

ANALYSIS OF EFFORTS TO MAINTAIN PROFITS IN SEASONAL TIMES AT CIPTA GRAFIKA KARAWANG PRINTING

ANALISIS UPAYA MEMPERTAHANKAN LABA DI MASA MUSIMAN PADA PERCETAKAN CIPTA GRAFIKA KARAWANG

Sephia Nurul Susanti¹, Dedi Mulyadi², Santi Pertiwi Hari Sandi³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Buana Perjuangan Karawang¹²³

mn19.sephiasusanti@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, dedi.mulyadi@ubpkarawang.ac.id²,

santi.pertiwi@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya mempertahankan keuntungan pada saat musiman pada Cipta Graphic Printing. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2022 – Juni 2023 di Kabupaten Karawang dengan objek Cipta Graphic Printing. Percetakan Ciptagrafis menawarkan segala jenis produk dan layanan pencetakan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya yang dilakukan Cipta Graphic Printing dalam mempertahankan laba operasional dengan memberikan diskon harga dimaksudkan untuk menarik konsumen agar tertarik melakukan pemesanan terlebih dahulu. Kemudian Cipta Grafis juga mengikuti beberapa event yang bertujuan untuk promosi agar dapat meningkatkan penjualan atau bekerjasama dengan pihak lain seperti bekerja sama dengan wedding organizer untuk undangan dan bekerja sama dengan sekolah untuk mempromosikan kalender bagi siswa/wali siswa sekolah tersebut. Upaya tersebut telah membantu Cipta Grafis untuk dapat mempertahankan keuntungannya agar tidak mengalami kerugian ketika musim tidak berlangsung dengan melihat peluang dan tren pasar.

Kata Kunci : Keuntungan, Periode Musiman, Usaha, Pencetakan

ABSTRACT

This research was conducted to determine the efforts to maintain profits during seasonal times at the Cipta Graphic Printing. This research was conducted in December 2022 - June 2023 in Karawang Regency with the object being the Cipta Graphic Printing. Ciptagraphic printing offers all kinds of products and printing services. The research method used is descriptive with a qualitative approach. data collection was done by interview and observation. The results of the study show that the efforts made by the Cipta Graphic Printing in maintaining operating profit by providing price discounts are intended to attract consumers to be interested in making reservations in advance. Then Cipta Graphic also took part in several events, aiming for promotion so that it could increase sales or cooperate with other parties such as working with wedding organizers for invitations and working with schools to promote calendars for students/guardians of the school's students. These efforts have helped Cipta Graphic to be able to maintain its profit so that it does not experience losses when the season does not last by looking at market opportunities and trends.

Keywords: Profit, Seasonal Period, Effort, Printing

PENDAHULUAN

Industri di Kota Karawang mengalami pertumbuhan yang pesat dan

signifikan saat ini, dengan munculnya banyak perusahaan baru yang bertujuan untuk mencapai laba yang optimal. Hal ini

mengakibatkan persaingan pasar industri semakin ketat, karena semua perusahaan berlomba-lomba untuk memperoleh keuntungan dan laba perusahaan yang maksimal (Kemenperi, 2019)

Salah satunya merupakan industri percetakan yang ada di Karawang, yang awalnya didominasi oleh perusahaan-perusahaan percetakan dengan skala kecil dan menengah yang fokus pada kebutuhan cetak lokal. Namun, dengan perubahan dalam kondisi bisnis, adopsi teknologi baru, serta *trend* dikalangan masyarakat membuat perkembangan usaha percetakan di Karawang mengalami lonjakan yang sangat signifikan. (Simonaramah, 2023)

Dari data yang ada pada Ikatan Percetakan Karawang terdapat lebih dari 1.000 percetakan yang beroperasi di Kabupaten Karawang, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Bisnis Percetakan Karawang

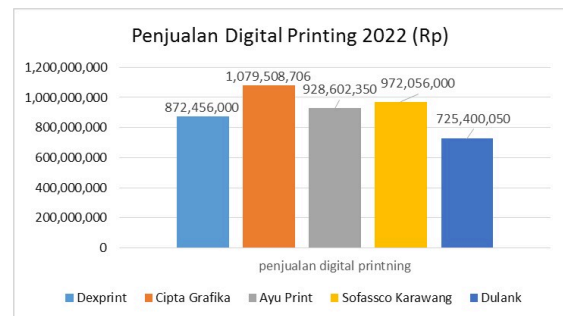
No	Kategori Bisnis	Jumlah Percetakan
1	Percetakan Besar	35
2	Percetakan Kecil	138
3	Agen Percetakan	1.072

