

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Profil PT Putra Jaya Nanas

1. Sejarah PT Putra Jaya Nanas Blitar

PT Putra Jaya Nanas Blitar merupakan perusahaan yang bergerak dalam pengolahan buah nanas menjadi produk minuman sari buah nanas dalam kemasan. PT Putra Jaya Nanas Blitar didirikan pada tahun 2015 yang berlokasi di Desa Sidorejo, yang dipimpin oleh Bapak Priadi. Pada awal berdiri perusahaan ini bergerak dalam jasa bidang angkutan barang dan nanas. Namun seiring dengan berjalannya waktu, pada tahun 2017 perusahaan ini mulai mengolah buah nanas menjadi suatu produk. Hal ini didasari karena pada saat melakukan pengiriman buah nanas, buah nanas ukurannya kecil atau sortiran tidak dapat dikirim ke berbagai daerah dan akhirnya buah tersebut dibuang. Berdasarkan hal tersebut Ibu Samrotul Azizah selaku istri Bapak Priadi berinisiatif mengolah buah nanas menjadi beberapa produk yaitu: selai dan dodol. Hal ini dilakukan agar buah nanas yang memiliki ukuran kecil atau sortiran dapat di manfaatkan dan tidak terbuang, selain itu menurut Ibu Samrotul Azizah pada dasarnya buah nanas sortir dan besar memiliki rasa dan aroma yang manisnya sama dengan buah yang memiliki ukuran besar namun yang membedakan hanyalah ukurannya saja, sehingga bagaimanapun bentuk dan ukuran buah

nanas pasti memiliki rasa yang sama. Pada saat mengolah buah nanas menjadi selai dan dodol ternyata produk tersebut kurang diminati oleh konsumen sehingga Ibu Samrotul Azizah harus berfikir kembali bagaimana agar buah nanas sortiran dapat diolah kembali sampai akhirnya muncul ide yaitu membuat sari nanas.

Pada awal produksi produk yang dihasilkan di pasarkan oleh perusahaan dengan cara menawarkan ke tetangga dan kerabat. Namun dengan seiring berjalannya waktu ternyata minuman sari nanas mulai dikenal oleh masyarakat luas sehingga minuman sari nanas saat ini menjadi produk unggulan di Kabupaten Blitar dan juga banyak konsumsen yang menikmati dan menginginkannya, oleh karena itu permintaan akan minuman sari nanas mengalami peningkatan yang sangat pesat dengan adanya peningkan permintaan minuman sari nanas maka perusahaan memberi nama brandnya yaitu “Sari Nanas Segarr”. Dalam mengolah produknya PT Putra Jaya Nanas dibantu oleh beberapa karyawan, tetap, karyawan harian dan beberapa anak magang sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

2. Lokasi PT Putra Jaya Nanas

PT Putra Jaya Nanas berlokasi di Dusun Sidorejo RT 001 RW 002, Desa Sidorejo, Kecamatan Ponggok, Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Blitar terletak di kawasan Selatan, yang berbatasan langsung dengan Samudra Indonesia. Secara geografis, Kabupaten Blitar terletak diantara 1110 25’-1120 20’ Bujur Timur dan 70 57’-80 9’ 51”

Lintang Selatan. Kabupaten Blitar tercatat sebagai salah satu kawasan yang strategis dan mempunyai perkembangan yang cukup dinamis. Kabupaten Blitar memiliki luas wilayah sebesar 1.588,79 km² dan terdapat Sungai Brantas yang membelah wilayah Kabupaten Blitar menjadi dua, yaitu Kawasan Blitar Selatan yang mempunyai luas 689,85 km² dan Kawasan Blitar Utara yang mempunyai luas wilayah 898,94 km² (Pemkab Blitar, 2016). Blitar merupakan daerah yang subur dengan melihat kondisi geografisnya sehingga berbagai jenis tanaman dapat tumbuh disana, baik itu tanaman pangan, Industri maupun tanaman hortikultura.

Desa Sidorejo adalah salah satu desa yang terletak di Kabupaten Blitar yang merupakan kawasan agroindustri dimana Desa Sidorejo memiliki Pasar yang berkembang pesat yaitu Pasar Patok yang mana sudah terkenal di kawasan Blitarsebagai salah satu tempat jual beli kelapa dan buah nanas terbesar. Buah nanas menjadi unggulan dipasar Patok karena buah nanas yang dihasilkan oleh petani Desa Sidorejo memiliki rasa yang sangat manis, enak dan lezat. Buah yang dihasilkan ini didukung dengan kondisi alam yang sangat cocok untuk ditanami buah nanas serta karena petani desa ini sudah turun temurun menanam nanas. Dengan melihat situasi ini maka pemilik perusahaan PT Putra Jaya Nanas memutuskan untuk memilih lokasi perusahaan di Desa Sidorejo agar mempermudah dalam memenuhi kebutuhan pokok bahan baku produksi minuman Sari

Nanas Segarr, selain itu alasan lainnya karena pemilik perusahaan merupakan warga asli Desa Sidorejo.

