

BAB V

PEMBAHASAN

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

Dari hasil wawancara dapat diketahui bahwa perusahaan dibidang UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing dengan unggul atau dengan para pesaing perusahaan dengan memiliki keunggulan dibidang teknik, produk, inovasi kemasan dan cakupan distribusi atau target yang tepat adalah perusahaan yang sering melihat mekanisme pergerakan yang terjadi dipasar. Tidak dipungkiri bahwa perusahaan pesaing menjadi salah satu tantangan keberlangsungan perusahaan, banyak terjadi di beberapa wilayah maupun sektor bisnis dimana perusahaan pelopor bisa terguling atau bahkan bangkrut karena perusahaan pesaing yang biasanya memiliki beberapa kelebihan baik teknis maupun non-teknis dan biasanya berupa harga yang lebih murah. Perusahaan PT Putra Jaya Nanasmengantisipasi hal tersebut dengan beberapa langkah, selain tetap menjaga kualitas produk, menginovasi pendukung produk, juga mengidentifikasi persaingan yang terjadi dipasar. Dalam hal ini Ibu Samrotul Azizah telah melakukan pengamatan terkait dengan persaingan pasar yang sering terjadi dengan mengerahkan tim pemasaran yang berfungsi ganda yakni pemasaran dan

pengamatan, yaitu mengamati produk-produk minuman sari nanas yang sejenis untuk dibandingkan dengan produk minuman perusahaan.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu Wibowo Kuntjoroadi, dan Nurul Safitri⁵⁴ bahwasanya untuk memenangkan persaingan usaha haruslah memahami teori-teori pemasaran, dan harus cerdas dalam melakukan identifikasi produk dari para pesaing perusahaan.

Dari hasil wawancara disebutkan bahwa perusahaan PT Putra Jaya Nanas dalam mengatasi persaingan usaha yang terjadi menggunakan cara-cara yang benar dan sesuai dengan akidah yang dipercayai oleh pihak perusahaan. Ibu samrotul azizah juga memaparkan bahwa bukan hanya keuntungan materiil yang ingin perusahaan beliau capai melainkan juga keberkahan dari segala lini perusahaan. Oleh karena itu dalam mengatasi persaingan usaha Perusahaan menggunakan cara-cara yang baik seperti menginovasi kemasan dari produk sari nanas yang diproduksi.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu Umamah Aisha⁵⁵ bahwasanya persaingan usaha pastilah terjadi dalam lingkungan bisnis, tetapi tetap dengan cara-cara yang sehat sesuai dengan aturan agama yang sudah ditentukan. Karena tujuan dari diadakanya etika dalam persaingan usaha adalah untuk mencegah terjadinya konflik yang tidak sehat antarperusahaan.

⁵⁴ Wibowo Kuncoro dan Nurul Safitri, *Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi..., Vol. 16, No. 1

⁵⁵ Umamah Alisha, *Strategi Persaingan Bisnis Waralaba Berbasis Agama...*, Vol. 6, No. 1

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

Dari hasil wawancara diketahui bahwa PT Putra Jaya Nanas dalam melakukan proses pengembangan kemasan tidaklah secara asal-asalan, melainkan dengan berbagai pertimbangan yang terukur. Mulai dari desain kemasan, bentuk kemasan, hingga warna dari kemasan dibuat berirama. Bahkan dari segi target konsumen juga dikaitkan oleh perusahaan. Berdasarkan pengalaman yang dialami bahwa kemasan merupakan atribut yang sangat berpengaruh pada penjualan minuman sari nanas.

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian terdahulu Tri Hanifawati⁵⁶ Bahwasanya atribut pada kemasan sangatlah penting dan sangat berpengaruh baik bagi perusahaan atau konsumen, mengingat bahwa yang pertama kali dilihat konsumen atau bagian luar dari suatu produk adalah kemasan, sehingga pemilihan kemasan yang tepat guna dan juga atribut yang mencerminkan isi dari produk sangat membantu bagi perusahaan untuk dijadikan pembeda dengan perusahaan lain dan tentunya juga secara otomatis akan meningkatkan penjualan produk perusahaan.