Sumber : Ikatan Percetakan Karawang, 2023

Berdasarkan data dalam tabel 1. industri percetakan di Kabupaten Karawang mengalami pertumbuhan yang pesat. Jumlah agen percetakan di Kabupaten Karawang telah mencapai 1.072 unit usaha. Banyak perusahaan baru yang bermunculan di Kabupaten Karawang, namun tidak sedikit pula perusahaan yang mengalami kegagalan dalam menghadapi persaingan dan kesulitan bertahan pada waktu musiman tertentu. Oleh karena itu dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, para pelaku bisnis perlu mengidentifikasi peluang pasar yang ada dan merencanakan strategi yang tepat guna meningkatkan penjualan dan mencapai

keuntungan maksimal (Sungkawa & Megasari, 2011).

Salah satu fenomena umum dalam kegagalan usaha disektor percetakan yaitu adanya fluktuasi laba sebagai akibat dari pengaruh masa musiman. Masa musiman merupakan periode di mana permintaan produk atau layanan tertentu mengalami fluktuasi yang signifikan. Masa musiman dapat mempengaruhi pola permintaan dan aktivitas ekonomi, yang pada gilirannya dapat memengaruhi pendapatan dan laba perusahaan (Darmawan et al., 2016).



Gambar 1. Grafik Penjualan 5 Percetakan di Karawang Tahun 2022

Sumber: Diolah Penulis (2023)

Hasil Observasi pada 5 percetakan besar yang ada di Karawang yaitu Dexprint, Cipta Grafika, Ayu Print, Sofassco Karawang dan Dulank didapatkan grafik penjualan pada tahun 2022, seperti pada gambar 1 diatas, terlihat bahwa pada 5 percetakan besar yang ada di Karawang memiliki rata-rata penjualan di atas 900 juta pada tahun 2022, ini membuktikan bahwa industri percetakan di Karawang mengalami perkembangan yang baik setelah terjadi pandemi Covid-19 pada tahun 2020 dan 2021. Setelah dilakukan observasi pada 5 percetakan ini, faktor yang memiliki dampak sangat besar yaitu pada faktor musiman, ini dikarenakan produk percetakan dominan berkaitan dengan kebutuhan khusus dimana kebutuhan khusus mungkin muncul karena adanya

suatu acara seperti undangan untuk pernikahan, banner dan brosur untuk promosi, kalender untuk tahun baru. Musim-musim tertentu dapat membuka peluang bisnis sementara bagi percetakan, yang dapat meningkatkan laba dan penjualan sehingga dapat membantu pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

Percetakan Cipta Grafika dipilih oleh peneliti sebagai objek penelitian karena berdasarkan grafik penjualan pada gambar 1, penjualan Cipta Grafika berada pada posisi pertama yaitu Rp 1.079.508.706 ini merupakan penjualan terbaik diantara yang lain dan Cipta Grafika juga merupakan percetakan terbesar di Karawang yang sudah melayani konsumen lebih dari 25 tahun, berdiri sejak tahun 1994 membuat cipta grafika memiliki banyak pengalaman dalam menghadapi berbagai rintangan dalam perkembangan usahanya (Cipta Grafika, 2023).

Hasil wawancara dengan pihak Cipta Grafika beberapa kendala yang dihadapi yaitu permintaan yang tidak stabil, dalam beberapa priode waktu tertentu jumlah permintaan bisa meningkat secara tajam, namun diluar periode tersebut permintaan dapat menurun secara drastis contohnya seperti permintaan percetakan kalender dan undangan (Gilby Firdaus, 2017). Fluktuasi ini menyebabkan tidak stabilnya laba yang didapatkan oleh Cipta Grafika.

Masa musiman sering kali menjadi waktu yang sibuk bagi Cipta Grafika karena banyaknya perusahaan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan pesanan musiman yang besar. Hal ini dapat menyebabkan penurunan harga atau peningkatan promosi, sehingga berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Perusahaan perlu mengembangkan strategi pemasaran dan keunggulan kompetitif untuk tetap bersaing dengan efektif (Hermansyah & Dahmiri, 2019). Permintaan yang tinggi selama periode sibuk dapat menyebabkan peningkatan biaya bahan baku, tenaga kerja, atau biaya operasional lainnya. Jika perusahaan tidak dapat mengelola biaya dengan efektif, laba dapat menurun atau bahkan menjadi negatif (Puspitasari & Ruchjana, 2022).

