

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Pemilik dan lokasi Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah

Pemilik dari Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah adalah Nadi. Yang terletak di desa Pelemgede 09/02. Desa Pelemgede merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Pucakwangi kabupaten Pati. Letak usaha ini antara lain berbatasan langsung dengan:

Sebelah Utara	: Desa Sokopuluhan
Sebelah Selatan	: Desa Balong
Sebelah Timur	: Desa Pelemgede
Sebelah Barat	: Desa Telogo

Lokasi tersebut merupakan tempat pengisian Air Mineral Ar-Rohmah. Sedangkan tempat tinggal pemiliknya berada di belakang lokasi pengisian. Lokasi pengisian Air Mineral Ar-Rohmah dekat dengan jalan raya dan masyarakat, sehingga lokasi ini dapat dikatakan strategis karena mudah ditemukan dan dijangkau. Sehingga memudahkan dan melancarkan usaha dalam proses penjualan.¹

2. Sejarah Berdirinya Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah

Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah merupakan salah satu usaha yang menjalankan produknya dalam bidang minuman atau air. Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah terletak pada kabupaten Pati tepatnya di desa Pelemgede kecamatan Pucakwangi. Usaha ini didirikan oleh bapak Nadi pada tahun 2012.

Berawal dari melihat minat masyarakat terhadap suatu produk air galon karena orang-orang di daerah Pucakwangi kebanyakan mencari-cari produk tersebut. Dan saya melihatnya itu banyak juga yang mengeluh mengenai harga yang lumayan kurang terjangkau pada masyarakat yang kurang mampu.

¹ Dokumentasi di lapangan, tanggal 20 Oktober 2018.

Jadi bapak Nadi berfikir ulang untuk menciptakan bagaimana caranya beliau memenuhi kebutuhan masyarakat yang mengalami keluhan atau keinginan masyarakat dan juga tidak hanya memenuhi kebutuhan, beliau juga memikirkan kualitas yang baik yang layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Bapak Nadi mulai berfikir untuk menciptakan usaha Pengisian Air Mineral dan sebelum itu beliau mencari-cari informasi mengenai usaha yang akan didirikan di beberapa daerah yang memang sudah ada usaha Pengisian Air Mineral. Setelah itu bapak Nadi mulai merintis usaha Pengisian Air Mineral yang dari informasi beliau dapat tidak perlu memerlukan modal awal yang banyak dan juga harga dapat dijangkau oleh masyarakat.

Setelah mendirikan usaha Pengisian Air Mineral bapak Nadi memulai dengan beberapa tahap yaitu dengan mempersiapkan karyawan dan memikirkan bagaimana cara mengembangkan usahanya. Dimulai dari caramengunjungi toko-toko dan warung-warung yang ada disekitar kecamatan Pucakwangi beliau menawarkan produk tersebut dengan cara meminjamkan terlebih dahulu galon yang beliau punya lalu jika berjalan maka pengiriman berikutnya bisa diisi atau di tukar dengan yang ada isi airnya.

Usaha yang dirintis bapak Nadi ini tidaklah selalu berjalan mulus namun ada kendala-kendala yang harus dihadapi dengan adanya usaha yang sama dengan yang bapak Nadi rintis. Namun dengan seiringnya waktu kendala-kendala tersebut dapat teratasi usaha Pengisian Air Mineral yang didirikan sudah menjadi salah satu minat masyarakat.²

3. Visi dan Misi Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah

Visi adalah gambaran dan tujuan suatu lembaga atau perusahaan dimasa depan. Sedangkan misi adalah cara untuk mencapai tujuan

²Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

tersebut. Visi dan misi Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah antara lain:

Visi

- Menjadi salah satu pelopor dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Misi