3. Visi dan Misi PT Putra Jaya Nanas

Visi dari PT Putra Jaya Nanas adalah produk yang dihasilkan menjadi Ikon Kabupaten Blitar. Sedangkan misi perusahaan adalah memberdayakan lingkungan sekitar secara maksimal.

4. Struktur Organisasi PT Putra Jaya Nanas

Struktur organisasi bagi perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena struktur organisasi merupakan kerangka dasar di dalam suatu perusahaan. Kegunaan dari struktur organisasi adalah sebagai landasan dan pola pelaksanaan yang jelas dalam mencapai tujuan dan hasil kerja yang optimal.

PT Putra Jaya Nanas memiliki struktur organisasi yang oleh direktur yaitu: Bapak Priadi sekaligus pemilik perusahaan PT Putra Jaya Nanas. Dalam mengelola perusahaan beliau dibantu oleh istrinya dan beberapa karyawan. Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian dalam struktur organisasi tampak lebih jelas diskripsi jabatan pada masing-masing bagian. Diskripsi jabatan adalah uraian tertulis mengenai tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian bagian atau departemen dari suatu perusahaan. Deskripsi masing-masing bagian tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Direktur

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan manajemen dan kelangsungan perusahaan serta bertanggung jawab untuk merencanakan dan merumuskan strategi program jangka pendek maupun jangka panjang perusahaan dalam bidang: produksi, pembelian bahan baku dan bahan tambahan yang diperlukan untuk produksi minuman Sari Nanas Segarr, penjualan, administrasi serta pengawasan pelaksanaannya.
 - b. Bertanggung untuk menjalin hubungan dengan devisi lain.
 - c. Menerima laporan dari wakil manajemen.
 - d. Menentukan harga jual.
2. Wakil Manajemen
- a. Bertanggung jawab terhadap direktur atas bidang tugasnya yaitu mengelola perusahaan dan membuat laporan minimal sebulan sekali dan sewaktu-waktu apabila keadaan mendesak yang membutuhkan penanganan segera.
 - b. Bertanggung jawab untuk memenuhi kapasitas produksi.
 - c. Bertanggung jawab untuk menyelesaikan keluhan konsumen.
 - d. Bertanggung jawab untuk menetapkan harga jual pokok.
 - e. Bertanggung jawab terhadap pemilihan agen.
3. Bagian Administrasi dan Keuangan
- a. Bertanggung jawab atas pelaksanaan manajemen administrasi yaitu dengan mengurus keluar atau masuk surat-surat perusahaan.

- b. Bertanggung jawab terhadap manajemen keuangan dengan data penunjang yang dapat dipertanggung jawabkan.
- c. Membuat nota dari setiap transaksi yang di lakukan oleh perusahaan

baik itu pembelian bahan baku maupun nota penjualan produk minuman Sari Nanas Segarr.

4. Bagian Produksi

- a. Mengecek bahan baku, jika dirasa bahan akan habis harus langsung lapor ke wakil manajemen.
- b. Memastikan mesin siap untuk di operasikan.
- c. Melakukakan bebrapa tahapan produksi yaitu: memotong nanas menjadi kecil-kecil, merebus, menyaring, pada saat produksi menggunakan suhu 85° C, serta memasukan beberapa bahan tambahan lainnya.
- d. Apabila tidak melakukan produksi maka bagian produksi wajib memastikan bahwa ruangan dalam keadaan bersih dan terkunci.
- e. Pada saat bekerja bagian produksi wajib menggunakan baju kerja, celemek, masker dan peci dalam keadaan bersih.

