

Analisis Strategi Marketing Percetakan CV Antique Production dalam Perpektif Ekonomi Islam
(Studi Kasus: CV. Antique Production, Medan, Sumatera Utara)

Royhan Hasyim Hutapea, Marliyah

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Kota Medan, Indonesia, Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara, Medan, Indonesia

Royhanhutapea@gmail.com, marliyah@uinsu.ac.id

ABSTRAK

Berikut Penelitian yang bertujuan untuk memberi tau tentang Strategi Marketing yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi apakah sudah terlaksana. Yang kita ketahui selama ini bahwa setiap konsumen memiliki perbedaan dan alasan untuk dapat mengkonsumsi barang dan jasa. Dari pernyataan tersebut perusahaan berfikir bagaimana caranya agar bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, yang kemudian menghasilkan suatu hal agar dapat memberi kesadaran dan rasa ketertarikan kepada pelanggan agar mau memakai atau membeli jasa dan produk yang bersangkutan. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode deskripsi yang dimana salah satu jenis metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan mengklarifikasi objek sesuai dengan apa adanya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa penerapan marketing yang ada di CV. Antique Production memiliki pengaruh yang kuat terhadap meningkat atau tidaknya usaha ini hingga dapat berkembang dan maju, masih tetap eksis hingga detik ini semua itu dilihat dari usaha yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Dengan adanya penerapan nilai- nilai islam didalam perjalanan membangun usaha yang dirintis serta tidak luput dari seorang pemimpin yang perharian dan kerjasama tim yang baik dalam bekerja. Dalam ekonomi islam juga menerapkan pemasaran atau promosi untuk menawarkan, menginfokan, serta menjual produk atau jasa di pasar. Dengan memasarkan atau mempromosikan dengan begitu masyarakat akan tau keberadaan produk dan jasa.

Kata Kunci: Marketing, Pemasaran, Usaha Percetakan, Ekonomi Islam

ABSTRACT

The following research aims to inform about the Marketing Strategy which consists of product, price, place, promotion whether it has been implemented. What we know so far is that every consumer has differences and reasons to be able to consume goods and services. From this statement, the company thinks how to fulfill the needs and desires of customers, which then produces something in order to give awareness and interest to customers so that they want to use or buy the services and products in question. The research method used is the description method, which is one type of research method that seeks to describe and clarify objects as they are. The results of this study explain that the application of marketing in CV. Antique Production has a strong influence on whether or not this business increases so that it can develop and progress, it still exists to this day, all of that can be seen from the business that is within the company itself. With the application of Islamic values in the journey of building a pioneered business and not spared from a daily leader and good teamwork at work. In Islamic economics, it also applies marketing or promotion to offer, inform, and sell products or services in the market. By marketing or promoting, people will know the existence of products and services.

Keywords: Marketing, Marketing, Printing Business, Islamic Economy

PENDAHULUAN

Sangat banyaknya orang yang memiliki keinginan agar dapat melakukan atau menjalankan sebuah bisnis, dari mulai kalangan remaja, dewasa, hingga orang-orang yang sudah tua dan berumah tangga, namun dari segi modal yang menjadi kendala dan alasan yang membuat runtuhnya niat untuk memulai usaha. Padahal kalau di pikir-pikir didalam merintis usaha itu tidak semuanya harus diawali dengan aspek permodalan yang biasanya disangkut pautkan dengan materi. Karena didalam dunia nyatanya banyak sekali orang-orang yang memiliki banyak modalpun masih bingung untuk menentukan investasi yang akan dijalankan didalam dunia kewirausahaan. Kewirausahaan adalah suatu ilmu yang mengkaji tentang pengembangan dan pembangunan semangat kreativitas serta berani menanggung risiko terhadap pekerjaan yang dilakukan demi mewujudkan hasil karya tersebut. Keberanian mengambil resiko sudah menjadi milik seorang wirausahawan karena ia dituntut untuk berani

dan siap jika usaha yang dilakukan tersebut belum memiliki nilai perhatian di pasar. Peter F. Drucker dalam Kasmir mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Olehnya modal bukanlah jadi penghambat seseorang dapat menjalankan sebuah usaha, dengan membangun bisnis, keberanianlah yang menjadi dorongan seorang dalam bertindak atau action untuk menjadi wirausahaan sukses.