- 1) Meningkatkan kepercayaan konsumen akan produk yang disediakan.³

4. Struktur Organisasi Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah

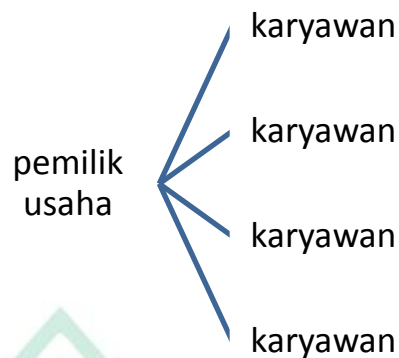
Struktur organisasi adalah sistem formal tentang hubungan tugas dan wewenang yang mengendalikan bagaimana setiap individu bekerjasama dan mengelola setiap sumberdaya yang ada untuk mewujudkan tujuan organisasi. Tujuan prinsip dari struktur organisasi adalah sebagai alat kontrol untuk mengendalikan koordinasi dan motivasi kerja tiap individu dalam usaha mencapai tujuan organisasi.⁴

Berjalannya suatu usaha dapat bergerak secara efektif dan efisien, jika setiap komponen dalam perusahaan tersebut berfungsi secara optimal. Oleh karena itu pemimpin perusahaan harus berupaya untuk membagi tugas dan menempatkan semua sumber daya manusia perusahaan, khususnya sumber daya manusia dalam posisi yang tepat yaitu dengan membuat struktur organisasi.

Berdasarkan penelitian lapangan yang dilakukan di pengisian Air Mineral Ar-Rohmah belum memiliki struktur organisasi yang tertulis, akan tetapi secara umum telah tersurat dalam wawancara yang dilakukan yakni:

³Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

⁴Dicky Wisnu UR dan Siti Nrhasanah, *Teori Organisasi Struktur dan Desain*, Umm Press, Malang, 2005, hlm. 18.



Dari struktur organisasi tersebut, dapat dikatakan bahwa dalam Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah telah melakukan pembagian tugas dan operasinya meskipun masih terlihat sangat sederhana.

Pemilik dari Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah yaitu bapak Nadi bertugas sebagai penanggung jawab atas semua pengambilan keputusan terkait dengan berlangsungnya dan berjalannya usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah secara penuh. Kemudian untuk persoalan pengelolaan seperti upah karyawan, pembelian bahan baku juga pemilik sendiri yang menanganinya. Kemudian untuk karyawan disini bertugas sebagai salah satu pemasaran (mencatat orang-orang yang memesan atau menerima air dan juga mencatat jumlah keluar masuknya produk). Karyawan juga sebagai penyeter produk untuk dikirimkan kepada orang-orang yang memesan atau juga mengisi ke berbagai toko langganan.⁵

B. Hasil Data Penelitian

1. Hasil Data Penelitian tentang Strategi Apa saja yang Digunakan Usaha Pengisian Air Mineral ar-Rohmah Pati dalam Pemasaran

Strategi secara umum juga didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan. Strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Strategi seringkali terasa tidak mudah, karena

⁵Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

setiap literatur memberikan definisi yang berbeda-beda dan sampai saat ini tidak ada definisi yang baku.⁶

Terdapat banyak strategi alternatif yang dapat diambil oleh perusahaan. Setiap strategi alternatif mempunyai banyak variasi. Tidak ada satu organisasi pun yang dapat menjalankan semua jenis strategi yang dapat menguntungkan perusahaan.

Dalam penyusunan strategi pemasaran yang digunakan pengisian air mineral Ar-Rohmah ini mengacu pada wawancara yang telah dilakukan kepada pihak pemilik sebagai berikut:

“iya saya meminjamkan terlebih dahulu galon yang saya punya mbak lalu setiap satu atau dua hari saya mengecek kembali untuk mengganti yang kosong dengan yang ada isinya. Jadi saya menggunakan sistem pinjam galon”⁷

Pemilik menyatakan bahwa strategi yang digunakan adalah dengan sistem pinjam galon terlebih dahulu dikarenakan bagi calon pelanggan yang belum mempunyai galon dan memulai usaha pemilik bersedia meminjami beberapa galon dan setelah berjalan pemilik atau karyawannya akan melihat atau mengecek kembali apakah produknya tersebut itu laku atau tidak. Jika laku maka galon yang sudah kosong akan diganti dengan yang ada isinya kembali. Jadi ini akan mempermudah calon pelanggan dan juga bermanfaat untuk pemilik sebagai strateginya.