5. Packing Sekunder

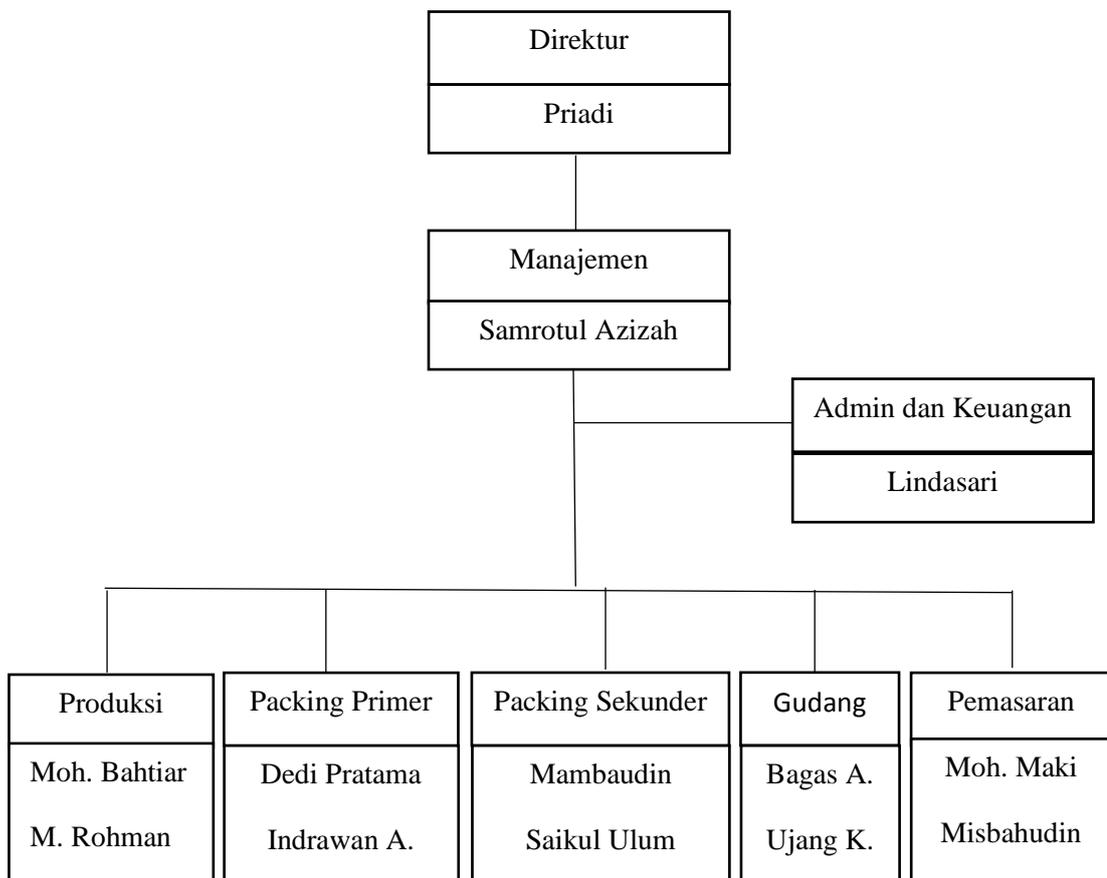
- a. Bertanggung jawab untuk memeastikan ruangan kerja bersih dan mengkontrol irigasi dari jebakan tikus.
- b. Bertanggung jawab untuk memastikan jika stock kardus dan lakban terjaga.

- c. Melayani customer dengan sopan.
 - d. Memindahkan pallet yang digunakan ke tempatnya.
 - e. Memasang palet apabila sedang menata produk.
 - f. Membantu mengupas nanas.
6. Packing Primer
- a. Bertanggung jawab terhadap mesin sebelum di operasikan.
 - b. Bertanggung jawab terhadap stok gelas kemas, apabila dirasa stok tinggal sedikit segera lapor ke wakil manajemen.
 - c. Bertanggung jawab terhadap kebersihan ruangan kerja dan mesin produksi, baik sebelum dan sesudah bekerja.
 - d. Pada saat bekerja bagian produksi wajib menggunakan baju kerja, celemek, masker dan peci dalam keadaan bersih.
 - e. Bertanggung jawab jika tidak produksi, maka harus memastikan jika ruangan bersih dan terkunci.
7. Gudang
- a. Bertanggung jawab terhadap pelaksanaan persediaan barang baik bahan baku dan barang jadi.
 - b. Bertanggung jawab menata persediaan bahan agar tidak berantakan.
8. Pemasaran
- a. Bertanggung jawab atas pelaksanaan penjualan dan distribusi kepada konsumen.

