablon. Menerima percetakan	Industri Sablon Cadas_Screen Printing bergerak pada bidang jasa

Strategi pemasaran (Marketing mix 4P)	Industri Kaos Sablon Shift Nganjuk	Industri Kaos Sablon Korak Pawon_Screen Printing	Industri Kaos Sablon Cadas_Screen Printing
	Menerima percetakan sablon bijian dan berbagai jenis sablon manual dan sablon model terbaru.	sablon.	percetakan sablon. Menerima percetakan sablon secara manual .
Harga (<i>Price</i>)	Harga sablon yang ditawarkan oleh Sablon Shift Nganjuk relatif murah berkisar Rp.15.000 - Rp. 50.000, tergantung dari model desain dan bahan yang diinginkan oleh pelanggan	Harga sablon yang ditawarkan lebih murah dibandingkan sablon shift dan cadas screen printing dikarenakan dari segi detail sablon masih menggunakan proses secara manual berbeda dengan proses percetakan secara modern.	Harga sablon yang ditawarkan relatif lebih mahal dibandingkan sablon shift dikarenakan dalam industri sablon cadas screen printing lebih mengandalkan kecepatan proses sablon karena adanya banyaknya karyawan.
Tempat (<i>Place</i>)	Berdasarkan hasil observasi lokasi untuk menjalankan kegiatan usaha sangat strategis berada di tengah kota jadi lebih memudahkan masyarakat untuk mengenal produk sablon kaos yang di hasilkan dan Sablon Shift Nganjuk telah menggunakan media online google maps untuk mengetahui tata letaknya. Sablon Shift Nganjuk buka setiap hari mulai pukul 10.00 - 16.00 kecuali hari minggu atau tanggal merah.	Berdasarkan hasil observasi lokasi untuk menjalankan kegiatan usaha cukup strategis meskipun berada di pinggir wilayah kabupaten nganjuk tetapi usaha sablon ini menggunakan media online google maps untuk memudahkan konsumennya mengakses tata letaknya. Korak Pawon_Screen Printing Buka setiap hari kecuali tanggal merah pada pukul : 08.00-16.00	Berdasarkan hasil observasi lokasi untuk menjalankan kegiatan usaha kurang strategis karena berada di wilayah pedesaan dan berada di pinggiran wilayah kabupaten nganjuk, sehingga sulit dijangkau masyarakat keberadaannya meskipun telah menggunakan media online berupa google maps. Cadas_Screen Printing buka setiap hari kecuali hari besar atau hari libur. Buka Pukul 09.00-16.00.
Promosi (<i>Promotion</i>)	Dalam mempromosikan usahanya Sablon Shift Nganjuk melakukan promosi	Dalam mempromosikan usahanya Korak Pawon_Screen Printing menggunakan media sosial berupa instagram	Dalam mempromosikan usahanya Cadas_Screen Printing melalui

Strategi pemasaran (Marketing mix 4P)	Industri Kaos Sablon Shift Nganjuk	Industri Kaos Sablon Korak Pawon_Screen Printing	Industri Kaos Sablon Cadas_Screen Printing
	secara langsung maupun online dengan cara menyebar luaskan brosur dan stiker di tempat keramaian serta melalui jejaring sosial seperti instagram,facebook ,dan blog.	dan melakukan promosi melalui grub facebook	media sosial instagram dan media sosial lainnya.

Sumber data : Hasil observasi industri kaos sablon di kabupaten Nganjuk, 2023

Dapat diketahui berdasarkan tabel 1.1 peneliti yang melakukan observasi menjelaskan beberapa bauran pemasaran yang diterapkan oleh industri sablon di wilayah Kabupaten Nganjuk. Mengingat pentingnya strategi bauran pemasaran bagi keberlangsungan dan untuk mempertahankan bisnis, sangat penting adanya bauran pemasaran ini dilakukan oleh industri kaos Sablon Shift Nganjuk, yang selama ini berusaha untuk bertahan dan meningkatkan penjualan. Penulis melihat ada keterkaitan antara strategi bauran pemasaran dengan kondisi lapangan pasca pandemi Covid-19, sehingga dibutuhkan strategi inovasi dan strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menjangkau pelanggan lebih luas. Fenomena di atas industri Sablon Shift Nganjuk perlu melakukan pengembangan strategi pemasaran karena banyaknya pesaing sejenis, untuk itu pemilik usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan media digital untuk menarik para pelanggannya.