Istilah bisnis sendiri diambil dari kata business (bahasa inggris) yang berarti kegiatan usaha (perusahaan). Kegiatan bisnis sevara luas dapat diartikan juga suatu kegiatan usaha yang dijalankan oleh badan usaha atau orang secara terus menerus dan teratur. Misalnya mengadakan kegiatan yang berupa jual beli barang-barang atau jasa, atau bahkan memberikan sewahan yang tujuannya untuk menghasilkan keuntungan. Keputusan dari orang yang bertekad menjadi salah satu pelaku usaha walaupun hanya dalam skala kecil itu juga bisa disebut sebagai wirausahawan. Seseorang wirausahawan perlu untuk mengembanangkan jiwa kewirausahaan. Dalam kehidupan nyatanya yang dilakukan wirausahawan itu akan mengalir dengan sendirinya kemudian sukses dan ini bisa dikatakan sebagai bakat bawaan dari seseorang yang tanpa disadari sudah ada dengan sendirinya di dalam diri seorang wirausahawan. Namun disalam menjalankan perbisnisan usahaa harus sangat memiliki sebuah tujuan agar dapat memperoleh suatu laba, dan tujuan itu tidak hanya karena laba kemudian bisa melakukan segala cara yang tidak baik dan tidak ada didalam nilai-nilai islam. Islam mewajibkan kepada semua muslim khususnya yang memiliki tanggungun untuk bekerja. Sebab pokok bekerja yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Dengan berusaha mencari nafkah, Allah swt telah melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan manusia mencari rezeki.

Pandangan dari sisi etika islam, sebagai seorang pengusaha tidak semata-mata tujuannya hanya keuntungan dan keuntungan saja, melainkan juga bersedekah, yaitu kemantapan dari usaha itu dengan memperoleh keuntungan yang wajar dan diridhoi oleh Allah swt. Ini artiny kita harus bisa menjadi seorang pedagang yang didalam menjalankan bisnisnya tidak semuanya semata-mata karena keuntungan materi saja melainkan, harus bisa meraih keuntungan immaterial (spiritual) juga agar barakah dan seimbang urusan duniawi dengan urusan akhiratnya. Berkembangnya zaman yang semakin maju dan didukung oleh perkembangnya teknologi yang mutakhir, kehidupan dunia usaha mengalami persaingan yang semakin ketat agar dapat bisa bertahan dan terus berkembang demi mendukung tujuan jangka panjang bisnis usahanya. Dengan mengandalkan kemajuan tekonologi tersebut, banyak orang yang melirik peluang usaha percetakan. Dimana saat ini salah satu usaha di Kota Medan bisa

dikatakan sebagai bisnis yang tidak pernah surut, yaitu usaha percetakan. Usaha percetakan adalah usaha memproses gambar atau kalimat ke dalam kertas maupun kain sehingga konsumen mengetahui maksud yang disampaikan. Usaha ini membutuhkan berbagai proses dari segi bentuk dan pengaturan tata letak gambar, kata-kata, serta warna, untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga pelanggan akan datang untuk kembali menggunakan jasa tersebut.