Selain itu peneliti juga mengajukan pertanyaan yang sama kepada karyawan mengenai strategi pemasaran yang bagaimana yang ada di pengisian air mineral Ar-Rohmah dan karyawan mengatakan bahwa:

“difokuskan kepada tempat-tempat yang ada banyak orang misalkan toko iya semacam tempat jual beli, sekolah-sekolah, pondok pesantren”⁸

⁶Tedjo Tripomo dan Udan, *Manajemen Strategi*, Bandung, Rekayasa Sains, 2005, hlm. 17.

⁷Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

⁸Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

Karyawan memperkuat yang dikatakan oleh pemilik, maka peneliti melakukan triangulasi lagi kepada konsumen pengisian air mineral Ar-Rohmah yaitu dengan ibu Ana, dia menyatakan bahwa:

“Saya itu gak punya galon lha pak Nadi menawarkan meminjamkan galon dulu kalau yang lainnya itu tidak harus beli dulu baru bisa dapat ngisi ulang air”⁹

Tidak hanya itu pemilik juga mengatakan bahwa:

“Tidak hanya itu saya memasarkan juga menggunakan memberi harga yang murah untuk memulai berdirinya usaha saya. Di pasaran harga yang ditawarkan dengan harga 4000 sampai 5000 per satu galon. Namun disini saya memberi harga yang murah yaitu dengan harga 3500 untuk menarik minat pelanggan baru”¹⁰

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam tahap strategi pemasaran yang digunakan pengisian air mineral Ar-Rohmah adalah meliputi segmentasi pasar dan juga promosi harga.

- a. Segmentasi pasar dalam pengisian air mineral Ar-rohmah memfokuskan kepada tempat-tempat yang banyak orang misalkan toko-toko, warung-warung.
- b. Dalam strategi promosi harga yang digunakan yaitu dengan memberikan harga yang lebih murah untuk menarik pelanggan atau juga calon pelanggan.

2. Hasil Penelitian tentang Strategi Apa Saja yang Digunakan Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah Pati dalam Peningkatan Produk

Produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindra). Kalau didefinisikan secara luas, produk meliputi objek

⁹Hasil wawancara dengan ibu Ana, selaku konsumen pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

¹⁰Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud di atas.¹¹

Secara umum dapat dijabarkan perbedaan antara air minum dalam kemasan (MDK), AMDIU sistem RO dan sistem ozonisasi atas parameter ijin usaha hingga harga per galon. Penyediaan air murni dengan sistem *reverse osmosis* (RO) meliputi bahan baku air, sarana dan peralatan, proses produksi, pengendalian mutu produk.

a. Kelayakan produk

Kelayakan suatu produk yang berhubungan dengan tubuh haruslah sangat baik dan layak untuk dikonsumsi. Kualitas air yang digunakan adalah air yang sudah diuji kelayakannya. Untuk mengetahui kualitas produk air mineral Ar-Rohmah maka peneliti melakukan wawancara kepada pemilik, dia menyatakan bahwa:

“Penyetor air yang saya gunakan juga sudah banyak mempunyai jumlah konsumen yang banyak sebagai penyetoran air. Dan juga sudah memiliki ijin untuk mengedarkan air yang layak untuk dikonsumsi oleh masyarakat”¹²

Pemilik menggunakan air yang berasal dari penyetor dan penyetoran air itu sudah beroperasi cukup lama dan sudah mendapatkan ijin edar atau layak konsumsi. Tidak hanya itu tempat penyetoran air ini sudah banyak diminati usaha yang sama sehingga tidak diragukan lagi kualitas produknya.

Menurut karyawan mengenai strategi peningkatan produk:

“produk yang dipakai sudah memiliki ijin jadi iya sudah terbukti kalau air yang digunakan itu layak untuk dikonsumsi”¹³

Sama halnya pendapat dari pemilik, karyawan juga membenarkan pernyataan dari pemilik. Tidak cukup itu peneliti

¹¹Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Pers, 2014, hlm, 153.

¹²Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

¹³Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

juga melakukan wawancara juga terhadap konsumen tentang hal yang sama, dan ini jawabannya:

“ada mbak dulu itu pernah rasa airnya itu berubah gak seperti biasanya tapi iya tetep kok dikasih yang baru lagi oleh pekerjanya”¹⁴

Dari sisi konsumen lebih kepada keluhan dan respon yang mereka rasakan untuk melihat peningkatan produk.