- b. Memberikan masukan dan usulan sesuai dengan kondisi dan perkembangan pasar saat ini kepada direktur dan wakil manajemen.⁴⁰

Bagan 4.1

Struktur Organisasi PT Putra Jaya Nanas:



Sumber : Data Primer PT Putra Jaya Nanas Blitar

⁴⁰ SOP PT Putra Jaya Nanas Blitar

5. Hukum dan Legalitas PT Putra Jaya Nanas Blitar

Undang-Undang No.40 tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas memiliki beberapa ketentuan-ketentuan dan keputusan-keputusan yang berkaitan dengan pendirian Perseroan Terbatas, Maka pada tahun 2015 sesuai dengan ketentuan dan keputusan yang terkandung dalam Undang-Undang tersebut maka PT Putra Jaya Nanas melakukan izin pendirian Perseroan Terbatas. Hal ini dilakukan untuk mendorong perkembangan dan kelanjutan perusahaan dalam menjalankan usahanya.

Berdasarkan Akta Notaris SULIN SH., M.KN. NO 133 Tanggal 23 November 2015, yang disahkan oleh menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia melalui Surat Keputusan No. AHU 2459282.AH.01. Tahun 2015 pada tanggal 30 November 2015. PT Putra Jaya Nanas resmi mendapatkan izin pendirian Perseroan Terbatas.

6. Produk PT Putra Jaya Nanas Blitar

Minuman Sari Nanas Segarr diproduksi menggunakan bahan yaitu buah nanas, gula, dan bahan-bahan tambahan lainnya. Buah nanas oleh perusahaan diambil dari kebun sendiri dan membeli buah nanas ke petani yang ada di daerah ngancar dan sekitar lereng Gunung Kelud. Buah nanas di beli melalaui pemborong, sehingga buah yang habis di panen di kirim langsung ke perusahaan untuk di produksi. Sedangkan untuk bahan-bahan lain yang dibutuhkan seperti kardus, lid cup dan cup di beli di Surabaya.

Proses produksi di awali dengan mengupas buah, kemudian buah yang telah di kupas dipotong kecil-kecil, lalu di rebus dengan menggunaka

suhu 85° C. Setekah beberapa menit buah nanas diangkat. Setelah itu air rebusan ditambah gula, dan bahan-bahan tambahan lainnya. Kemudian air rebusan di tambahkan bahan-bahan diamkan beberapa menit, setelah di rasa dingin air rebusan siap di kemas menjadi minuman Sari Nanas Segarr. Produk siap untuk di distribusikan ke konsumen.

B. Temuan Penelitian

1. Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Pada umumnya, sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing bahkan memenangkan persaingan dengan keunggulan yang dimiliki dalam bidang teknik, kualitas produk yang dimiliki, dan memiliki cakupan distribusi pasar yang baik, akan menambah hal positif yang dapat membantu perkembangan perusahaan kedepan. Dalam hal ini Bapak Priadi selaku Direktur PT Putra Jaya Nanas memberikan kepercayaan kepada Istrinya sendiri yaitu Ibu Samrotul Azizah untuk menjadi Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas dalam bidang pengolahan buah nanas menjadi sari nanas.

Ibu Samrotul Azizah berperan penting dalam bidang produksi sari nanas, beliau juga merangkap sebagai seorang analis terkait persaingan usaha yang pernah dialami oleh perusahaan PT Putra Jaya Nanas Blitar.

Hal ini sesuai dengan hasil pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku

Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu :

*“Persaingan usaha merupakan hal yang wajar dan sering terjadi dalam perusahaan atau bisnis, sedari awal perusahaan sari nanas PT Putra Jaya Nanas bukan produk yang pertama kali ada juga, di Blitar sendiri sudah ada produk minuman yang menggunakan sari buah nanas sebagai bahan utamanya”.*⁴¹

Dalam kaitanya dengan persaingan usaha yang dihadapi, beliau mengidentifikasi informasi terkait kompetitor yang sedang mencoba menyaingi produk dari perusahaan beliau. Hal ini sesuai dengan hasil pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu :

*“Perusahaan saya mengidentifikasi persaingan dengan cara yang mudah, yakni melalui para sales yang kebetulan waktu memasarkan produk PT Putra Jaya Nanas dipasar menemukan beberapa produk yang menggunakan sari nanas juga, bahkan ada produk yang dengan sengaja menembak desain dari perusahaan”*⁴²

Setelah mendapatkan hasil dari identifikasi yang beliau lakukan terkait dengan persaingan usaha, beliau menemukan beberapa perusahaan yang memproduksi produk yang sama dengan PT Putra Jaya Nanas Blitar, Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu :

*“Ada beberapa produk dari pesaing yang sudah perusahaan identifikasi, yaitu Merk Uhuy, Merk Sweetpaint, Merk Azzim, Merk Nyesss, Merk Sari Nanas, Merk GG”*⁴³