Usaha percetakan yang menggunakan border computer dan mesinmesin digital printing, yang mana saat ini mulai diperhitungkan keberadaannya yang semakin pesat dan usaha tersebut memiliki banyak peminatnya, dengan berbagai jenis tawaran print digital lainnya, yang menjadi kebutuhan masyarakat pada umumnya. Dalam memproses cetakan, dibutuhkan tinta cetak, flat, mesin cetak, mesin potong dan karyawan. Bisnis percetakan dapat dimulai dengan mencetak keperluan anak sekolah, keperluan kantor, keperluan instansi, keperluan dari departemen-departemen sehingga dapat melakukan penawaran kesekolah, kantor maupun kedepartemen. Hubungan baik dengan berbagai pihak serta menjaga kualitas produk sangat diperlukan untuk mendapatkan pesanan dalam jumlah besar. Ketatnya persaingan usaha membuat pengusaha menciptakan strategi untuk memasarkan produk dan jasa yang mereka miliki dan menawarkan kepada masyarakat. Seiring dengan sejarah manusia dalam memenuhi kebutuhannya, ada pihak yang meminta dan ada yang menawarkan. Pemasaran menarik perhatian yang sangat besar baik dari perusahaan agar tetap eksis dan bertahan di pasar dengan produk barang dan jasa yang diminati dikalangan masyarakat.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia, bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena lainnya.

Wawancara: Wawancara mendalam digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu proses memperoleh informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, baik dengan pewawancara tatap muka dengan informasi atau tanpa menggunakan pedoman wawancara . Hal ini dilakukan agar jawaban yang diberikan lengkap dan tetap memberikan kebebasan

kepada partisipan untuk menggunakan istilahnya sendiri tentang fenomena yang diteliti, bukan hanya menjawab pertanyaan.

Observasi: Sebagai upaya peneliti untuk menyajikan gambaran observasi langsung kelapangan guna mendapatkan data yang kemudian diolah dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan pengecekan keabsahan data dengan melakukan verifikasi melalui proses triangulasi metode dan data.

Tempat dan Waktu Penelitian: Penelitian ini dilakukan di CV. Antique Production, Medan, Sumatera Utara dengan Waktu Penelitian Selama 1 bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

CV. Antique Production merupakan Perusahaan Pengadaan Barang dan Jasa yang didirikan di Medan pada 16 Juli 2014 dengan nama panggung ANreklame. CV. Antique Production telah memulai awal distribusinya dari sebelum Perusahaan ini Memegang Gelar CV-Nya. pada awalnya CV. Antique Production bergerak dibidang usaha pengadaan barang (General Supplier) dan memfokuskan bisnis pada pengadaan barang-barang dan material pendukung untuk kegiatan-kegiatan besar maupun kecil. Dalam perjalanan bisnisnya, didukung oleh partner-partner bisnis yang terpercaya dalam merintis produk-produk dan inovasi baru dari tahun ke tahun.

Perusahaan ini berstatus badan hukum yakni CV. Antique Perusahaan percetakan ini menawarkan produk dan jasa percetakan digital, berbagai bordiran, jahit, konveksi, baliho, spanduk, buku cetak, souvenir, banner, printer, kalender dan semua jenis cetakan lainnya. Perusahaan percetakan sama halnya dengan perusahaan di bidang-bidang lain yang mempunyai strategi yang mampu membuat kiprah perusahaannya diminati di dunia pasar. CV. Antique pun demikian peminatnya datang dari berbagai kalangan. Mulai dari pengguna kalangan berasal dari instansi, perorangan, partai, organisasi, sekolah maupun kampus. Penetapan harga dihitung berdasarkan nilai produksinya, diantaranya hitung modal, tenaga kerja listrik dan lain-lainnya kemudian dapat ditentukan margin dari suatu produk. Produk dan jasa percetakan memiliki teknik promosi agar perusahaan mereka dikenal dan dapat bersaing secara sehat dengan perusahaan lain, aPromosi iklan mulai dari media cetak Koran social mediaa, banyaak juga langsung dari marketing dan direct selling. Percetakan yang mempunyai slogan “Rajanya Spanduk” hingga saat ini memiliki karyawan mencapai 48

orang. Mesin-mesin penunjang majunya industry ini dilengkapi 3 mesin digital printing, mesin offset, mesin ID Card, mesin sablon, mesin jahit manual dll.

