

**DIFFERENTIATION STRATEGY IN LOCAL SCREEN PRINTING BUSINESSES:
INNOVATION AND COMPETITIVENESS ANALYSIS**

Syafira Nurul Hidayati¹, Yesi Sellia Br. Sembiring², Wahyu Tri Atmojo³

^{1,2,3} Universitas Negeri Medan

hsyafiranurul@gmail.com¹, yesisellia@gmail.com², wahyutriatmojo@unimed.ac.id³

ABSTRACT; *Local screen printing businesses in Indonesia face intensive market competition, necessitating the development of innovative product differentiation strategies. This qualitative research, employing literature review, interviews, and documentation, analyzes differentiation strategies in local screen printing enterprises. The study reveals that successful Small and Medium Enterprises (SMEs) adopt a holistic approach integrating local wisdom, technological innovation, and sustainability principles. Key strategies include unique design techniques, personalized services, advanced production technologies, and storytelling branding. The research emphasizes the importance of local cultural integration, digital transformation, and environmental awareness in creating product differentiation. Findings provide valuable insights for SMEs seeking competitive advantage in a dynamic market landscape, highlighting the potential of strategic innovation in local business contexts.*

Keywords: *Competitive Strategy, Smes, Screen Printing, Innovation, Local Business Strategy.*

ABSTRAK; *Bisnis sablon lokal di Indonesia menghadapi persaingan pasar yang ketat, yang mengharuskan pengembangan strategi diferensiasi produk yang inovatif. Penelitian kualitatif ini, yang menggunakan tinjauan pustaka, wawancara, dan dokumentasi, menganalisis strategi diferensiasi dalam perusahaan sablon lokal. Studi ini mengungkapkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang sukses mengadopsi pendekatan holistik yang mengintegrasikan kearifan lokal, inovasi teknologi, dan prinsip keberlanjutan. Strategi utama meliputi teknik desain yang unik, layanan yang dipersonalisasi, teknologi produksi yang canggih, dan branding yang bercerita. Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi budaya lokal, transformasi digital, dan kesadaran lingkungan dalam menciptakan diferensiasi produk. Temuan memberikan wawasan berharga bagi UKM yang mencari keunggulan kompetitif dalam lanskap pasar yang dinamis, yang menyoroti potensi inovasi strategis dalam konteks bisnis lokal.*

Kata Kunci: *Strategi Kompetitif, UKM, Sablon, Inovasi, Strategi Bisnis Lokal.*

PENDAHULUAN

Industri sablon di Indonesia saat ini ditandai dengan persaingan pasar yang sangat ketat, dengan sejumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berjuang untuk mendapatkan posisi pasar yang unik. Maraknya usaha sablon telah menciptakan lingkungan bisnis yang sangat kompetitif yang menuntut strategi inovatif untuk bertahan dan berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi diferensiasi produk yang digunakan oleh usaha sablon lokal guna meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Secara spesifik, penelitian bermaksud mengidentifikasi strategi diferensiasi produk yang efektif, mengkaji tantangan implementasi strategi, serta menganalisis dampak inovasi teknologi dan budaya terhadap diferensiasi produk.

Signifikansi penelitian terletak pada potensinya untuk memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti bagi UMKM lokal, membantu mereka menavigasi lanskap pasar yang kompleks dan dinamis melalui diferensiasi produk strategis. Dengan memahami pendekatan inovatif yang digunakan oleh usaha sablon yang sukses, penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

A. Studi Pustaka

Penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh (Doni, et. Al., 2016) yang menyatakan bahwa secara simultan dan parsial Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Perusahaan sebaiknya meningkatkan strategi pemasaran berupa harga yang lebih kompetitif, kualitas produk yang baik, serta strategi diferensiasi yang inovatif dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Putra, et. Al., 2023) yang menyatakan bahwa terdapat dua strategi yang sudah diterapkan oleh pemilik usaha dan memajukan usaha yaitu dengan (diskon harga, promosi langsung melalui social media) dan melakukan diferensiasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dua strategi yang digunakan oleh

pemilik untuk mencari konsumen cukup efektif dan masih disarankan untuk pengembangan yang lebih baik.

Dan juga penelitian yang dilakukan oleh (Amran, 2019) menyatakan bahwa strategi diferensiasi produk yang diterapkan pada Usaha Skala Konveksi sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam dalam hal mengenai jual beli dalam Islam, kualitas produk dalam Islam, penetapan harga yang diterapkan, pelayanan yang diberikan Sehingga dapat disimpulkan, dengan menerapkan strategi diferensiasi produk mampu meningkatkan volume penjualan pada Usaha Skala Konveksi.