Sedangkan untuk meningkatkan produk ini beberapa perusahaan biasanya melakukan strategi berikut untuk peningkatan produk.

- 1) Menggunakan media sosial
- 2) Menawarkan produk gratis
- 3) Memilih tempat strategis
- 4) Memberi insentif untuk rekomendasi
- 5) Menjalin hubungan baik dengan pelanggan

Dari kelima poin diatas, jawaban wawancara dari pemilik masuk pada salah satu poin yaitu:

“Berhubungan baik dengan konsumen dan karyawan juga salah satu untuk meningkatkan produk saya. Karena karyawan yang menjalankan usaha ini dan juga konsumen adalah target dari usaha yang saya jalankan karena dengan konsumen yang tetap mereka juga secara tidaklangsung menyumbang pemasukan usaha yang saya dirikan”¹⁵

b. Kebersihan

Kebersihan sangat penting dan harus dijaga agar penjualan usaha meningkat karena konsumen akan semakin percaya bahwa usaha pengisian air mineral ini terjamin kebersihannya dan tidak kotor. Kebersihan meliputi proses pencucian galon yaitu menggunakan air yang bersih, membersihkan galon yang didalam dengan menggunakan alat yang semestinya, dan yang paling

¹⁴Hasil wawancara dengan ibu Ana, selaku konsumen pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

¹⁵Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

penting adalah yang ada didalam lemari yaitu salah satunya filternya.

Menurut karyawan mengenai kebersihan dari wawancara yang peneliti lakukan ialah:

“Saya melakukan pembersihan galon juga menggunakan alat-alat yang memang bagus untuk digunakan. Pemilik seringkali mengecek alat-alat pengisian salah satunya sering mengganti saringan air agar air yang dikonsumsi aman dan bersih”¹⁶

Dari pendapat diatas menyatakan bahwa strategi kebersihan untuk meningkatkan produk juga dilakukan oleh pemilik usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah adalah:

- 1) Kualitas produk, yang mana layak atau tidaknya air yang digunakan untuk dikonsumsi oleh masyarakat sebagai kebutuhan dan apakah sudah mempunyai izin edar atau belum.
- 2) Kebersihan tempat, kebersihan sangatlah penting untuk menunjang peningkatan produk, jika kebersihan diterapkan maka konsumen juga akan lebih tertarik dan juga nyaman untuk membeli produk air mineral ar-Rohmah.

3. Hasil Penelitian tentang Strategi Apa saja yang Digunakan Usaha Pengisian Air Mineral ar-Rohmah Pati dalam Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah suatu hal yang penting dalam kegiatan usaha apapun karena kualitas dari hal tersebut sangatlah menentukan kinerja dari suatu perusahaan. Pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia merupakan suatu investasi bagi perusahaan karena diperlukan biaya untuk mendukung hal tersebut, namun sejalan dengan hal tersebut, manfaat yang didapat oleh perusahaan juga besar karena pekerja dan karyawan yang dimiliki menjadi profesional dan handal dalam mengerjakan segala pekerjaan di perusahaan tersebut.

¹⁶Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

Dengan demikian pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia menjadi penentu keberhasilan dalam suatu perusahaan atau unit usaha, terutama dalam era globalisasi dimana para pesaing tidak hanya berasal dari dalam negeri saja tetapi juga berasal dari luar negeri yang ikut serta meramaikan dan berkompetisi untuk menarik minat dari konsumen. Persaingan yang semakin ketat inilah yang membuat para pelaku usaha harus memiliki sumber daya manusia yang berkualitas di perusahaannya sehingga memiliki proses produksi yang baik. Proses produksi biasanya dikaitkan dengan produktivitas, dimana bila produktivitas meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan kinerja dari perusahaan. Maka proses pengembangan dan pengelolaan sumber daya manusia merupakan salah satu kunci kesuksesan dari perusahaan agar dapat meningkatkan persaingan dari perusahaan.¹⁷

Pengelolaan sumber daya manusia dengan berdaya guna akan mampu mencapai tujuan organisasi. Maka pengisian air mineral ar-Rohmah membuat sebuah strategi sumber daya manusia untuk mewujudkan visi dan misi usaha yang telah dibentuk.