Strategi Marketing CV. Antique: Strategi marketing mix yang dilakukan oleh CV. Antique dalam meningkatkan usahanya dengan menggunakan empat strategi marketing mix yang dilakukan dengan strategi produk, strategi harga, strategi tempat dan strategi promosi. Usaha percetakan kami memiliki cara atau strategi agar bias terus dikenal dan dimanfaatkan oleh khalayak. Masyarakat mengenal produk kami dan menjadi konsumen dari perusahaan kami. Olehnya banyak srategi yang kami terapkan hingga saat ini.

Strategi produk dilakukan CV. Tinta Kaili menawarkan produk dan jasa di bidang percetakakan kepada konsumen / masyarakat Kota Palu melalui agen pemasarannya. Produk yang ditawarkan oleh perusahaan ini berupa berbagai jenis border, jahit konveksi, sablon. Produk yang pada Percetakan CV. Antique diantara lain sebagai berikut:

Tabel 1.1 Produk CV. Antique

No	Jenis	Keterangan
1	Bording Komputer	Kemeja, Jaket, Kaos, Logo, Pataka, Topi, Handuk dll.
2	Printing Digital	Cover Baliho, Spanduk, X Banner, Roll Banner, Sriker, One Way Vision.
3	Percetakan Offiset Printing	Poster, Brosur, Kalender, ID Card.
4	Konveksi	Offiset Printing, Cutting Stiker, Accessories.

Harga: Strategi penetapan harga dari suatu produk atau jasa yang dikerjakan ditentukan berdasarkan modal produksi, dari mulai bahan, jenis bordiran/ sablon, tenaga kerja, listrik bahan kaos kualitas jahitan warna kaos gramasi kaosdesain jenis bahan jenis sablon jenis bodir proses produksi ukuran/pola dan lama waktu pengerjaannya. memberikan potongan harga pada pelanggan yang sering memesan produk.

Tempat: Strategi tempat, lokasi CV. Antaque berada di daerah yang cukup banyak penduduknya yang mempunyai peluang potensi pasar yang besar.juga berada di tempat keramaian letaknya di jejeran ruko di daerah pusat kota. Tempat tersebut merupakan lokasi yang tingkat kompetisinya rendah serta akses menuju ke tempat ini mudah dijangkau.Dari awal merintis pimpinan percetakan telah menjalankan usaha mulai dari ngontra hingga

akhirnya memiliki lokasi sendiri, ada keinginan Pimpinan membuka cabang di daerah lain apabila nantinya dikemudian hari permintaan akan jasa percetakan miliknya sudah tersebar di berbagai daerah. Adapun lokasi Kerja Praktik (KP) yang dilakukan penulis adalah di Cv. Antique Production yang berada di Jl. Gaharu blok M 35 Medan Timur.

Promosi: Strategi promosi yang dilakukan perusahaan agar tetap mempertahankan pelanggan serta menarik konsumen baru yang dilakukan percetakan CV. Antique:

- a) Penjualan Tatap Muka (Personal Selling), bentuk promosi secara perorangan dengannya melalui lisan dalam suatu pembicaraan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen.
- b) Memakai sistem tender, bentuk promosinya seperti dari perusahaan yang satu ke yang lainnya mulai dari perusahaan negeri milik pemerintah maupun swasta, dan kemungkinan CV. Antique akan dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan juga untuk dilihat manakah yang lebih layak untuk diajak kerja sama. jika mereka tertarik dengan perusahaan kita disitulah CV. Antique mendapatkan keuntungan atau menang tender. Bisa juga orang dari perusahaan langsung yang datang untuk mengajak kerja sama.