Beberapa penelitian terdahulu yang memiliki topik penelitian yang sama, seperti yang dilakukan oleh (Sandi, 2022) dalam penelitian yang berjudul Upaya Mempertahankan Laba Di Masa PPKM Pandemi Covid-19 Pada UMKM Simping dan Rengginang Di Desa Dukuhkarya Kecamatan Rengasdengklok Karawang mengungkapkan bahwa di masa pandemi tersebut sangat berpengaruh terhadap pendapatan usahanya sehingga harus merubah cara berjualannya sebagai salah satu upaya dalam mepertahankan labanya. Menurut (Maulana & Koesfardani, 2021) dalam penelitian yang berjudul Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali mengungkapkan bahwa fluktuasi musiman sangat penting yang berpengaruh langsung dengan kebutuhan modal serta menciptakan masalah pengoperasian untuk industri pariwisata, sehingga berdampak pada Harga, biaya dan *profitabilitas* serta kualitas layanan pariwisatanya.

Berdasarkan latar belakang diatas, didapatkan gambaran untuk mempertahankan laba, perusahaan harus mempersiapkan diri untuk masa musiman dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan tren pasar. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis

upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk membantu dalam mempertahankan laba dari pengaruh masa musiman, maka dari itu dengan dukungan teori dan penelitian terdahulu sehingga peneliti mengangkat judul **“Analisis Upaya Mempertahakan Laba di Masa Musiman Pada Percetakan Cipta Grafika Karawang”**.

Laba

Menurut (Calista et al., 2022) Laba dianggap sebagai indikator terbaik untuk mengevaluasi kinerja suatu perusahaan. Informasi mengenai laba mencerminkan kinerja perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas di masa yang akan datang. Hal ini juga dapat berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan terkait pembagian dividen kepada para pemegang saham. Sedangkan Laba menurut Stice, et al. (2009) dalam (Mulyaningsih & Rahayu, 2016) Laba dapat didefinisikan sebagai selisih antara pendapatan yang dihasilkan dari transaksi perusahaan dalam periode tertentu dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

Masa Musiman

Menurut (Maulana & Koesfardani, 2021) Musiman didefinisikan pola yang terjadi secara teratur dan berulang dalam data seiring perubahan musim atau periode tertentu. Pola ini dapat berupa fluktuasi penjualan, aktivitas ekonomi, atau perilaku konsumen yang berkaitan dengan musim tertentu. Sedangkan menurut (Kotler dan Armstrong, 2016) Musiman merupakan pola periodik yang terlihat dalam data yang diakibatkan oleh perubahan musiman dalam faktor-faktor yang mempengaruhi variabel tersebut. Analisis musiman penting dalam meramalkan dan memahami fluktuasi musiman dalam data.

Percetakan

Percetakan termasuk dalam kategori perusahaan jasa manufaktur. Meskipun layanannya adalah penyediaan produk cetak seperti undangan, brosur, buku, majalah, spanduk. percetakan melibatkan

proses produksi yang melibatkan konversi bahan mentah seperti kertas dan tinta sehingga menjadi produk akhir yaitu dokumen cetak. Oleh karena itu, percetakan dianggap sebagai perusahaan manufaktur dalam kategori jasa, karena menghasilkan produk fisik melalui proses produksi tertentu (Puspitasari & Ruchjana, 2022).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang berfokus pada deskripsi dan cenderung menggunakan pendekatan induktif dalam analisisnya. Penelitian ini tidak mengandalkan statistik, tetapi lebih berfokus pada pengumpulan data, analisis, dan kemudian menginterpretasikannya (Sulistiyo, 2019). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Percetakan Cipta Grafika Karawang, dengan mengambil sampel pada Percetakan Cipta Grafika cabang Galuhmas. Sumber datanya ialah menggunakan data primer dengan media berupa wawancara dan Laporan Keuangan. Wawancara dilakukan secara langsung dengan Pihak Cipta Grafika Galuhmas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Cipta Grafika merupakan perusahaan perseorangan yang telah memiliki legalitas hukum yang bergerak di bidang percetakan kertas dan digital printing, berdiri sejak tahun 1994 dan saat ini sudah memiliki 5 Cabang, Cipta Grafika menawarkan segala kelengkapan produk dan jasa percetakan kepada para konsumen. Produk yang menjadi unggulan Cipta Grafika selama 28 tahun berdiri yaitu dibidang digital printing seperti Undangan, Stiker, Banner, Poster, Id Card, Katalog dan Kartu Nama.

