

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian di bab sebelumnya, pada bab ini akan mengemukakan lebih lanjut mengenai pembahasan yang sesuai. Diketahui bahwa penelitian ini meneliti tentang Strategi Bersaing dalam Upaya Peningkatan Kinerja dan Volume Penjualan pada MJ Flower Wonodadi Blitar.

A. Strategi Peningkatan Kinerja pada MJ Flower Ditinjau dari Segi Kualitas Pekerjaan, Pengetahuan, serta Kerja Sama

Sebagaimana yang diketahui bahwa perbaikan kinerja membawa dampak baik terhadap usaha. Salah satu dampak yaitu menambah konsumen baru. Penerapan perbaikan kinerja yang dilakukan MJ Flower membantu berkembangnya usaha ini. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan pada MJ Flower antara lain:

1. Strategi Peningkatan Kinerja dari Segi Kualitas Pekerjaan
 - a. Memenuhi Syarat Menjadi Karyawan

Untuk menjadi karyawan dan dapat bekerja di MJ Flower setiap calon karyawan harus memenuhi syarat awal bekerja. Karyawan yang akan bergabung di MJ Flower sebaiknya siap dengan berbagai syarat yang diajukan. Sebagaimana penuturan Ibu Lailatul Nikmah sebagai pemilik MJ Flower. Karyawan yang dibutuhkan MJ Flower untuk bekerja di toko ini adalah karyawan laki-laki maupun perempuan

dengan syarat rajin, jujur, disiplin, pekerja keras, dan telaten. Adapun untuk pendidikan formal bukan termasuk kedalam syarat bekerja.

Hal ini serupa dengan teori aspek penilaian kinerja, dalam meningkatkan kinerja diperlukan informasi yang akurat mengenai segala hal yang berhubungan dengan karyawan. Terdapat beberapa aspek penilaian dari karyawan diberbagai jabatan. Salah satu hal umum yang dinilai pada karyawan yaitu keteguhan dan pengetahuan pekerjaan. Hal ini bertujuan mengenali emosi, cara pengendalian diri karyawan, tingkat pendidikan, pelajaran yang paling dikuasai, serta kecakapan seseorang. Dengan demikian, saat bekerja tidak mencampurkan urusan pribadi dengan pekerjaan. Ketika mendapatkan tugas yang ringan atau berat tetap konsisten menyelesaikannya. Hal ini juga bermaksud mengukur kesetiaan dan pengabdian pada organisasi.¹²⁰

Berbeda dengan penelitian milik Darwin Tanujaya tahun 2015. Penelitian ini untuk mengetahui Strategi Bersaing pada Perusahaan Distribusi Meubel UD. Budi Luhur, Kediri-Jawa Timur. Pada perusahaan ini proses rekrutmen karyawan baru tidak memiliki standar yang khusus. Biasanya apabila perusahaan memerlukan karyawan baru, perusahaan akan membuka lowongan terbuka tetapi hanya melalui karyawan yang ada di UD. Budi Luhur. Karyawan yang sudah bekerja di UD. Budi Luhur memiliki saudara atau teman yang ingin bekerja

¹²⁰ Nur'aini DF, *Panduan Praktis ...*, hal. 38-39

UD. Budi Luhur dapat langsung menemui owner sendiri dan untuk standar pendidikan mematok minimal SMA.¹²¹

b. Mengadakan Pelatihan

Sudah sering ditemui bahwa pelatihan membantu perbaikan kinerja. MJ Flower menerapkan strategi pelatihan supaya keterampilan karyawan bertambah serta mengurangi kesalahan dalam bekerja. Pelatihan juga dianggap strategi paling tepat dan cepat dalam mengembangkan keahlian karyawan pada bidang yang sedang digeluti. Saat melatih karyawan pemilik dan pengelola MJ Flower turun langsung untuk mengajari dan memberikan arahan. Pelatihan dilakukan di lokasi toko MJ Flower maupun di proyek pembuatan taman.