Tabel 1.2 Data Pelanggan

<i>Field Name</i>	<i>Type Data</i>	<i>Size</i>	Keterangan
KdPelanggan	<i>Varchar</i>	3	Kode Pelanggan
Nama	<i>Varchar</i>	25	Nama Pelanggan
JK	<i>Varchar</i>	12	Jenis Kelamin
Alamat	<i>Varchar</i>	35	Alamat
Nohp	<i>Varchar</i>	15	No.HP
Pesanan	<i>Varchar</i>	35	Pesanan

Tabel 1.3 Desain data Pelanggan salah satu bahan untuk membuat promosi lebih menjadi menarik.

The image shows a user interface for a customer data entry form. At the top left is the logo for 'CV. ANTIQUE Production'. To the right, the text 'CV. Antique Production' is displayed. The form consists of several input fields and buttons:

- Kode:** A text box with a circled number 1.
- Nama:** A text box with a circled number 2.
- Jenis:** A dropdown menu with a circled number 3.
- Alamat:** A text box with a circled number 4.
- No Telp/Hp:** A text box with a circled number 5.
- Pesanan:** A text box with a circled number 6.
- Tanggal:** A text box with a circled number 7.
- Buttons:** A row of six buttons: 'Baru' (8), 'Simpan' (9), 'Edit' (10), 'Hapus' (11), 'Batal' (12), and 'Keluar' (13).
- Large Text Area:** A large rectangular area at the bottom with a circled number 14, containing the letters 'pe' and 'T'.

Gambar1.3 Rancangan Form input Data Pelanggan

Keterangan :

1. Menggunakan *TextBox* untuk mengInput Kode Pelanggan
2. Menggunakan *TextBox* untuk mengInput Nama
3. Menggunakan *ComboBox* untuk mengInput Jenis Kelamin
4. Menggunakan *TextBox* untuk mengInput Alamat
5. Menggunakan *TextBox* untuk mengInput No Telp/Hp
6. Menggunakan *TextBox* untuk mengInput Pesanan
7. Menggunakan *TextBox* untuk mengInput Tanggal Setiap Pesanan
8. Menggunakan *Button* untuk tombol Baru.
9. Menggunakan *Button* untuk tombol Simpan
10. Menggunakan *Button* untuk tombol Edit
11. Menggunakan *Button* untuk tombol Hapus

12. Menggunakan *Button* untuk tombol Batal
13. Menggunakan *Button* untuk tombol Keluar
14. Menggunakan *Listview* untuk Rincian Semua Pemesanan Pelanggan

Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam: Kegiatan pemasaran pada CV. Tinta Kaili berupa pelayanan barang dan jasa kepada konsumennya. *marketing mix* bauran pemasaran dari kegiatan percetakan ini berupa produk, harga, tempat, dan promosi. Merupakan unsur pemasaran yang harus tepat, dan rencana-rencana dari setiap unsur tersebut juga harus tepat. Bauran pemasaran merupakan variabel yang dapat dikendalikan oleh organisasi perusahaan untuk melakukan penyesuaian-penyesuaian terhadap target pasar atau mempengaruhi target pasar tersebut. organisasi perusahaan harus mengembangkan strategi-strategi dengan mengsinkronisasikan unsur-unsur bauran pemasaran untuk mencapai sasaran yang sama.

Syariah marketing merupakan suatu proses bisnis yang keseluruhan prosesnya menerapkan nilai-nilai Islam. Suatu cara bagaimana memasarkan suatu proses bisnis yang mengedepankan nilai-nilai yang mengagungkan keadilan dan kejujuran. Marketing sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholders-nya. Jadi, bagi kami syariah marketing adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Nabi Muhammad berhasil dalam melakukan bisnis. Pertama adalah jujur atau benar. Dalam berdagang, Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Bila ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, maka tanpa ditanyakan Nabi Muhammad langsung menyapaikannya dengan jujur dan benar. Kedua, amanah atau dapat dipercaya. Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang. Sifat Nabi Muhammad ketiga adalah fathonah atau cerdas dan bijaksana. Dalam hal ini, pebisnis yang fathonah merupakan pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik. Dengan sifat ini, pebisnis dapat menumbuhkan kreativitas dan kemampuan dalam melakukan berbagai inovasi yang bermanfaat bagi perusahaan. Kita perlu

menggunakan sifat ini agar bisa menjadi seorang pebisnis yang sukses. Dan keempat, Nabi Muhammad memiliki sifat tabligh atau argumentatif dan komunikatif. Bila anda seorang pemasar, maka anda harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