Setelah melakukan teknik pengumpulan data maka temuan penelitian ini secara kualitatif adalah adanya permasalahan pada penjualan yang tidak

stabil, hingga berdampak pada laba yang didapatkan oleh Cipta Grafika. Tingkat penjualan yang tidak stabil ini diakibatkan oleh tingkat beli masyarakat yang menurun atau berbagai macam faktor. Faktor tersebut antara lain adalah faktor musiman serta jumlah pembeli yang menurun. Berikut ini adalah data penjualan dan laba Cipta Grafika periode 2018-2022.

Tabel 1. Data Penjualan dan Laba Cipta Grafika Karawang Periode 2018-2022

No	Tahun	Penjualan Digital Print (Rp)	%	Lab a (Rp)	%
1	2018	1.481.885.019	-	2.033.584.319	-
2	2019	1.573.033.103	(+) 6,2	2.428.214.749	(+) 19,4
3	2020	925.005.960	(-) 36,2	1.468.001.208	(-) 39,5
4	2021	866.388.687	(-) 6,3	1.451.503.039	(-) 1,1
5	2022	1.079.508.706	(+) 24,6	2.359.974.462	(+) 62,6

Sumber: Cipta Grafika, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 2. diatas dapat dilihat bahwa fluktuasi penjualan dan laba Percetakan Cipta Grafika dalam waktu kurun 5 tahun terakhir ini sangatlah signifikan, dimana pada tabel 2 angka persentasenya dibandingkan dengan periode satu tahun sebelumnya. Kenaikan dan penurunan yang terjadi pada Cipta Grafika disebabkan oleh faktor musiman misalnya Hari Raya Idul Fitri, Hari Raya Idul Adha, Bulan Hapit, Tahun Ajaran Baru, Natal, Tahun Baru, Kampanye, Kelulusan.

Penjualan tertinggi Cipta Grafika terjadi pada tahun 2019 dengan presentase kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 6,2%, pada tahun ini penjualan didominasi oleh promotional item seperti brosur, poster, banner, hal ini dikarenakan pada tahun 2019 diadakannya pemilihan umum presiden Indonesia, sehingga banyak masyarakat yang membuat brosur atau poster mengenai *campaign* pemilu. Namun tidak hanya pada *promotional* item yang memiliki angka penjualan bagus, pada item *invitation card* tahun 2019 juga mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu diangka Rp 210.335.999.-, nilai penjualan ini meningkat 35,6% dari tahun 2018, dimana tahun 2018 angka penjualan item

invitation card sebesar Rp. 155.051.750. Penjualan tertinggi pada item *invitation card* pada tahun 2019 terjadi pada bulan Juni setelah hari raya idul fitri dan pada bulan Agustus setelah hari raya idul adha. Peningkatan penjualan yang terjadi pada tahun 2019 pun berdampak pada laba cipta grafika, bisa dilihat pada tabel 2. Nominal Laba tertinggi ada ditahun 2019 dengan presentase kenaikan 19,4% dari tahun 2018 yaitu sebesar Rp 2.428.214.749.-.

Pada tahun 2020 terjadi penurunan yang sangat signifikan dari segi penjualan maupun laba yang diperoleh Cipta Grafika, penurunan penjualannya sebesar 32,6%, sedangkan penurunan laba nya sebesar 39,5% dari tahun 2019. Hal ini dikarenakan pada bulan maret tahun 2020 terjadi pandemi covid-19, dengan meningkatnya kasus positif dan angka kematian karena covid-19 membuat pemerintah memberlakukan PSBB (Pembatasan Sosial Bersekala Besar), dimana kebijakan PSBB ini meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan, pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum, pembatasan kegiatan sosial dan budaya, pembatasan moda transportasi, dan pembatasan kegiatan lain khusus terkait aspek pertahanan dan keamanan, hanya sektor esensial yang diperbolehkan beroperasi penuh. Hal ini membatasi mobilitas masyarakat, dan sangat berpengaruh terhadap permintaan pasar yang menurun drastis, sehingga berdampak pada penjualan dan laba Cipta Grafika pada tahun 2020.