Penulis memilih penelitian ini di latar belakang oleh *research* ilmiah dari beberapa peneliti terdahulu. Berdasarkan dari penelitian (Yuliana et al., 2021) dan (Rofaida et al., 2020) kedua penelitian ini membahas tentang bagaimana cara menerapkan strategi inovasi yang tepat untuk

mengembangkan usaha di masa pandemi. (Rusdi, 2019) penelitian ini membahas tentang Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan pada perusahaan. (Kurniawan et al., 2018) Penelitian ini membahas tentang strategi pemasaran dan rencana pengembangan untuk perusahaan. (Sari & Sulistyawati, 2021) Penelitian ini membahas tentang penerapan strategi pemasaran melalui *marketing mix* 4P. Beberapa penelitian yang dilakukan (Septiani et al., 2021), (Sulistiyani & Setiyanto, 2020), (Violinda, 2018) temuan dari beberapa penelitian tersebut menemukan bagaimana menghadapi persaingan untuk meningkatkan keunggulan bersaing dan upaya meningkatkan daya saing antar UMKM.

Dapat dilihat dari analisis ilmiah penulis memilih penelitian ini dikarenakan di era sekarang dengan berkembangnya teknologi perlu adanya pengembangan dalam menyusun strategi pemasaran khususnya strategi *marketing mix* dan dari segi perbandingan banyaknya peneliti terdahulu yang mengambil strategi *marketing mix* pada suatu produk di industri kaos dan percetakan yang mengandalkan kecepatan penyajiannya, tampilannya, dan melakukan pekerjaannya menggunakan mesin canggih, sedangkan penelitian ini di ambil dari industri kaos yang bergerak khususnya pada kaos sablon yang lebih mengandalkan strategi pemasarannya yang menggunakan media sosial online untuk promosinya yaitu menggunakan media sosial facebook, instagram, dan *blog spot*. Jadi tidak hanya terfokus dengan kualitas produk dan ciri khas atau keunikan tersendiri diantara pesaingnya. Oleh karena itu penulis ingin meneliti bagaimana cara mengembangkan industri sablon kaos

yang merupakan industri kreatif yang memiliki potensi besar untuk berkembang dan dapat bertahan dengan adanya strategi inovasi yang dapat diterapkan pada Shift Sablon Nganjuk sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing antar industri sablon kaos pasca pandemi Covid-19, serta memberikan kontribusi dalam pengembangan industri kreatif secara keseluruhan. Berdasarkan uraian di atas penelitian ini diberi judul memberi judul penelitian ini dengan judul **"Implementasi Strategi Inovasi pada Sablon Shift Nganjuk sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Pasca Pandemi Covid-19 di Industri Sablon Kaos"**

B. Fokus Penelitian

fokusnya lebih ditujukan pada implementasi strategi inovasi pada Shift Sablon Nganjuk, yang merupakan perusahaan sablon kaos spesifik. Dalam skripsi ini, bahas strategi inovasi yang dapat diterapkan pada Shift Sablon Nganjuk untuk meningkatkan daya saing perusahaan di industri sablon kaos pasca pandemi Covid-19. Di era modern saat ini pemilik usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan media sosial yang sedang ramai digunakan oleh masyarakat untuk menarik perhatian calon pelanggan seperti menggunakan sosial media dan mengenalkan kepada generasi milenial dengan melakukan pengembangan strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing, hal ini bisa dilakukan melalui hasil analisis SWOT dan melakukan pengembangan inovasi *marketing mix* 4P pada Shift Sablon Nganjuk untuk memahami potensi pasar dan tantangan yang dihadapi perusahaan.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana analisis SWOT pada Sablon Shift Nganjuk untuk meningkatkan strategi inovasi baru di industri sablon kaos pasca pandemic Covid-19?
2. Bagaimana implementasi strategi inovasi melalui *marketing mix 4P* untuk dapat membantu Sablon Shift Nganjuk dalam meningkatkan daya saing di industry sablon kaos pasca pandemic Covid-19?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui analisis SWOT untuk meningkatkan strategi inovasi baru yang dapat diterapkan pada Sablon Shift Nganjuk untuk dikembangkan di industry sablon kaos.
2. Untuk mengetahui implementasi strategi *marketing mix 4P* yang dapat membantu Sablon Shift Nganjuk dalam meningkatkan daya saing di industry sablon kaos.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi pemaparan manfaat yang dapat dipetik dari hasil temuan penelitian ini nantinya, yang terdiri dari manfaat praktis dan teoritis.

1. Manfaat Teoritis
 - a). Untuk mendapatkan pengetahuan tentang berinovasi dalam meningkatkan daya saing antara perusahaan serta dapat mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha industri kaos Sablon Shift Nganjuk.
 - b). Dapat menjadi media pembelajaran secara nyata, karena dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat perkuliahan.