Al-Quran juga mengatur kegiatan kehidupan atau muamalah. Juga etika perdagangan, penjualan atau pemasaran. Salah satu ayat Al-Quran yang dipedomani sebagai etika marketing adalah QS. Al-Baqarah. Surat kedua dalam Al-Quran ini terdiri atas 286 ayat, 6.221 kata dan 25.500 huruf, dan tergolong surat Madaniyah. Sebagian besar ayat dalam surat ini diturunkan pada permulaan hijrah, kecuali ayat 281 yang diturunkan di Mina saat peristiwa Haji Wada'. Surat ini yang terpanjang dalam Al-Quran.

Berdagang penting dalam Islam. Begitu pentingnya, hingga Allah Subhanahu wa ta'ala menunjuk Muhammad sebagai seorang pedagang sangat sukses sebelum beliau diangkat menjadi nabi. Ini menunjukkan Allah Subhanahu wata'ala mengajarkan dengan kejujuran yang dilakukan oleh Muhammad bin Abdullah saat beliau menjadi pedagang bahwa dagangnya tidak merugi, namun malah menjadikan beliau pengusaha sukses. Oleh karena itu, umat Islam (khususnya pedagang) hendaknya mencontoh beliau saat beliau berdagang. Dalam berdagang, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan values dari satu inisiator kepada stakeholder-nya. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

KESIMPULAN: Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis dapat menarik kesimpulan bahwasannya penerapan *marketing* yang ada di percetakan CV. Antique memiliki peran terhadap meningkatnya usaha ini hingga berkembang dan maju, tetap eksis hingga saat ini dilihat dari usaha yang ada di perusahaan itu sendiri. Maka artinya penerapan marketing mix sangat berhasil dalam membawa CV. Antique kepada peningkatan usaha yang dimilikinya melalui 4p yaitu (*Product*) Produk, (*Price*) harga, (*Promotion*) promosi, dan (*Place*) tempat. Kemajuan dan meningkatnya usaha percetakan ini tidak dapat dipungkiri juga bahwasannya usaha yang ada di CV. Antique berhasil karena adanya penerapan nilai-nilai islami dalam menjalankan pekerjaan selama usaha ini dirintis serta tak luput perhatian seorang pemimpin dan kerjasama tim yang baik dalam bekerja.

SARAN:

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini: harus adanya penetapan marketing yang baik sampai seterusnya di CV. Antique, gunanya untuk membuat para pelanggan tetap maupun yang baru aka selalu kembali terus untuk memakai jasa atau barang dari CV. Antique. Dan para pelanggan memiliki kepercayaan sepenuhnya kepada CV. Antique

DAFTAR PUSTAKA

Adhari, L. Z. (2020). Cara Mudah Bisnis Percetakan yang Kekinian. *JMP*.

Asmoro, M. T. (2012). Strategi Komunikasi Percetakan Strategi Komunikasi Pemasaran Percetakan Chandra Offset dalam Menghadapi Persaingan Dunia. *UPNYK Veteran*.

Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Wal iPers.

Asyhadie, Z. (2005). *Hukum Bisnis*. Jakarta: Rajawali.

Azis, A. (2013). *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha*,. Bandung: Alfabeta.

Pratama, P. A. (2014). *Sistem Informasi dan Implementasinya*. Bandung: Informasi Bandung: Informatika.

Uripin, C. R. (2019). Strategi Memenangkan Persaingan pada Bisnis Percetakan di Kota Purwokerto. *UNWIKU*.