Dari wawancara yang peneliti hasilkan pemilik menerapkan strategi pelatihan dan pengembangan sumberdaya manusia:

“untuk mengembangkan usaha saya adalah saya harus menggunakan karyawan yang baik dan dapat dipercaya serta giat untuk bekerja yaitu dengan melakukan pelatihan kepada karyawan dan pengembangan yaitu melalui memantau dan melihat hasilnya”¹⁸

Untuk memperkuat yang disampaikan pemilik saya juga mewawancarai karyawan, dia menyatakan bahwa:

“Bekerja disini meskipun saya sudah kenal dengan beliau, tetep saya harus belajar dan harus mengerti cara-cara atau bagaimana

¹⁷Sedarmayanti, *Pengolaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia pada PT. Aeka Sejahtera Engineering*, Agora Vol. 3, No.1, 2015, hlm. 1.

¹⁸ Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

yang harus saya kerjakan, karena kan ini menyangkut banyak orang dan beda-beda tempat.¹⁹

Strategi pertama dalam sumber daya manusianya yang digunakan untuk mengembangkan usahanya pemilik menggunakan pelatihan dan pengembangan kepada karyawan terlebih dahulu terlihat dari pernyataan pemilik dan konsumen yang sama-sama memperkuat.

Pengembangan sumber daya manusia tidaklah hanya dengan pelatihan dan pengembangan saja. Dengan adanya karyawan juga harus berkomunikasi dengan baik agar antara karyawan dan pemilik tidak ada rasa canggung. Dalam hasil data penelitian karyawan memaparkan bahwa:

“pak Nadi juga tidak membeda-bedakan antara pekerja yang satu dengan yang lain. Kami sering diberikan tunjangan hari raya dan beberapa bonus untuk pekerjaan saya. Dari yang saya lihat pak Nadi lebih menganggap karyawannya bukan sebatas pekerja tetapi juga saudara”²⁰

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam tahap strategi pengembangan sumberdaya yang digunakan pengisian air minerah Ar-Rohmah adalah meliputi:

a. Pelatihan dan pengembangan

Kemampuan pegawai baru yang digabung dengan program pengenalan dan pelatihan tertentu belum sepenuhnya menjamin hilangnya kesenjangan antara kemampuan kerja dan tuntutan tugas. Pelatihan dan pengembangan bertujuan untuk mengembangkan individu dalam bentuk peningkatan, ketrampilan, pengetahuan dan sikap. Pelatihan yang diterapkan adalah melatih karyawan untuk bisa membersihkan galon, mengisi air, dan melakukan penyeteran. Pengembangan yang dilakukan dalam ar-rohmah berupa

¹⁹ Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

²⁰ Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

pemantauan dari pekerjaan yang dilakukan mulai dari awal sampai akhir.

b. Tunjangan atau pemberian bonus kepada karyawan

Bonus yang diberikan karyawan berdasarkan jumlah yang diproduksi bisa melebihi target dan karyawan melakukan pekerjaannya dengan hasil yang memuaskan. Karyawan juga akan mendapat tunjangan hari raya tertentu.

4. Hasil Penelitian tentang Analisis SWOT dalam Usaha Pengisian Air Mineral ar-Rohmah Pati

Analisis SWOT merupakan alat pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi perusahaan yang digunakan oleh eksekutif untuk merumuskan strategi bisnis. Analisis SWOT berguna untuk membantu perusahaan menentukan strategi yang cocok bagi perusahaan. Analisis SWOT merupakan alat untuk memetakan komponen kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan sehingga menjadi empat strategi bisnis, yaitu strategi SO (*Strengths-Opportunities*), strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), strategi ST (*StrengthsThreats*), dan strategi WT (*Weaknesses-Threats*).²¹

Analisis SWOT ini akan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah sehingga dapat diketahui potensi-potensi yang mampu dikembangkan kedepannya nanti dan mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada pada usaha ini. Dari sisi internal yang akan dilihat dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah sendiri. Sedangkan dari sisi eksternalnya akan dilihat dari peluang dan ancaman dari perusahaan. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, dilakukan perumusan terhadap strategi dengan menggunakan diagram SWOT.

²¹ Sheilla Amelinda dan Dhyah Harjanti, *Formulasi Strategi Bersaing Pada Pt XYZ*, Agora Vol. 3, No. 1, 2015, hlm. 581.