Hal ini didukung dengan teori pengembangan sumber daya manusia, bahwa tujuan umum pengembangan sumber daya manusia yaitu memastikan organisasi mempunyai orang-orang yang berkualitas untuk mencapai tujuan organisasi guna meningkatkan kinerja dan pertumbuhan. Pelatihan (*training*) adalah proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan dengan metode yang lebih mengutamakan praktek daripada teori.¹²²

Hal ini didukung oleh penelitian Desi Handayani. Dalam penelitian tersebut untuk mengetahui strategi peningkatan produktivitas karyawan PT Perkebunan Nusantara XIV (Pabrik Gula Takalar). Usaha yang sudah dilakukan untuk proses pengembangan sumber daya

¹²¹ Tanujaya, "Analisa ...", hal. 327

¹²² Masram, *Manajemen Sumber ...*, hal. 109

manusia diantaranya pelatihan untuk karyawan yang masih memiliki pengetahuan rendah serta penempatan posisi kerja yang belum sesuai dengan keahlian masing-masing karyawan.¹²³

2. Strategi Peningkatan Kinerja dari Segi Pengetahuan

a. Pemberian Pengetahuan

Selain dari keterampilan karyawan diperlukan juga pengetahuan. Hal ini karena pengetahuan membantu menemukan cara terbaik menyelesaikan pekerjaan. Selain itu, pengetahuan bukan hanya bermanfaat untuk karyawan atau pemilik usaha itu sendiri. Melainkan juga orang lain seperti pembeli yang membutuhkan informasi tentang tanaman. Karyawan MJ Flower memiliki pengetahuan mengenai tanaman. Hal itu terbukti dari penuturan pembeli yang senang karena mendapat ilmu terkait perawatan tanaman. Pengetahuan karyawan diperoleh dari pemilik dan pengelola MJ Flower yang diberikan secara bertahap kepada karyawan. Dari pengetahuan tersebut kemudian dipraktikkan.

Pendidikan (*education*) adalah proses pengembangan jangka panjang yang mencakup pengajaran dan praktek sistematis yang menekankan pada aspek teoretis. Suprihanto mengemukakan pendidikan adalah suatu kegiatan untuk memperbaiki kemampuan karyawan dengan cara meningkatkan pengetahuan. Pendidikan dan pelatihan yaitu upaya mengembangkan sumber daya manusia terutama

¹²³ Handayani, *Strategi Peningkatan...*, hal 45-46

untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia.¹²⁴

Penelitian terdahulu milik Desi Handayani tahun 2019 tentang strategi peningkatan produktivitas karyawan. Dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan PT Perkebunan Nusantara XIV (Pabrik Gula Takalar) yaitu pendidikan. Pada umumnya karyawan dengan tingkat pendidikan lebih tinggi memahami pentingnya produktivitas. Dengan demikian, mendorong karyawan yang bersangkutan untuk melakukan tindakan produktif.¹²⁵

3. Strategi Peningkatan Kinerja dari Segi Kerja sama

a. Pembagian Pekerjaan

Membagi pekerjaan adalah strategi yang diperlukan untuk mempercepat penyelesaian pekerjaan. Selain itu juga untuk menghasilkan tanaman yang bagus sesuai keahlian si karyawan. Pembagian pekerjaan antara satu karyawan dengan karyawan lain sama rata. Hal ini sesuai hasil wawancara yang disampaikan bapak Ali Zubaidah selaku pengelola MJ Flower. MJ Flower menerapkan semua karyawan harus mengerti cara membibitkan tanaman, melakukan pemupukan tanaman baik dengan alat semprot maupun tidak, kapan waktu yang tepat untuk perawatan dan sebagainya. Untuk proyek

¹²⁴ Masram, *Manajemen Sumber ...*, hal. 110

¹²⁵ Handayani, *Strategi Peningkatan...*, hal. 43

pembuatan taman juga harus dikerjakan bersama pada lokasi yang sama.

Hal ini didukung dengan teori analisis pekerjaan. Dalam teori tersebut menyebutkan bahwa manfaat diadakannya analisis pekerjaan yaitu memberikan informasi tentang aktivitas pekerjaan, standar pekerjaan, dan sebagainya. Prinsip penempatan harus dilaksanakan secara konsekuen supaya seorang pekerja, bekerja sesuai dengan keahlian masing-masing. Dengan penempatan yang tepat itu diperoleh gairah kerja, mental kerja, dan prestasi kerja akan mencapai hasil yang optimal bahkan kreativitas dapat berkembang.¹²⁶ Pembagian kerja dalam suatu struktur organisasi, yaitu penyajian bergambar dari struktur organisasi formal. Struktur organisasi mempunyai kaitan hubungan antara kekuasaan dan tugas.¹²⁷

Senada dengan penelitian Anisah tahun 2020 tentang Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana Muslim Di Pasar Aceh. Pembagian kerja merupakan faktor yang mempengaruhi efektifitas kerja untuk itu diperlukan perencanaan dengan baik yang dituangkan dalam daftar rincian tugas. Pedagang busana muslim di pasar aceh mempekerjakan karyawan dengan motivasi dan disiplin yang tinggi.¹²⁸