B. Observasi

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yaitu dengan wawancara. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik, namun peneliti memahami dan menafsirkan makna peristiwa, interaksi, maupun tingkah subjek dalam situasi tertentu menurut perspektif penelitiannya. (Fiantika, et. Al., 2022 : 3). Data dalam penelitian kualitatif dideskripsikan dalam bentuk kata-kata, kalimat, narasi, dan gambar. (Nasution, 2023 : 2). Metode penelitian kualitatif dilakukan dengan melihat peristiwa yang terjadi (telah ada sebelumnya) dan selanjutnya mengembangkan teori. (Murdiyanto, 2020 : 24). Data diperoleh melalui proses pengumpulan data secara tidak langsung kepada narasumber. Narasumber atau subjek penelitian ini merupakan salah satu pengusaha lokal UMKM sablon yang berada di kota Medan.

C. Hasil Wawancara

Usaha sablon di Medan, Jl. Jamin Ginting, ini telah beroperasi selama beberapa tahun dan mengalami perkembangan yang signifikan. Perkembangan tersebut mencakup modernisasi peralatan, variasi metode sablon, peningkatan kapasitas produksi, serta penambahan pelanggan tetap, baik individu maupun perusahaan. Dalam proses produksi, tantangan terbesar yang dihadapi adalah menjaga konsistensi kualitas, terutama untuk pesanan dalam jumlah besar. Selain itu, menyesuaikan desain kompleks dengan teknik sablon yang tepat dan memenuhi ekspektasi pelanggan terkait detail warna serta ketahanan sablon juga menjadi tantangan utama.

Target pasar usaha ini cukup beragam, meliputi individu yang memesan kaos custom,

komunitas yang membutuhkan seragam atau merchandise, hingga perusahaan yang memesan produk promosi dalam jumlah besar seperti kaos, tas, atau jaket. Penetapan harga produk sablon didasarkan pada beberapa faktor, antara lain jumlah pesanan, tingkat kesulitan desain, ukuran sablon, jenis bahan yang digunakan, dan teknik sablon yang dipilih. Semakin kompleks desain dan teknik yang digunakan, harganya bisa lebih tinggi. Untuk pesanan dalam jumlah besar, diskon juga dapat diberikan.

Dalam menjalankan usaha sablon ini, tantangan terbesar yang dihadapi adalah persaingan dengan bisnis serupa dan menjaga kepuasan pelanggan. Untuk mengatasi hal tersebut, usaha ini berfokus pada peningkatan kualitas layanan, mulai dari pemilihan bahan berkualitas, mempercepat waktu produksi, hingga memberikan harga yang kompetitif. Selain itu, promosi secara online melalui media sosial dan memberikan pelayanan yang ramah menjadi kunci untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Dengan strategi ini, usaha sablon tersebut terus berupaya untuk berkembang dan mempertahankan posisinya di pasar yang kompetitif.

D. Pembahasan

Usaha sablon lokal dapat menerapkan berbagai strategi diferensiasi produk untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah bagi pelanggan. Salah satu strategi utama adalah inovasi teknik sablon, seperti mengadopsi teknik sablon 3D atau water-based, serta mengembangkan teknik unik yang menjadi ciri khas usaha. Kustomisasi produk juga menjadi poin penting, dengan menawarkan layanan desain yang lebih personal dan opsi material yang beragam. Penggunaan material premium, seperti katun organik dan tinta berkualitas tinggi, dapat meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan.

Fokus pada desain unik melalui kolaborasi dengan seniman lokal atau pengembangan lini produk dengan tema tertentu dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan. Layanan tambahan seperti konsultasi desain gratis dan jasa perawatan produk pasca pembelian juga dapat meningkatkan nilai bagi pelanggan. Pengemasan yang kreatif dan ramah lingkungan tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mencerminkan nilai-nilai usaha. Spesialisasi pasar, misalnya fokus pada merchandise band lokal atau produk untuk komunitas tertentu, dapat membangun expertise yang unik. Integrasi teknologi, seperti penggunaan augmented reality

untuk preview desain, dapat memberikan pengalaman belanja yang berbeda. Strategi produksi terbatas, dengan meluncurkan edisi terbatas atau koleksi musiman, dapat menciptakan rasa eksklusivitas. Terakhir, storytelling dan branding yang kuat, mengomunikasikan proses produksi dan nilai-nilai usaha, dapat membangun koneksi emosional dengan pelanggan.

Dengan menerapkan kombinasi dari strategi-strategi ini, usaha sablon lokal dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan, meningkatkan nilai produk, dan membangun loyalitas pelanggan dalam pasar yang kompetitif. Setiap strategi memberikan kesempatan unik untuk menonjol di antara pesaing dan menawarkan proposisi nilai yang menarik bagi konsumen yang semakin cermat dalam memilih produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang komprehensif, memanfaatkan beberapa teknik pengumpulan data untuk memastikan analisis yang mendalam dan bermakna. Desain penelitian mencakup beberapa komponen metodologis yang saling melengkapi.