Hasil dari analisis tersebut akan dilihat apakah strategi-strategi yang dilakukan usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah dapat mengatasi kelemahan dan ancaman dengan kekuatan dan peluang yang dimiliki. Sehingga, akan diambil kesimpulan mengenai kinerja Ar-Rohmah yang menjadi penilaian bisnis untuk investor dalam mengambil keputusan usaha.

Dari hasil data penelitian yang diperoleh peneliti analisis SWOT yang didapat dari pemilik sebagai berikut:

Pernyataan mengenai *Strengths*(kekuatan):

“Tempat usaha yang saya dirikan sangat strategis untuk dijangkau oleh semua orang karena berada didekat jalan, Mempunyai jam kerja yang lebih lama diandingkan dengan yang lainnya karena usaha saya dekat dengan tempat tinggal saya, melayani dengan sistem antar jemput bagi wilayah yang jauh, toko-toko, warung-warung dan juga bagi yang memesan tidak dapat mengambil sendiri, bagi yang mengambil sendiri ditempat pengisian langsung saya memberikan harga lebih murah Air adalah kebutuhan utama atau primer dari masyarakat dan juda modal yang digunakan tidak terlalu besar”

Pernyataan mengenai *Weakneses* (kelemahan):

“Kekurangan dari usaha saya ini lebih pada *slow response* karena saya tidak hanya mengurus usaha ini saja tetapi banyak yang harus dikerjakan. Dan juga kadang karyawan yang tidak masuk secara tanpa memberitahu saya dulu. Kadang pengiriman air tangki yang telat dan bahkan saya sendiri kadang lupa untuk meminta pengiriman air. Dan saya kan orang desa jadi kemampuan saya dalam manajerialnya itu masih belum sebaik yang seharusnya.”

Pernyataan mengenai *Opportunities* (peluang):

“Peluang yang saya dapatkan ketika membangun usaha ini adalah ketika belum ada usaha yang sama seperti usaha saya. Jadi saya memanfaatkan peluang ini dengan langsung memasarkan dan mempromosikan ke sekitar toko-toko yang ada agar usaha saya berkembang dengan pesat. Pada saat ini air juga merupakan salah satu dari kebutuhan manusia untuk setiap hari maka usaha saya ini akan sangat mendapat peluang untuk dapat bertahan lama.”

Pernyataan mengenai *Threats* (ancaman):

“adanya pesaing yang menjalankan usaha yang sama. Terus bisa juga kemungkinan pesaing akan memasuki tempat yang sudah menjadikonsumen saya. Munculnya produk pengganti, ketertidaksediaan bahan baku. Dan juga berpindahnya konsumen. Untuk mengatasi ancaman saya selalu melakukan meningkatkan promosi pada usaha saya agar usaha ini tidak merosot dengan adanya pesaing yang menjalankan usaha yang sama.”²²

Kemudian dari hasil data penelitian yang diperoleh peneliti analisis SWOT yang didapat dari karyawan sebagai berikut:

Pernyataan mengenai *Strengths* (kekuatan):

“kekuatannya adalah tempat usahanya itu mudah ditemui karena dekat jalan raya, mempunyai perputaran uang yang baik, memiliki pelanggan yang setia, dan juga bisa bersaing harga. melakukan sistem antar jemput, jumlah produk yang dihasilkan banyak.”

Pernyataan mengenai *Weakneses* (kelemahan):

“kurang terpenuhinya permintaan pelanggan karena saya menyetorkan hanya setengah hari, kadang telatnya pengiriman air tangki, pada saat proses mengisi itu listriknya padam. Banyak galon yang bocor. , kadang telatnya pengiriman air tangki, pada saat proses mengisi itu listriknya padam. Banyak galon yang bocor. Belum adanya listrik pengganti untuk usaha ini jadi jika ada pemadaman kamitidak bisa melaukan produksi pengisian air, ”

Pernyataan mengenai *Opportunities* (peluang):

“pengisian air mineral ini dapat lebih menyebar kedaerah-daerah yang jangkauannya lebih luas, memakai internet untuk memasarkan soalnya yang lain itu belum banyak menggunakan internet, memakai internet untuk memasarkan soalnya yang lain itu belum banyak menggunakan internet. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan juga semakin kesini semakin bayak keluarga yang memikirkan kualitas air minum meraka”

Pernyataan mengenai *Threats* (ancaman):

“sekarangkan banyak yang mendirikan usaha yang sama jadi iya itu menjadi ancaman karena takutnya pelanggan pindah, Kesulitan bahan baku juga salah satu ancaman jika musim kemarau.