Pada bulan Januari sampai bulan April 2021 penjualan dan laba Cipta Grafika mulai mengalami kenaikan kembali karena menurunnya kasus covid-19 dan adanya kelonggaran akan kebijakan pemerintah walaupun masih menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Akan tetapi memasuki bulan juli terjadi lonjakan kenaikan kasus kematian karena covid-19, hal ini membuat pemerintah kembali memperketat pembatasan sehingga kembali menurunnya aktivitas masyarakat. Sehingga pada tahun 2021 penjualan dan

laba Cipta Grafika kembali menurun. Cipta Grafika cukup mengalami kesulitan di tahun 2021 karena covid-19 sangat berdampak pada musim-musim tertentu yang seharusnya bisa menaikkan laba, akan tetapi tidak terjadi karena adanya pandemi covid-19 ini, musim-musim itu contohnya seperti musim nikah, musim tahun ajaran baru sekolah, dan juga tahun baru. Pada tahun 2022 pandemi covid-19 sudah mulai mereda, aktivitas sudah kembali normal, sehingga angka persentase kenaikan pada tahun 2022 yang paling tinggi karena dibandingkan dengan tahun 2021 yang mengalami penurunan yang disebabkan covid-19, dimana Penjualan dan laba Cipta Grafika mengalami kenaikan persentase penjualannya sebesar 24,6%, sedangkan persentase kenaikan laba nya sebesar 62,6% dari tahun 2021, walaupun angka persentase pada tahun 2022 yang paling tinggi namun untuk nominal penjualan ataupun laba yang diperoleh Cipta Grafika masih yang tertinggi pada tahun 2019 karena perbandingan dengan tahun sebelumnya.

Diantara item yang lain fluktuasi penjualan undangan dan kalender kini sangat signifikan setiap tahunnya, faktor utama yang menyebabkan ini adalah masa musiman seperti tradisi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama islam, dimana mayoritas masyarakat percaya ada beberapa bulan tertentu baik untuk melangsungkan pernikahan, seperti anjuran dari Imam Nawawi dalam Syarah Muslim sebagaimana dijelaskan dalam Hadits yang mengandung anjuran untuk menikah, menikahi, dan berhubungan suami-istri pada bulan Syawal. Sehingga Para ulama Syafi'iyah menjadikan hadits ini sebagai dalil (Keislaman & Yanti, 2023). Sedangkan untuk Kalender penjualannya meningkat hanya pada akhir dan awal tahun saja. Untuk melihat fluktuasi penjualan undangan dan kalender sebab masa musiman, bisa dilihat pada tabel berikut yaitu data penjualan item Undangan dan Kalender pada tahun 2022.

Tabel 2. Data Penjualan Item Undangan Dan Kalender Cipta Grafika Karawang Periode 2022

No	Bulan	Penjualan Undangan (Rp)	%	Penjualan Kalender (Rp)
1	Januari (Jumadil Ula – Jumadil Akhir)	-	-	29.994.500
2	Februari (Jumadil Akhir – Rajab)	340	-	540
3	Maret (Rajab – Sya'ban)	7.075.000	(+) 198	920
4	April (Sya'ban – Ramadhan)	900	(-) 87	-
5	Mei (Ramadhan – Syawal)	12.645.000	(+) 130	-
6	Juni (Dzulqaidah – Dzulhijah)	1.070.000	(-) 91	-
7	Juli (Dzulhijah – Muharam)	11.034.000	(+) 93	-
8	Agustus (Muharam – Shafar)	9.369.400	(-) 15	-
9	September (Shafar – Rabi'ul Awal)	1.035.000	(-) 88	-
10	Oktober (Rabi'ul Awal – Rabi'ul Akhir)	2.790.000	(+) 169	-
11	November (Rabi'ul Akhir – Jumadil Ula)	350	(-) 87	14.000.000
12	Desember (Jumadil Ula – Jumadil Akhir)	2.562.500	(+) 632	52.720.000
	Jumlah	49.170.900	-	98.204.500

Sumber : Cipta Grafika, diolah penulis (2023)