Studi pustaka dilakukan melalui tinjauan sistematis terhadap literatur ilmiah yang ada tentang strategi diferensiasi produk, dengan fokus khusus pada UMKM di industri sablon. Wawancara mendalam dilakukan dengan usaha sablon lokal yang berlokasi di Jalan Jamin Ginting di Medan, menggunakan format wawancara semi-terstruktur yang memungkinkan eksplorasi detail tentang strategi, tantangan, dan pendekatan inovatif usaha.

Selain wawancara, penelitian juga melakukan observasi langsung terhadap proses operasional, teknik produksi, dan metode interaksi pelanggan. Pengumpulan dan analisis dokumen relevan, termasuk catatan bisnis, materi pemasaran, dan portofolio produk, turut mendukung kedalaman penelitian. Penelitian mengikuti prinsip penelitian kualitatif, menekankan pemahaman interpretatif terhadap pendekatan strategis dan positioning pasar usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis penelitian mengungkapkan sejumlah strategi diferensiasi produk yang canggih dan komprehensif. Dalam dimensi inovasi teknologi, usaha sablon lokal telah

mengadopsi berbagai teknik canggih seperti pencetakan 3D, teknologi berbasis air, dan integrasi augmented reality untuk pratinjau desain. Beberapa usaha bahkan mulai memanfaatkan teknologi blockchain untuk meningkatkan transparansi rantai pasokan.

Aspek integrasi budaya lokal menjadi salah satu strategi diferensiasi yang menonjol. Hal ini dilakukan melalui inkorporasi motif dan elemen filosofis budaya lokal dalam desain, kolaborasi dengan seniman lokal untuk menciptakan lini produk unik, dan pengembangan merchandise yang terinspirasi dari kekayaan budaya setempat. Pendekatan ini tidak hanya menciptakan produk yang berbeda, tetapi juga memberikan narasi dan makna mendalam yang menarik bagi konsumen. Pendekatan keberlanjutan juga menjadi fokus penting dalam strategi diferensiasi. UMKM mengimplementasikan prinsip ekonomi sirkular, menggunakan bahan organik dan ramah lingkungan, serta mengembangkan koleksi edisi terbatas yang memperhatikan aspek musiman.

Diferensiasi layanan turut menjadi strategi kompetitif, dengan menawarkan konsultasi desain gratis, layanan perawatan produk pasca pembelian, dan pengalaman desain yang sangat dipersonalisasi untuk pelanggan. Tantangan utama yang teridentifikasi meliputi persaingan pasar yang ketat, menjaga konsistensi kualitas produk, dan beradaptasi dengan preferensi konsumen yang berubah dengan cepat. Untuk mengatasi hal ini, penelitian menyarankan pendekatan inovasi berkelanjutan, adopsi teknologi terkini, dan pengembangan model bisnis yang fleksibel serta berpusat pada pelanggan. Berikut ini dokumentasi terkait produk.

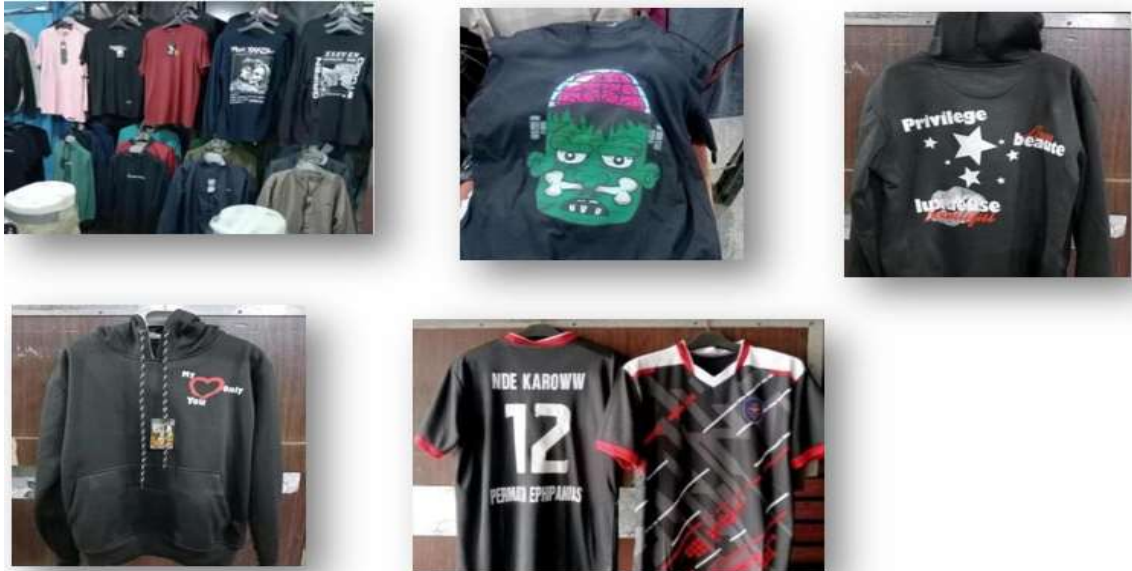
KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk yang berhasil pada UMKM sablon local membutuhkan pendekatan holistik multidimensional.