2. Manfaat Praktisi

- a). Bagi pelaku usaha Sablon Shift Nganjuk , hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dan masukan untuk mengembangkan strategi inovasi dan strategi pemasaran guna untuk meningkatkan penjualan pasca pandemi Covid-19.
- b). Sebagai acuan untuk pelaku usaha industri khususnya dibidang industri kaos sablon untuk mengetahui bagaimana menciptakan inovasi baru dan strategi pemasaran yang berguna untuk mengembangkan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, H. B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta , 2016.
- Amstrong, kotler. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Indonesia: PT. Gelora Aksara Pratama Jakarta : Erlangga, 2008.
- Asmara, A. Y., & Rahayu, S. (2019). Meningkatkan Daya Saing Industri Kecil Menengah Melalui Inovasi Dan Pemanfaatan Jaringan Sosial: Pembelajaran Dari Kluster Industri Software Di India. *JP FEB Unsoed*, 3(Jurnal Pemasaran Kompetitif), 33. <http://www.kemenerin.go.id/artikel/5210/Daya-Saing-IKM-Perlu-Ditingkatkan>
- Djama'an Satori, A. K. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif* (Cet. 6). Bandung: Alfabeta, 2014. <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/pencarian-sederhana?action=pencarianSederhana&ruas=Subyek&bahan=Semua Jenis Bahan&katakunci=metodologi penelitian>
- Fanggidae, A. H. J. (2006). Strategi Pemasaran Pariwisata: Segmentation, Target Market, Positioning Dan Marketing Mix. *Manajemen Usahawan Indonesia*, Vol. XXXV, 44–54. <https://lontar.ui.ac.id/detail?id=91102&lokasi=lokal>
- Fauzi, C. B., Mandey, S. L., & Rotinsulu, J. J. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing di Coffee Shop Pulang Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 51. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39392>
- H. Andrew Ven, V. de. (2016). The Innovation Journey: You Can't Control It, But You Can Learn To Maneuver It. *Organization and Management Journal*. https://www.researchgate.net/publication/310603380_The_innovation_journey_you_can%27t_control_it_but_you_can_learn_to_maneuver_it
- Hernández, M. L. (2010). *Basic Concepts of Innovation and Innovation Management*, Student Material. <https://www.etsisi.upm.es/sites/default/files/Avisos/ModuloII.pdf>
- Industri Kaos Sablon Shift Nganjuk. (2023). *Google Maps Sablon Shift Nganjuk*. 2023. <https://goo.gl/maps/khHWyxvsXYGc2EGGA>
- Keegan, Warren J, M. C. G. (2008). *Global Marketing*. London : Pearson Education Limited., 2008.
- Kurniawan, A. W., Hasiholan, L. B., & Malik, D. (2018). Strategi Pemasaran dan Rencana Pengembangan Rumah Makan (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Pemasaran dan Rencana Pengembangan Omah Roso Resto and Café di Cabang Baru Pemuda Semarang). *Journal of Management*, Vol. 4(4), 1–15. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/download/1136/1108>
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta , 2009.

<https://onesearch.id/Record/IOS3755.JABAR000000000011722?widget=1#oldings>

- Priangani, A. U. B. (2013). Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global. *Jurnal Kebangsaan*, 2013.
- Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (Cetakan kedua puluh)*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama 2015.
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Rusdi, M. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Perusahaan Genteng UD. Berkah Jaya. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6686>
- Sari, A. P., & Sulistyawati, L. (2021). Strategi Bauran Pemasaran Mie Jades. *Universitas Pembangunan Nasional “Verteran” Jawa Timur*.
- Septiani, I., Cahya, A. D., Kurnia, D., Khairunnisa, C., Manajemen, S., Sarjanawiyata, U., & Yogyakarta, T. (2021). Analisis Model Bisnis Pada Pengembangan Usaha Outbound Di Villa Buleud.(*Jurnal Kalibrasi Sekolah Tinggi Teknologi Garut. Jurnal Ilmiah Feasible*, 3(2), 126–135.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d* (Ed. 1, Cet). Bandung : Alfabeta., 2019. https://pustaka.kemdikbud.go.id/libdikbud/index.php?p=show_detail&id=45626
- Sulistiyan, P. A., & Setiyanto. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif, Volume 3, Pege (Hal.) : 31 – 39*. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Tjiptono Fandy;, & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik : Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategik, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing / Fandy Tjiptono, Ph.D., Gregorius Chandra*.
- Violinda, Q. (2018). Strategi dan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) .(Case Study pada UMKM di Semarang). *Stability: Journal of Management and Business*, 1(1). <https://doi.org/10.26877/sta.v1i1.2612>
- Yuliana, I., Arista, A., & Kustiningsih, N. (2021). Strategi Inovasi Terhadap Peningkatan Profit Dimasa Pandemi Pada Umkm Our Mask. *Journal of Accounting and Financial Issue (JAFIS)*, 1, 61–66. <https://doi.org/10.24929/jafis.v1i2.1265>