Berdasarkan tabel 3. diatas dapat dilihat bahwa fluktuasi penjualan Undangan dan Kalender Cipta Grafika dalam waktu kurun 1 tahun. Penjualan kalender hanya besar pada bulan Januari Rp 29.994.500 dan Desember Rp 52.720.000 hal ini dikarenakan musim tahun baru, sedangkan pada bulan lainnya sangat kecil bahkan tidak terjadi penjualan. Dibandingkan dengan Undangan saat memasuki bulan mei penjualannya melonjak naik dengan persentase 130% sebesar Rp 12.645.000.- penjualan ini 13 kali lebih besar dari bulan sebelumnya yang hanya mendapatkan Rp 900.000. Kenaikkan ini terjadi karena pada bulan Mei bertepatan dengan hari raya idul fitri yaitu bulan syawal, pada bulan syawal ini ada 114 pasangan yang tercatat menikah di KUA Karawang Barat begitu juga dengan bulan Juli bertepatan dengan hari raya idul adha penjualannya sebesar Rp 11.034.000 didukung dengan data KUA yang mencatat ada 143 pasangan yang menikah dibulan juli. Namun pada bulan Agustus mengalami penurunan 15%. Item undangan ini memang selalu meningkat saat bulan-bulan tertentu saja mengikuti musimnya, hal ini membuat penjualan tidak pernah stabil dari bulan ke bulan. Fluktuasi seperti inilah yang sangat berpengaruh terhadap naik turunnya laba Cipta Grafika.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya ketidakstabilan penjualan undangan dan kalender yang berdampak besar pada laba, salahsatu faktornya disebabkan oleh masa musiman yang berganti. Dari hasil wawancara dengan pihak Cipta Grafika bahwa masa musiman ini membawa pengaruh yang sangat signifikan terhadap penjualan yang mempegaruhi pada laba yang diperoleh. Walaupun begitu Cipta Grafika harus tetap mempertahankan labanya agar target perusahaan bisa tercapai dan tidak mengalami kerugian pada saat masa musiman tidak berlangsung. Berdasarkan hasil wawancara, Cipta Grafika telah melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan laba agar penjualan undangan dan kalender tetap stabil disaat masa musiman tidak berlangsung.



Gambar 2. Upaya Potongan Harga Cipta Grafika

Sumber: Cipta Grafika (2023)

Bisa dilihat pada gambar 2. ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan Cipta Grafika dalam mempertahankan labanya yaitu dengan memberikan promosi potongan harga, upaya ini bertujuan untuk menarik minat beli konsumen, promosi ini dilakukan Cipta Grafika pada saat mengikuti acara Karawang Wedding Fair pada bulan Oktober tahun 2022. Upaya ini terbukti berhasil dengan melihat tabel 3. Dimana penjualan pada bulan oktober meningkat 169% sebesar Rp 2.790.000 dari bulan sebelumnya.



Gambar 3. Upaya Cipta Grafika Mengikuti Event Promosi

Sumber: Cipta Grafika (2023)

Selain dengan memberikan promosi terhadap harga Cipta Grafika mengikuti beberapa acara seperti pada akhir tahun 2022 mengikuti acara *Wedding Fair* dan acara UMKM yang diselenggarakan Dinas Koperasi UMKM Karawang. Tujuan Cipta Grafika mengikuti acara ini untuk meningkatkan penjualan khususnya Undangan dan Kalender yang penjualannya kurang pada saat masa musiman tidak berlangsung. dalam acara *Wedding Fair* Cipta Grafika juga ikut berkerja sama dengan memberikan paket undangan bersama. Undangan Bersama ini jika ada konsumen yang menggunakan jasa Nurelia Makeup maka akan mendapatkan undangan gratis di Cipta Grafika, sehingga menarik konsumen untuk melakukan *booking* terlebih dahulu upaya ini cukup membantu Cipta Grafika pada item Undangan sehingga pada bulan oktober dan desember mengalami kenaikan. Pada saat mengikuti acara Dinas Koperasi UMKM Karawang, Cipta Grafika berusaha meningkatkan penjualan khususnya kalender, hasil dari mengikuti acara ini Cipta Grafika bisa berkerja sama dengan salah satu sekolah dalam promosi kalender *custome* kepada para muridnya, ini cukup berdampak sehingga pada bulan desember penjualan kalender sangatlah tinggi di angka Rp 52.720.000. Upaya ini sangat membantu Cipta Grafika untuk memperoleh laba saat tidak terjadi masa musiman.