⁴¹ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 20 Maret 2021

⁴² Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 20 Maret 2021

⁴³ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 20 Maret 2021

Setelah mengetahui produk perusahaan pesaing dari produk sari nanas PT Putra Jaya Nanas Blitar, pihak manajemen perusahaan segera menganalisis beberapa hal yang bisa menjadi celah untuk perusahaan bisa memenangkan persaingan yang sudah ada. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu :

“Perusahaan PT Putra Jaya Nanas mengambil celah dari segi konsistensi desain kemasan, beserta warna dan juga tetap fokus menjaga kualitas produk serta percaya diri dengan yang diproduksi sebagai branding perusahaan”⁴⁴

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa perusahaan PT Putra Jaya Nanas sangat serius dalam menanggapi persaingan usaha yang terjadi dalam lingkup pasar yang dialami oleh perusahaan.

Dalam melakukan persaingan usaha tentunya ada beberapa etika yang harus diketahui dan diterapkan oleh perusahaan dimana etika ini selain menjadikan persaingan usaha menjadi lebih sehat juga dalam ajaran agama yang dipercayai juga sudah diatur pada saat memperoleh laba atau keuntungan dengan cara-cara yang baik dan halal sehingga dapat menjadikan segala lini diperusahaan mendapat nilai positif dan juga berkah dunia akhirat. Hal ini sesuai pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah yakni :

⁴⁴ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 20 Maret 2021

“Perusahaan PT Putra Jaya Nanas sdalam mengatasi persaingan usaha lebih cenderung memperbaiki diinternal perusahaan sendiri seperti pengembangan kemasan yang dilakukan, karena bagi perusahaan persaingan usaha adalah patner dan harapan terbesar bagi perusahaan adalah keberkahan dunia akhirat”⁴⁵

Berdasarkan hasil wawancara diatas diketahui bahwa perusahaan dalam menjalankan etika-etika persaingan usaha menggunakan cara yang baik dimana mengatur atau merubah internal perusahaan yang dirasa kurang baik menjadi baik, hal tersebut menjadikan perusahaan memiliki daya saing yang tidak dirasakan secara langsung melainkan dirasakan secara tidak langsung pada saat adanya persaingan produk dipasar produk sari nanas PT Putra Jaya Nanas sudah siap dan tanpa memerlukan cara-cara yang tidak sehat dan tidak diridloi oleh agama.

2. Proses Pengembangan Kemasan Yang Terkait dengan Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Seiring berjalanya waktu, semakin jelas bahwa bertambahnya jumlah perusahaan pesaing produk terutama dari segi kemasan sari nanas produk pesaing, Oleh karena itu pihak manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar mencoba berinovasi terkait kemasan produk yang menjadi wadah sari nanas produksi perusahaan dengan melakukan beberapa proses pengembangan kemasan. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu:

⁴⁵ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 20 Maret 2021

“Pada awal produksi perusahaan PT Putra Jaya Nanas mengeluarkan desain kemasan pabrik yaitu berupa cup kecil ukuran 120 ml, dimana kemasan itu menjadi kemasan best seller sampai sekarang, tetapi seiring berjalanya waktu yakni tahun kedua berasal dari saran para sales dan konsumen maka dibuatlah desain kemasan yang dibuat sendiri oleh perusahaan, yakni kemasan ukuran 150 ml dimana target dari pengembangan kemasan ini adalah untuk menambah target konsumen sekaligus menjadi pembeda dari beberapa produk pesaing yang mulai bermunculan”⁴⁶

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam melakukan pengembangan kemasan melalui beberapa proses yang matang dan berusaha memunculkan value positif melalui pengembangan kemasan yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan.

3. Pertimbangan Pihak Manajemen dalam Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Setelah beberapa tahap yang sudah dilalui oleh pihak manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar. Ada berapa pertimbangan yang bisa dijadikan acuan untuk melakukan pengembangan kemasan dari produk sari nanas PT Putra Jaya Nanas Blitar. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu :

“Berbagai pertimbangan saya dan juga perusahaan dalam melakukan pengembangan kemasan untuk memenangkan persaingan diantaranya yakni Kompetitor, Segmentasi Pasar, dan Priority atau prioritas produk dari perusahaan PT Putra Jaya Nanas Sendiri”⁴⁷

⁴⁶ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 20 Maret 2021

⁴⁷ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 5 April 2021

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa PT Putra Jaya Nanas Blitar, memperhatikan secara seksama sebelum meluncurkan hasil dari pengembangan kemasan yang dilakukan, hal tersebut merupakan salah satu faktor kehati-hatian perusahaan, sehingga apa yang diharapkan perusahaan dapat berjalan dengan baik.