²²Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

Kemudian memacetnya alat pengisian dan pelanggan yang sudah tetap kemungkinan dimasuki oleh penyeter lainnya”²³

Kemudian dari hasil data penelitian yang diperoleh peneliti analisis SWOT yang didapat dari segi konsumen sebagai berikut :

Pernyataan mengenai *Strengths* (kekuatan):

“airnya itu kualitasnya bagus mbak, pekerjanya ramah, dapat bonus dan harganya juga lumayan murah, Pegawai yang dipekerjakan juga dari tetangga sendiri dan ramah, ada pengantaran iar untuk pelanggan, dan juga alhamdulillah pelayanannya baik.”

Pernyataan mengenai *Weakneses* (kelemahan):

“telat mengirim air galon mbak kadang mintanya hari ini itu besok baru datang, . Air yang kelamaan tidak terjual sering lumutan. Banyaknya galon yang sering bocor atau rusak. Kadang penyeter libur berturut-turut tanpa pemberitahuan.”

Pernyataan mengenai *Opportunities* (peluang):

“saya pikir sudah banyak pelanggannya iya mbak. Jadi mungkin dipasar-pasar juga bisa dimasuki oleh air galon ini, Karena kebutuhan air ini sangat penting lebih banyak peluang enaknya mendirikan di lain daerah. Cara memposikannya dengan internet. Atau pesesanan bisa lewat WA. Bisa memperhatikan musim misalnya musim kemarau”

Pernyataan mengenai *Threaths* (ancaman):

“ancamannya iya mungkin kalau dari saya itu takutnya pelanggan yang lama pindah. Adanya tempat pengisian yang lebih dekat”

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Analisis tentang Strategi Apa Saja yang Digunakan Usaha Pengisian Air Mineral ar-Rohmah Pati dalam Pemasaran

Dari hasil wawancara, observasi diperoleh gambaran bahwa strategi yang digunakan dalam pemasaran usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah ini ada dua yaitu strategi pemasaran dengan cara segmentasi pasar dan juga menggunakan promosi harga.

²³Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

Segmentasi pasar sendiri adalah proses membagi pasar kedalam kelompok pembeli yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan, karakteristik, ataupun perilaku yang membutuhkan baruan produk dan baruan pemasaran tersendiri. Atau dengan kata lain segmentasi pasar merupakan dasar untuk mengetahui bahwa setiap pasar terdiri atas beberapa segmen yang berbeda-beda.²⁴

Setelah diketahuinya penjelasan mengenai segmentasi pasar seperti yang dijabarkan di atas, jika kita lihat dari hasil wawancara dengan pihak pemilik Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah maka ditempat tersebut telah melakukan segmentasi pasar sesuai teori yang tercantum. Dimana strategi yang ada di Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah yaitu segmentasi pasar yang dilakukan adalah difokuskan kepada tempat-tempat yang banyak orang misalkan di toko-toko karena toko termasuk tempat jual beli kemudian di kantin-kantin sekolah dan juga di pondok pesantren.

Pengambilan toko-toko sebagai salah satu fokusnya dapat membuat usaha ini lebih gampang untuk memasarkan produknya karena hanya mengandalkan masyarakat saja itu kurang efektif. Sistem yang digunakan juga sangat cocok untuk memasarkan produk yang dirintis yaitu dengan menggunakan sistem pinjaman kepada pemilik toko. Memasarkan dengan cara demikian juga membantu pemilik toko untuk sama-sama mendapatkan keuntungan. Toko adalah tempat jual beli jadi kemungkinan besar orang datang ke toko juga akan melihat bahwa di toko tersebut juga ada produk Ar-Rohmah yang disediakan dan kemungkinan juga bisa membeli di toko tersebut. Dengan strategi segmentasi pasar ini juga dapat menjadikan sebuah peluang untuk Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah karena sekolah, pondok pesantren adalah tempat yang bertahan lama atau tidak mudah tutup.