¹²⁶ Ichsan, et.all, *Bahan Ajar ...*, hal. 83-85

¹²⁷ Tiyono, *Manajemen Unggul ...*, hal. 61

¹²⁸ Anisah, *Strategi Pemasaran...*, hal. 71

b. Komunikasi yang Baik dan Lancar

Menjaga keakraban dengan karyawan adalah hal yang cukup penting dalam kegiatan usaha. Dalam pekerjaan sehari-hari pemilik usaha dengan karyawan akan berinteraksi baik komunikasi ataupun bertukar pengalaman di lapangan. Keuntungan yang diperoleh yaitu pekerjaan lebih cepat selesai karena dikerjakan tanpa beban. Selain itu, perbaikan kinerja dapat diciptakan dari keakraban kedua pihak selama bekerja. Hubungan pemilik MJ Flower dengan karyawan berjalan baik seperti layaknya saudara sendiri. Pemilik bersikap ramah, disiplin, dan mau memberikan arahan kepada karyawan secara sabar. Selain itu, saat bekerja terjadi guyonan agar suasana yang akrab seperti kepada teman tercipta. Karyawan merasa santai, menyenangkan, dan tanpa tekanan walaupun sedang bekerja.

Hal ini serupa dengan teori Hubungan industrial. Hubungan industrial diartikan sebagai hubungan antara semua pihak yang terkait proses produksi suatu barang atau jasa perusahaan. Tujuan yang ingin diraih melalui hubungan ini yaitu menciptakan kesejahteraan bersama. Apabila hubungan ini terbina dengan baik, maka diharapkan tercipta hubungan yang harmonis antara pekerja dan pengusaha tanpa adanya gesekan yang dapat mengganggu atau mengancam keberlangsungan perusahaan.¹²⁹

¹²⁹ Dewi dan Harjojo, *Manajemen Sumber...*, hal 174

Senada dengan penelitian terdahulu milik Desi Handayani. Faktor yang mempengaruhi produktivitas kerja karyawan PT Perkebunan Nusantara XIV (Pabrik Gula Takalar) yaitu suasana kerja. Dalam penelitian tersebut, salah satu caranya dengan meningkatkan komunikasi dalam segala hal antara karyawan dan manajer. Dengan demikian, karyawan bisa berbicara dengan santai dan dapat memberikan tanggapan terhadap manajer.¹³⁰

B. Strategi Peningkatan Volume Penjualan pada MJ Flower

Seperti yang sudah diketahui bahwa kegiatan penjualan dapat menghasilkan keuntungan bagi sebuah usaha. Semakin banyak barang terjual maka keuntungan semakin besar.

1. Strategi Produk

Dalam meningkatkan volume penjualan MJ Flower menggunakan strategi produk. Strategi produk disini dengan cara menjaga kualitas tanaman. Sebagaimana penuturan pemilik MJ Flower bahwa menjaga kualitas tanaman dilakukan dengan cara perawatan rutin dengan melakukan penyiraman tanaman. Penyiraman minimal satu kali sehari pada musim kemarau supaya tanaman tidak layu dan pada musim penghujan penyiraman dikurangi supaya tanaman tidak mati. Peletakan tanaman dibawah sinar matahari juga penting untuk membantu perkembangan tanaman. MJ Flower Menyediakan tanaman di toko agar

¹³⁰ Handayani, *Strategi Peningkatan...*, hal. 53

calon pembeli bisa melihat dan menilai produk yang dihasilkan secara langsung.

Hal ini serupa dengan teori bauran pemasaran. produk merupakan segala sesuatu (meliputi objek fisik, jasa, tempat, organisasi, gagasan ataupun pribadi) yang dapat atau mampu ditawarkan produsen untuk diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan. Strategi produk dibagi menjadi strategi produk baru dan strategi produk yang sudah ada. Produk baru adalah barang atau jasa yang pada dasarnya berbeda dengan yang telah dipasarkan oleh perusahaan lain.¹³¹

Dari hasil penelitian Anis Sholihah tahun 2015 mengenai analisis strategi bersaing untuk pengembangan produk di home industri kelompok usaha bersama kucai jaya kalibeber wonosobo. Seringkali makanan ringan di indonesia yang saling bersaing untuk meningkatkan penjualan. Produk opak sudah melalui proses inovasi, opak tetap memiliki ciri khas, yaitu dengan tambahan daun kucai. Persaingan dalam Kucai Jaya yaitu berlomba-lomba menciptakan produk yang lebih baik dan bermanfaat untuk konsumen.