Berbagai pertimbangan sudah dilakukan oleh pihak PT Putra Jaya Nanas tentunya dalam hal ini tidak lepas dari faktor pendorong dan faktor penghambat perusahaan dalam melakukan proses pengembangan kemasan. Untuk faktor pendorong sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu :

“Faktor pendorong perusahaan dalam melakukan pengembangan kemasan selain karena adanya pesaing adalah menyesuaikan target konsumen dari minuman sari nanas”⁴⁸

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong perusahaan dalam pengembangan kemasan selain karen faktor eksternal yakni pesaing juga dari faktor internal perusahaan sendiri yang merasa bahwa jenis kemasan harus bisa menyesuaikan dengan target konsumen minuman sari nanas dari perusahaan.

Sedangkan untuk faktor penghambat sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu:

⁴⁸ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 5 April 2021

“Faktor penghambat perusahaan dalam melakukan pengembangan kemasan adalah dari mesin kemasan yang belum dimiliki perusahaan”⁴⁹

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwasanya yang menjadi penghambat perusahaan dalam melakukan proses pengembangan kemasan adalah mesin kemasan yang masih belum dimiliki perusahaan.

4. Dampak Bagi Perusahaan dari Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Dalam sebuah kegiatan pastinya memiliki dampak bagi perusahaan, baik dampak yang bersifat positif maupun dampak yang bersifat negatif bagi para konsumen dari sari nanas PT Putra Jaya Nanas Blitar. Hal ini sesuai dengan pemaparan dari Ibu Samrotul Azizah selaku Wakil Manajemen PT Putra Jaya Nanas Blitar yaitu:

“Dalam melakukan pengembangan kemasan tentunya ada dampak yang dirasakan terutama bagi perusahaan dalam segi persaingan usaha, dimana dampak negatif dan positif selalu ada dan pasti”⁵⁰

PT Putra Jaya Nanas memiliki bidang pemasaran resmi yang dimana bertugas sebagai pemasaran prosuk sari nanas dari perusahaan ke agen-agen besar maupun agen kecil. Dalam kaitanya dengan persaingan usaha bidang pemasaran sekaligus mengemban tugas sebagai informan bagi perusahaan terkait produk produk baru dari pesaing perusahaan.

⁴⁹ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 5 April 2021

⁵⁰ Wawancara dengan Ibu Samrotul Azizah selaku manajemen PT Putra Jaya Nanas, pada 18 April 2021

Mas Maki dan Pak Misbah selaku bidang pemasaran produk sari nanas PT

Putra Jaya Nanas Blitar memberikan tambahan yaitu :

“Selama kami memasarkan produk segarr sari nanas PT Putra Jaya Nanas ini, saya mendapati banyak sekali produk pesaing yang bahkan tidak hanya warna juga kemasan yang hampir mirip, menurut kami produk segarr ini sangat konsisten dalam menjaga kualitas produknya dan kemasannya, dengan beberapa ciri tertentu yang menjadi ciri khas produk perusahaan, juga sesuai dengan target yang telah ditentukan, sehingga tetap dapat memenangkan persaingan usaha yang terjadi dilingkungan pasar”⁵¹

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan dan diketahui bahwa strategi kemenangan usaha melalui pengembangan kemasan, memberikan dampak yang cukup signifikan bagi perusahaan PT Putra Jaya Nanas Blitar dimana dampak yang dominan adalah dampak positif yang timbul dari pengembangan kemasan yang dilakukan, sehingga menambah profit atau keuntungan dari perusahaan dikarenakan memenangkan persaingan yang terjadi dipasar dan juga memiliki nilai pembeda tersendiri bagi konsumen.

C. Analisis Temuan Penelitian

1. Analisis Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dan merupakan sarana untuk mencapai tujuan jangka panjang. Suatu strategi

⁵¹ Wawancara dengan Maki dan Misbah selaku bidang pemasaran PT Putra Jaya Nanas, pada 25 April 2021

mempunyai skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Suyanto (2007) menyatakan kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategia* yang diartikan sebagai *the art of the general* atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Pernyataan ini menjelaskan strategi merupakan cara untuk mendapatkan kemenangan atau mencapai tujuan yang diharapkan.⁵²

Sejak diproduksinya sari Nanas PT Putra Jaya Nanas Blitar, perusahaan ini mengalami kemajuan yang cukup pesat. Kemajuan tersebut tidak diperoleh secara instan melainkan dengan berbagai macam uji coba dan beberapa kegagalan produksi. PT Putra Jaya Nanas Blitar memiliki berbagai strategi dalam mengatasi berbagai ancaman dari persaingan pasar yang terjadi, sehingga dampak bagi perusahaan selain terus berinovasi terkait hal apapun yang terkait dengan produk yang diproduksi, juga memberikan keuntungan berupa ketahanan perusahaan yang kuat dan baik, dengan demikian maka kesempatan untuk memenangkan persaingan terbuka lebar.