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

Dari hasil wawancara diketahui bahwa perusahaan PT Putra Jaya Nanas setelah melakukan proses pengembangan kemasan dilanjutkan

⁵⁶ Tri Hanifawati, dkk., *Pengaruh Atribut Makanan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Pembelian...*, Vol. 6, No. 1

dengan berbagi pertimbangan dalam mengeluarkan kemasan barunya, hal ini dilakukan sebagai bentuk kehati-hatian pihak manajemen perusahaan atas pengalaman pengeluaran inovasi kemasan yang telah dilakukan, sehingga apa yang dikehendaki oleh pihak manajemen dapat terlaksana dan juga sesuai dengan target perusahaan yang diinginkan. Hal ini dilakukan karena tujuan dari perusahaan mengeluarkan kemasan baru untuk memenangkan persaingan usaha dengan cara yang sehat dan tidak merugikan perusahaan lain dan tentunya untuk menjaga citra dari perusahaan PT Putra Jaya Nanas sendiri. Beberapa pertimbangan tersebut antara lain : Kompetitor, Segmentasi Pasar, dan *Priority*.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu Yansen Theopilus⁵⁷ dimana dalam pertimbangan pengeluaran kemasan terdapat beberapa metode pertimbangan baik dari segi fungsi kemasan, keamanan kemasan dan lain sebagainya sehingga dapat menjadi acuan perusahaan agar kemasan yang akan atau sudah diproduksi sudah sesuai standart yang ditetapkan.

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

Setiap keputusan yang diambil oleh perusahaan pastinya memiliki dampak yang akan ditimbulkan, baik itu dampak positif atau dampak negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah

⁵⁷ Yansen Theopilus, dkk., *Pengembangan kemasan Makanan untuk Menghasilkan User Exsperience yang Positif ...*, Vol. 3, No. 2

pelaksanaan serta pengawasan dari perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa dampak positif dari adanya strategi kemenangan persaingan usaha yaitu dapat menambah daya inovatif bagi perusahaan, karena menurut pihak manajemen perusahaan adanya kemenangan persaingan usaha selain penjualan meningkat juga akan menambah kepercayaan diri bagi perusahaan dalam melakukan pengembangan kemasan produk sari nanas. Dari strategi yang sudah dilakukan perusahaan terbukti bahwa dengan pengembangan kemasan dapat menjadi salah satu faktor kemenangan dalam persaingan usaha.

Berdasarkan hasil wawancara selanjutnya, dampak positif yang dialami perusahaan secara tidak langsung adalah menambah tenar atau terkenalnya produk dari PT Putra Jaya Nanas, karena menurut pihak manajemen perusahaan semakin banyak pesaing malah akan semakin banyak orang atau sales yang mengenal produk sari nanas PT Putra Jaya Nanas. Hal ini terjadi karena kepercayaan diri dari pihak manajemen bahwa produknya memiliki banyak kelebihan dari pada produk milik pesaing. Oleh karena hal itu maka respon dari konsumenpun juga ikut menjadi positif karena kepuasan yang diberikan perusahaan menjadi hal yang baik bagi internal perusahaan.

Hal ini diatas dengan penelitian terdahulu Sugiarto Y.⁵⁸ Bahwasanya dampak positif dari strategi kemenangan persaingan usaha melalui pengembangan kemasan adalah semakin bertambahnya nilai positif

⁵⁸ Y. Sugiharto, Susalit S. Wibowo, *Manajemen Audit Teknologi...*, hlm. 10

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 kemasan produknya yang disesuaikan dengan keinginan pasar dan juga target pasar yang sudah ditentukan.

Dalam sebuah aktivitas atau kegiatan perusahaan selain memberikan dampak positif tidak menuntut kemungkinan akan muncul dampak negatif. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan meskipun PT Putra Jaya Nanas memperoleh banyak dampak positif tetapi dampak negatif juga pernah dirasakan. salah satunya produk sari nanas PT Putra Jaya Nanas pernah dicopy oleh perusahaan lain dari segi desain bahkan bentuk serta warna dari kemasan. Tetapi pihak manajemen tidaklah terlalu mengambil pusing hal tersebut, karena menurut pihak manajemen hal tersebut menjadi lumrah dalam persaingan pasar, selama perusahaan PT Putra Jaya Nanas tetap menjaga konsistensi produk dan juga menginovasi kemasan produk maka kemenangan persaingan usaha dapat diraih. Hal tersebut sesuai penelitian terdahulu Yayan Suherlan⁵⁹ bahwasanya pengembangan kemasan dapat berpengaruh terhadap daya saing produk dilingkungan pasar. Dimana kemasan menjadi identitas penting bagi perusahaan.

⁵⁹ Yayan Suherlan, dkk., *Model Balai Pengembangan Kemasan Ramah Lingkungan untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal UMKM Pangan Olahan Menghadapi Pasar Global...*, Vol. 3 No. 2