2. Strategi Promosi

Setiap usaha mempunyai cara promosi untuk menaikkan jumlah penjualan. Kepemilikan dan penggunaan media sosial saat ini adalah salah satu media promosi yang kerap digunakan. Begitu juga pada MJ Flower

¹³¹ Putri, *Manajemen ...*, hal 72

yang memiliki strategi promosi tersendiri. Strategi promosi MJ Flower dengan membuat brosur dan baner pada awal pendirian usaha kemudian disebarakan kepada masyarakat atau diletakkan pada lokasi yang ramai. Menggunakan akun sosial media untuk promosi jarak jauh. Meminta orang terdekat atau pelanggan tetap untuk ikut serta mempromosikan.

Hal ini didukung dengan teori bauran pemasaran. Manfaat promosi berbeda-beda menurut tahap proses kebutuhan membeli yaitu pengenalan kebutuhan dan informasi, evaluasi alternatif, kepuasan membeli, serta penggunaan produk. Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek dalam aktivitas promosi untuk merangsang pembelian suatu produk dengan cara yang bervariasi.¹³²

Penelitian milik Eriza Yolanda Maldina tahun 2016 yang berjudul strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik calista. Butik calista menerapkan strategi promosi. Promosi yang dilakukan oleh butik calista yaitu dengan cara membuat spanduk, pemberian bonus atau diskon pada bulan tertentu dan akhir tahun serta ikut dalam Palembang fashion week.¹³³

3. Strategi Harga

Tidak menjadi rahasia lagi bahwa harga menjadi salah satu penentu terjadinya pembelian atau tidak. Apalagi bagi wanita harga selisih sedikit saja menjadi perbandingan untuk pindah ke lokasi lain. MJ Flower mematok harga untuk pembuatan taman minimal Rp.5.000.000 untuk

¹³² Putri, *Manajemen ...*, hal 121

¹³³ Maldina, *Strategi ...*, hal 51

taman yang berukuran kecil. Selain itu, harga bisa nego atau mengikuti dana konsumen. Untuk harga tanaman hias secara ecer disesuaikan dengan jenis dan pasarannya.

Hal ini didukung dengan teori bauran pemasaran. Dalam menentukan strategi penetapan harga, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk menghasilkan harga tertentu. Metode penetapan harga tersebut yakni penetapan harga *mark-up*, penetapan harga standar berdasarkan sasaran pengembalian, penetapan harga berdasarkan atas nilai yang dipresepsikan, penetapan harga sesuai yang berlaku.¹³⁴ Daya tawar pembeli terhadap perusahaan yang menjual barang dan jasa ditentukan oleh dua hal utama yaitu pengaruh tawar menawar dan sensitifitas harga.¹³⁵

4. Strategi Wilayah dan Sasaran Penjualan

Menemukan wilayah yang berpotensi meningkatkan penjualan adalah hal yang harus dilakukan sebuah usaha. Hal ini dilakukan karena saat usaha berdiri sudah ada pembeli yang dituju. Begitu pula yang dilakukan MJ Flower yaitu menentukan sasaran dan wilayah penjualan. Sasaran penjualan MJ Flower segala kalangan masyarakat dengan segala profesi.

Hal ini didukung dengan teori bauran pemasaran yang berkaitan dengan saluran distribusi. Saluran distribusi yakni rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen dalam

¹³⁴ Putri, Manajemen ..., hal 107

¹³⁵ Sholihin, *Manajemen...*, hal. 43

menyampaikan produk dari produsen ke konsumen. Selain itu, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi bentuk saluran yaitu pertimbangan pengguna akhir, karakteristik produk, kesediaan dan keterampilan para perantara.¹³⁶

Penelitian milik Darwin Tanujaya tahun 2015, penelitian dilakukan untuk meneliti lebih lanjut tentang strategi bersaing pada UD Budi Luhur menggunakan analisa internal dan eksternal. Untuk pemasaran UD Budi Luhur memilih segmen pasar menengah kebawah. Wilayah penjualan perusahaan ini ditentukan oleh owner sendiri. Wilayah terjauh yang sudah dijangkau oleh UD Budi Luhur adalah Pacitan, Ponorogo, dan Malang dimana untuk melakukan pengiriman dibutuhkan waktu sekitar delapan jam pulang pergi dari Kediri.¹³⁷ Untuk wilayah penjualan yakni sekitaran lokasi MJ Flower berdiri dan, wilayah Kota atau Kabupaten Blitar, Tulungagung, Kediri, dan Nganjuk.