Beberapa hal yang diperhatikan PT Putra Jaya Nanas Blitar dalam rangka memenangkan persaingan usaha, yakni memaksimalkan produksi, distribusi, dan pelayanan. Diantara yang menjadi fokus dari perusahaan dalam proses pengembangan adalah kemasan, dimana kemasan menjadi salah satu hal penting yang diperhatikan perusahaan, karena kemasan dapat menjadi alat bantu komunikasi produk perusahaan dengan para

⁵² Ronal Watrianthos dkk, *Kewirausahaan dan Strategi Bisnis...* hlm.122

konsumenya. Kemasan yang baik dapat menjadi pemicu atau kesan awal bagi konsumen untuk membeli produk sari nanas.

2. Analisis Proses Pengembangan Kemasan Yang Terkait Dengan Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Dengan adanya strategi yang telah dijabarkan diatas dapat memberikan gambaran bagi perusahaan dalam melakukan proses pengembangan kemasan yang akan dilakukan. Diantaranya:

- a. Awal proses produksi perusahaan PT Putra Jaya Nanas mengeluarkan kemasan cup kecil yaitu 120 ml, dengan pertimbangan yakni perusahaan yang lebih dulu memasarkan produknya dipasaran, pada waktu itu yakni tahun 2017 kemasan cup 120 ml itu menjadi kemasan yang best seller bagi perusahaan dimana pelopor kemasan tersebut adalah produk minuman sari buah yang berasal dari kota Malang, Jawa Timur. Perusahaan tersebut menjadi inspirasi bagi PT Putra Jaya Nanas untuk membuat kemasan dengan ukuran yang sama, tentunya dengan desain yang berbeda, dimana perusahaan dari kota malang tersebut memiliki kemasan yang bergerigi atau bergelombang, sedangkan PT Putra Jaya Nanas memiliki kemasan yang mulus atau tidak berpola. Dan untuk kemasan kardusnya PT Putra Jaya Nanas memilih warna orange itu karena menurut menejemen perusahaan warna bahan utama minuman perusahaan yakni buah nanas dimana warna kardus tersebut bertahan selama 1 tahun.

- b. Pada tahun ke 2 minuman segarr sari nanas melakukan beberapa uji coba proses pengembangan kemasan, yaitu dengan menambah variasi kemasan yakni kemasan botol dengan inspirasi dari produk-produk minuman lain seperti teh botol maupun teh pucuk. Pada awal diproduksinya kemasan botol, mendapat beberapa kendala seperti kendala mesin yang biayanya tidaklah murah sehingga pada saat itu diisikan secara manual, dimana menurut aturan dari pemerintah terkait pangan, cara tersebut dianggap kurang higienis untuk kelas perusahaan, sehingga kemasan botol ini tidaklah berjalan lama atau mulus sesuai harapan perusahaan. Walaupun perusahaan sudah mencoba memasarkan produk sari nanas kemasan botol ini ke pameran-pameran dan mensponsori berbagai macam acara, respon pasar sangat kurang. Sehingga produk sari nanas kemasan botol sementara dihentikan.
- c. Belajar dari pengalaman kemasan botol tersebut, perusahaan PT Putra Jaya Nanas kembali beralih untuk tetap menggunakan kemasan cup yang dirasa sesuai harapan dari perusahaan, dan proses pengembangan kemasan yang dilakukan adalah menambah isi atau kapasitas air sri nanas dari semula ukuran 120 ml menjadi ukuran 150 ml. Hal tersebut dilakukan untuk menyasati adanya persaingan usaha yang terjadi di lingkungan pasar yang mencoba mengcopy produk dari perusahaan, dimana harapan dari pihak manajemen dengan pengembangan kemasan yang dilakukan dapat menjadi pembeda dan juga menjadi ciri tertentu bagi produk perusahaan. Selain karena hal itu usulan dari pihak

pemasaran untuk memusatkan segmentasi pasar yakni pasar anak-anak sekolah, dengan kemasan 150 ml. Tersebut, harga setiap pcs minuman segarr sari nanas yaitu Rp. 1000 rupiah. Dan ada tahun kedua ini pula warna kardus berubah menjadi warna kuning, dari warna sebelumnya yakni orange, hal tersebut dilakukan pihak manajemen untuk menyelaraskan produk minuman didalamnya dan juga kemasan luar atau kardus sehingga apabila dipandang terlihat lebih sinkron.