PENUTUP

Pengaruh dan dampak masa musiman terhadap industri percetakan UMKM sangatlah signifikan, Banyak usaha kecil percetakan yang tutup usaha karena tidak bisa menghadapi masa musiman yang berlangsung. Sehingga perlu adanya upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk tetap mempertahankan penjualan agar laba usahanya minimal tetap bisa stabil, upaya yang dilakukan oleh Cipta Grafika untuk mempertahankan labanya yaitu dengan memberikan potongan harga, ini ditujukan untuk menarik konsumen agar tertarik untuk melakukan *booking* terlebih dahulu. Kemudian Cipta Grafika pun mengikuti beberapa acara, bertujuan untuk promosi sehingga bisa meningkatkan penjualan ataupun bekerja sama dengan pihak lain seperti bekerja sama dengan wedding organizer untuk undangan dan bekerja sama dengan sekolah untuk promosi kalender pada murid/wali murid sekolah tersebut. Dengan melakukan upaya tersebut Cipta Grafika bisa mempertahankan labanya sehingga tidak mengalami kerugian saat masa musiman tidak berlangsung dengan melihat peluang dan tren pasar.

Berdasarkan hasil penelitian ini yang telah diuraikan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut : (1) Untuk Percetakan Cipta Grafika : Meningkatkan upaya-upaya yang dilakukan untuk mempertahankan laba sehingga laba yang dihasilkan menjadi maksimal. (2) Untuk Perusahaan Percetakan : Melakukan upaya-upaya untuk mempertahankan laba agar usahanya bisa melewati masa musiman dan tidak mengalami kegagalan ataupun kerugian. (3) Peneliti selanjutnya diharapkan memperluas penelitian sehingga memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai masa musiman dan laba.

DAFTAR PUSTAKA

Calista, Iskandar, D., & Frederica, D. (2022). SINTAMA : Jurnal Sistem Informasi , Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Profitabilitas , Ukuran

Perusahaan , dan Pergantian Auditor Terhadap Audit Report Lag. 2(3).

Cipta Grafika, 2023, Sejarah Singkat Perusahaan,

<https://ciptagrafika.com/profil/>

Darmawan, G., Toharudin, T., & Handoko, B. (2016). Metode Regresi Spektral untuk Memodelkan Data Musiman. 127–132.

Gilby Firdaus. (2017). Kaya raya dengan bisnis musiman (p. 172).

Hermansyah, H., & Dahmire, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha Industri Percetakan (Studi Kasus Wirausaha Industri Percetakan Di Kota Jambi). Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 8(3), 38–44.

Hina, H. B., Basmar, E., Mutmainah, I., E. B., Sandi, S. P. H., Mulyadi, D.,... & Wardhana, A.(2023). Ekonomi Manajerial (Teori dan Analisis). Media Sains Indonesia

Heriyanto, Bambang (2020). CV. Perwira Media Nusantara (PMN). Surabaya 2022. Metode Penelitian Kualitatif, Revisi E. Cetakan ke 5

Keislaman, J., & Yanti, A. D. (2023). S i l a m i k a. 5, 1069–1082.

Kotler, Amstrong 2016.Principles Of Marketing Sixteenth Edition. England. Pearson Education Limited.

Maulana, A., & Koesfardani, C. F. P. P. (2021). Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali. Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia, 14(2), 73–90.

Mulyaningsih, N., & Rahayu, D. (2016). Pengaruh Laba Bersih Dan Arus Kas Operasi Terhadap Kebijakan Dividen Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Dharma Ekonomi, 23(43), 33–43.

Mulyadi, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Biaya Pelayanan Jasa Pernikahan Terhadap Kepuasan

Masyarakat Pada KUA Kecamatan
Cikampek Kabupaten
Karawang. *BUANA ILMU*, 5(1), 212-
223.

- Puspitasari, I., & Ruchjana, E. T. (2022).
Pengaruh penjualan dan biaya
operasional terhadap laba bersih pada
perusahaan percetakan di karawang. 5.
- Sandi, S. (2022). E-ISSN: 2798-2580
Universitas Buana Perjuangan
Karawang. Konferensi Nasional
Penelitian Dan Pengabdian (KNPP)
Ke-2, April 2020, 1299–1309.
- Sungkawa, I., & Megasari, R. T. (2011).
Nilai Ramalan Data Deret Waktu
Dalam Seleksi Model Peramalan
Volume Penjualan Pt Satriamandiri
Citramulia Iwa Sungkawa ; Ries Tri
Megasari. *ComTech*, 2(2), 636–645.