Dari daftar penjualan, diketahui bahwa MJ Flower mengalami kenaikan jumlah penjualan dan sempat mengalami penurunan. Kenaikan jumlah penjualan di MJ Flower dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni lokasi strategis. Lokasi tepat di pinggir jalan raya membuat orang yang lewat dapat dengan mudah mengetahui lokasi ini. Faktor kualitas dari tanaman serta pelayanan yang memuaskan. Terakhir faktor harga yang menentukan daya beli orang. MJ Flower sempat mengalami penurunan volume penjualan karena wabah penyakit yang masuk ke Indonesia agar

¹³⁶ Putri, *Manajemen ...*, hal. 116

¹³⁷ Tanujaya, *Analisa...*, hal. 326

proyek pembuatan taman menurun. Harga jual tanaman yang tinggi dengan jenis tanaman yang sederhana misalnya tanaman keladi membuat jumlah penjualan turun tapi pendapatan cukup baik. Kegiatan promosi dan proyek taman menurun karena banyak kegiatan yang terbatas.

C. Strategi Bersaing untuk Pengembangan MJ Flower

1. Menyediakan Produk Berkualitas

Sampai sekarang mempertahankan kualitas produk perlu dilakukan. Hal ini berkaitan dengan rasa puas konsumen terhadap hasil produksi sebuah usaha. Menurut hasil wawancara kepada Bapak Ali Zubaidah selaku pengelola di MJ Flower bahwa tanaman harus bebas penyakit dan siap beralih ke tangan konsumen.

Hal ini didukung dengan teori unsur pengembangan usaha. Harga dan kualitas ialah unsur strategi yang paling umum ditemui. Strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas baik dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.¹³⁸ Kualitas produk membuat suatu produk mampu bersaing dengan produk yang lain untuk menjadi pilihan utama konsumen.¹³⁹

Penelitian terdahulu milik Anisah tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pedagang produk busana muslim di pasar aceh dalam meningkatkan penjualan. Salah satu strategi pedagang di pasar aceh yaitu strategi produk. Produk yang ditawarkan pedagang busana muslim di pasar

¹³⁸ Rangkuti, *Analisis ...*, hal.12

¹³⁹ Alzeta, *Pengantar Bisnis...*, hal. 72

aceh merupakan barang baru dan berkualitas agar tercipta daya tarik bagi pembeli. Dalam penelitian tersebut sebanyak 78,43% pedagang pakaian busana muslim di pasar aceh mengakui sangat penting memperhatikan masalah kualitas dan barang-barang baru di toko mereka.¹⁴⁰

2. Harga Normal

Harga yang ditawarkan MJ Flower masih terjangkau untuk semua kalangan. Pengambilan keuntungan yang tidak besar yaitu strategi MJ Flower menaikkan daya beli. Dengan demikian, harga yang ditawarkan tidak melambung tinggi daripada pesaing. Hal ini terbukti dari harga minimal 5 juta untuk proyek kecil atau masih bisa nego tergantung kesepakatan dengan konsumen. Untuk pembayaran pun bisa diawal, dicicil ataupun diakhir pembuatan taman.

Hal ini didukung dengan teori pemasaran yaitu harga yang kompetitif. Harga merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk dapat memanfaatkan produk yang mereka beli. Konsumen akan membandingkan harga yang mereka bayar dengan manfaat yang mereka peroleh ataupun membandingkan harga dengan harga produk lain yang sejenis.¹⁴¹

Sesuai dengan penelitian milik Anisah bahwa harga yang ditetapkan pedagang busana muslim di pasar aceh menyesuaikan dengan

¹⁴⁰ Anisah, *Strategi Pemasaran...*, hal 49

¹⁴¹ Alzeta, *Pengantar Bisnis...*, hal 72

kualitas barang serta sesuai dengan standar pasar umumnya agar mampu bersaing dengan pedagang disekitaran banda aceh.¹⁴²

3. Pengelolaan Keuangan yang Baik

Pengelolaan keuangan MJ Flower masih sangat sederhana karena ditangani langsung oleh pemilik. Pengelolaan penting agar dana masuk dan keluar bisa dipantau. Selain itu, mengendalikan pembelanjaan yang seharusnya bisa dikurangi. Sebagaimana penuturan Ibu Lailatul Nikmah sebagai pemilik MJ Flower. Mulai awal masa pendirian MJ Flower modal milik sendiri dan pengelolaannya juga dilakukan sendiri.