3. Analisis Pertimbangan Pihak Manajemen dalam Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Ada beberapa pertimbangan yang dilakukan oleh PT Putra Jaya Nanas Blitar setelah melakukan proses identifikasi pengembangan kemasan, baik dari faktor internal perusahaan yakni meliputi seluruh SDM (Sumber Daya Manusia) didalam lingkup perusahaan ataupun dari faktor eksternal yakni pihak luar perusahaan. Berbagai pertimbangan tersebut antara lain:

a. Kompetitor

Dalam menghadapi kompetitor PT Putra Jaya Nanas melakukan strategi dimana mencari pembeda dalam kemasan, semisal kompetitor mengeluarkan produk dengan hanya kemasan cup 120 ml, maka PT Putra Jaya Nanas selain memproduksi kemasan cup 120 ml, juga mencoba untuk memperkenalkan ukuran Cup yang 150 ml, yang sedikit lebih banyak isinya.

b. Segmentasi Pasar

Dalam segmentasi pasar, PT Putra Jaya nanas melakukan hal tersebut sejak berdirinya pengolahan sari buah nanas, dimana segmentasi pasar dari produk sari nanas adalah semua kalangan masyarakat dan semua usia, untuk persebaran dari pasarnya sendiri adalah menguasai wilayah tempat perusahaan berada yaitu kota Blitar, mengingat yang menjadi visi misi perusahaan adalah menjadikan produk sari buah nanas PT Putra Jaya Nanas menjadi ikon kota Blitar.

c. *Priority*

Priority atau prioritas produk sari nanas PT Putra Jaya Nanas lebih memprioritaskan pada cup yang ukuran 120 dan 150 ml ml. Dikarenakan beberapa faktor, antara lain adalah keuntungan atau profit, mesin yang dimiliki, serta tingginya permintaan masyarakat terhadap produk pada kemasan cup ukuran 120 ml dan 150 ml. Oleh karena itu, untuk pengembangan produk kemasan sendiri masih menghadapi beberapa kendala yakni kapasitas hasil produksi yang masih terbatas atau hanya cukup untuk kemasan 120 ml dan 150 ml (sesuai pesanan).

4. Analisis Dampak Bagi Perusahaan dari Strategi Kemenangan Usaha Melalui Kemasan Untuk Meraih Pangsa Pasar.

Dengan dilaksanakannya strategi kemenangan persaingan usaha, proses pengembangan kemasan, dan pertimbangan pengembangan kemasan, memberikan beberapa dampak bagi perusahaan. Antara lain :

- a. *Value Creation* atau peningkatan nilai tambah bagi perusahaan sehingga semua proses yang terjadi dalam perusahaan menjadikan harus bernilai tambah bagi perusahaan.
- b. *Quality* meningkatkan kualitas baik produk maupun proses yang dihasilkan menjadi lebih bermutu dan lebih baik.
- c. *Responsiveness* menjadikan perusahaan lebih tanggap terhadap adanya perubahan baik internal maupun eksternal sehingga bisa meningkatkan daya saing dan mengurangi kerugian
- d. *Agility* menjadikan perusahaan lebih cerdas dan tanggap serta tegar atas adanya tingkat persaingan dan percaya diri sehingga tidak takut akan ancaman persaingan dari luar.
- e. *Innovation* Meningkatkan kegiatan inovasi dan kreatifitas yang membuat perusahaan selalu menang dan unggul dalam persaingan usaha.⁵³

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa dampak yang dirasakan oleh perusahaan PT Putra Jaya nanas dari strategi kemenangan persaingan usaha melalui pengembangan kemasan adalah semakin bertambahnya nilai positif serta volume penjualan yang otomatis juga meningkatkan omzet dari perusahaan, ditambah lagi daya kreatifitas perusahaan yang terus tumbuh sehingga kekhawatiran yang timbul dari para pesaing perusahaan tidaklah berdampak besar, selama perusahaan tetap dapat menjaga kualitas produk serta terus berusaha mengembangkan

⁵³ Y. Sugiharto, Susalit S. Wibowo, *Manajemen Audit Teknologi*, (Yogyakarta: PT KANISIUS, 2020) hlm. 10

kemasan produknya yang disesuaikan dengan keinginan pasar, maka dapat dipastikan bahwa produk minuman “Segarr” sari nanas dari PT Putra Jaya Nanas Blitar dapat memenangkan persaingan yang ada.