Dengan mengintegrasikan inovasi teknologi, keunikan budaya, dan praktik berkelanjutan usaha dapat menciptakan proposisi nilai yang meyakinkan yang melampaui strategi kompetitif tradisional.

Temuan penelitian memberikan wawasan berharga bagi UMKM yang mencari keunggulan kompetitif di lanskap pasar yang dinamis, dengan menyoroti pentingnya

integrasi budaya lokal, transformasi digital, dan kesadaran lingkungan dalam menciptakan diferensiasi produk yang efektif.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Fattah Nasution, 2023. Metode Kualitatif, Bandung, CV. Harfa Creative.
- Amran, H. F. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Penjualan Pada Unit Usaha “Skala Konveksi” Jl. Tuanku Tambusai No. 11-15 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Anwar, M. & Junaedi, D. (2022). Analisis Komparatif Strategi Diferensiasi UMKM Sablon: Perspektif Urban dan Rural. *Jurnal Studi Pembangunan*, 15(3), 210-225.
- Fadillah, R., Gunawan, H., & Pratiwi, I. (2023). Peran Modal Sosial dalam Mendukung Strategi Diferensiasi UMKM Sablon. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 7(2), 155-170.
- Fiantika, Feny Rita, et.al., Metodologi Penelitian Kualitatif. Get Press, 2022.
- Hermawan, J. & Sulistiawati, R. (2024). Inovasi Model Bisnis sebagai Strategi Diferensiasi: Studi pada UMKM Sablon di Jawa Tengah. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 80-95.
- Irfan, M. & Nurhayati, T. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar terhadap Efektivitas Strategi Diferensiasi UMKM Sablon. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 185-200.

- Kurniawan, D., Larasati, E., & Mahmud, F. (2023). Implementasi Teknologi Blockchain dalam Strategi Diferensiasi UMKM Sablon: Studi Kasus di Yogyakarta. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Bisnis*, 12(3), 300-315.
- Kusuma, A. & Putri, R. (2024). Dinamika Strategi Diferensiasi UMKM di Era Digital: Studi Kasus Industri Sablon Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(2), 98-112.
- Lestari, S. & Purnomo, R. (2024). Peran Kepemimpinan Transformasional dalam Mendorong Strategi Diferensiasi UMKM Sablon. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen*, 8(1), 45-60.
- Mahfudza, N. R. N., & Qomariyah, S. N. (2021). KELAYAKAN UMKM DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT (Studi Kasus di RUS Mekar Sari PKK Pulorejo, Ngoro, Jombang). *AGRISCIENCE*, 1(3).
- Martono, S., Nasution, A., & Oktaviani, R. (2023). Analisis Pengaruh Kapabilitas Dinamis terhadap Keberhasilan Strategi Diferensiasi UMKM Sablon. *Jurnal Manajemen Strategik*, 20(2), 220-235.
- Murdiyanto, Eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi) disertai Contoh Proposal*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat, UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Nugroho, B. (2021). Analisis Efektivitas Strategi Diferensiasi pada UMKM Sablon: Studi Longitudinal di Lima Kota Besar Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(3), 105-124.
- Nuraini, A. & Qomariah, S. (2022). Peran Media Sosial dalam Mendukung Strategi Diferensiasi UMKM Sablon di Era Digital. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 16(1), 70-85.
- Pratama, C., Widodo, D., & Suharyono, E. (2022). Peran Teknologi dalam Strategi Diferensiasi UMKM Sablon: Perspektif Industri 4.0. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informasi*, 13(1), 40-55.
- Putra, M. R. F., & Nurcahyanie, Y. D. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Sablon Di Daerah Krian. In *Seminar Nasional Teknologi Industri* (Vol. 1, No. 1, pp. 883-889).

- Rahmawati, F., Santoso, G., & Hartono, H. (2024). Narasi Brand sebagai Alat Diferensiasi: Dampaknya terhadap Kinerja UMKM Sablon di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen* , 11(1), 50-65.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Coffee Island. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Wijaya, S. & Sari, L. (2023). Strategi Diferensiasi Berkelanjutan: Implementasi Ekonomi Sirkular pada UMKM Sablon Indonesia. *Jurnal Manajemen Lingkungan* , 18(2), 75 90.