Senada dengan teori manajemen keuangan. Dalam prakteknya, manajemen keuangan yakni tindakan yang diambil dalam rangka menjaga keuangan organisasi. Manajemen keuangan bukan hanya masalah pencatatan akuntansi. Melainkan pemeliharaan kendaraan termasuk kedalam manajemen keuangan. Apabila kendaraan tidak diberikan bahan bakar dan oli yang bagus serta servis teratur, kendaraan tersebut tidak akan berfungsi secara baik dan efisien. Lebih parah lagi apabila kendaraan rusak ditengah jalan dan gagal mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan demikian, manajemen keuangan yaitu aktivitas pemilik untuk memperoleh sumber modal dengan semurah-murahnya untuk menghasilkan laba.¹⁴³

4. Pelayanan yang cepat

MJ Flower menawarkan pelayanan yang cepat, ramah, dan siap melayani keinginan pembeli. Pemilihan strategi pelayanan karena untuk

¹⁴² Anisah, *Strategi Pemasaran...*, hal 53

¹⁴³ Kusumawati, *Kewirausahaan Bahan...*, hal . 223

membuat konsumen merasa nyaman di lingkungan usaha. Dengan demikian, konsumen akan sering berkunjung. Keutamakan lain yaitu kecepatan. Hal ini dilakukan agar proyek selanjutnya tidak ikut terlambat. Jadi semua proyek sebisa mungkin sesuai tanggal atau jika bisa malah dipercepat.

Didukung teori pelayanan prima. Pelayanan prima yakni upaya untuk memberikan layanan yang terbaik dapat diwujudkan dengan menonjolkan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggungjawab yang baik.¹⁴⁴

Senada dengan penelitian Eriza Yolanda Maldina mengenai strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada butik Calista. Pelayanan prima, dalam hal ini pramuniaga bersikap ramah dan siap dalam memberikan pelayanan terbaik dengan konsep 7S: senyum, sapa, salam, sopan, santun, siap, dan siaga.¹⁴⁵

5. Peluang MJ Flower

MJ Flower memiliki peluang yang sangat besar untuk kemajuan usaha kedepan. Hal ini dapat dilihat terus bertambahnya konsumen untuk tanaman. Selain itu, peluang pembuatan taman juga cukup menjanjikan. Hal ini karena penjual tanaman yang juga membuka jasa pembuatan taman atau perawatan tanaman masih sedikit.

Menurut Porter ada dua alasan mendasar dalam menentukan strategi bersaing perusahaan. Pertama, daya tarik industri yang ditunjukkan oleh

¹⁴⁴ Barata, Dasar-dasar..., hal 26

¹⁴⁵ Maldina, *Strategi Pemasaran ...*, hal. 47

profitabilitas industri dalam jangka panjang. Kedua, analisis berbagai faktor yang menentukan posisi perusahaan dalam persaingan industri.¹⁴⁶ Dari teori ini, MJ Flower dapat menganalisis kelebihanannya agar mendapatkan posisi dalam persaingan.

6. Kendala MJ Flower

Perkembangan kegiatan jual beli online membawa dampak kepada usaha tanaman. MJ Flower merasa jika persaingan dengan media jual beli online perlu diwaspadai. Kurangnya tenaga ahli yang memegang kendali media sosial menjadi kendala MJ Flower. Modal berpengaruh terhadap jalannya usaha. Modal yang berasal dari dana pribadi yang jumlahnya masih terbatas. Saat tanaman sedang tren sering terjadi kehilangan tanaman.

Porter menyatakan kekuatan dalam persaingan ada lima yaitu ancaman dari pendatang baru, pemasok (*supplier*), persaingan antar perusahaan dalam industri (*industry competitors*), ancaman dari produk substitusi (*substitute products*), daya tawar pembeli (*buyer*).¹⁴⁷ Hal ini senada dengan penelitian Anisah mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk busana muslim di Pasar Aceh. Kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran produk busana muslim di Pasar Aceh yaitu minimnya modal, keterlambatan barang dari pemasok,

¹⁴⁶ Solihin, *Manajemen ...*, hal. 41

¹⁴⁷ Wantrianthos et, all., *Kewirausahaan dan...*, hal. 130

kekurangan karyawan dan promosi masih minim hanya mengandalkan media sosial yang juga memiliki keterbatasan.¹⁴⁸

¹⁴⁸ Anisah, *Strategi Pemasaran...*, hal. 76-81