²⁴Dimas Hendika Wibowo, et.al. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Study pada Batik Diajeng Solo)*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol.29 No. 1, 2015, hlm. 61

Kemudian dengan strategi yang kedua yaitu dengan strategi yang berkonsep promosi harga. Promosi sendiri adalah pemberitahuan kepada konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, melalui iklan yang dapat menggunakan banyak fasilitas media yang tersedia sekarang ini. Promosi yang jitu telah dipersiapkan oleh produsen, diantaranya adalah penggunaan bahasa, atau gaya yang dijadikan tren anak muda, sampai pada sekelumit skenario cerita yang menarik. Promosi yang menarik, akan langsung diingat oleh konsumen, sehingga dengan begitu adanya kemungkinan konsumen tergugah untuk produk tersebut, sedangkan bagi konsumen yang tidak tergugah, setidaknya ia sebagai alat promosi berjalan dengan *zero expense* (biaya nol).²⁵

Dari banyaknya jenis promosi yang ada Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah lebih memilih dengan promosi harga karena jenis promosi tersebut dapat mudah diterapkan dan juga masyarakat akan lebih memilih untuk produk harga murah. Pemberian harga yang murah adalah salah satu promosi yang bagus untuk menarik pelanggan baru untuk memasarkan produk tujuannya yaitu membujuk pelanggan yang menjadi sasarannya. Dengan adanya pemberian harga yang murah maka masyarakat akan lebih memilih dengan harga yang murah dibandingkan dengan harga yang mahal. Pemberian harga yang murah ini tidak berlangsung lama tetapi hanya beberapa hari saja karena ini hanya salah satu strategi memasarkan produk dan bertujuan untuk mendapatkan pelanggan.

Setelah mengetahui hasil dari strategi apa yang digunakan pengisian air mineral Ar-Rohmah maka untuk menyelesaikannya peneliti memadukannya dengan penelitian teori tentang pemasaran sebagai tolak ukur dan acuan.

Menurut Radiosunu (2001: 27), strategi pemasaran didasarkan *Segmentasi pasar*, tiap pasar terdiri dari bermacam-macam pembeli

²⁵Etika Sabariah, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2016, hlm. 122-123.

yang mempunyai kebutuhan, kebiasaan membeli dan reaksi yang berbeda-beda. Perusahaan tak mungkin dapat memenuhi kebutuhan semua pembeli. Karena itu perusahaan harus mengelompokkan pasar yang bersifat heterogen ke dalam satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.²⁶

Dari hasil uraian diatas disimpulkan bahwa dalam strategi pemasaran menggunakan segmentasi pasar yang diterapkan oleh Ar-Rohmah yang memfokuskan pada toko-toko, warung-warung dan juga sekolahan adalah strategi yang sudah benar dan sesuai. Sedangkan strategi promosi harga hanya sekedar kegiatan pemasaran.

2. Analisis tentang Strategi Apa saja yang Digunakan Usaha Pengisian Air Mineral ar-Rohmah Pati dalam Peningkatan Produk

Usaha di bidang perairan, di era sekarang ini, memberikan titik terang prospek usaha, karena air yang merupakan sumber daya bebas, yang dahulu kala untuk mendapatkannya sangatlah mudah dan tidak membutuhkan pengorbanan yang besar, sekarang untuk mendapatkannya membutuhkan pengorbanan atau ongkos yang cukup besar. Harga air sudah melebihi harga emas, jika diukur dari jumlah pemakaian atau kondisi tertentu.²⁷

Dari hasil wawancara, observasi diperoleh gambaran bahwa strategi yang digunakan dalam peningkatan produk usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah ini adalah menggunakan kualitas kelayakan produk dan juga strategi kebersihan.

Strategi dengan kualitas produk dapat dikatakan baik atau layak dikonsumsi harus memiliki ijin terlebih dahulu agar bisa dipasarkan secara terbuka. Kualitas yang baik akan dicari-cari oleh konsumen yang banyak. Dengan adanya kualitas air yang digunakan baik dan

²⁶ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2013, Hlm. 39

²⁷ Etika Sabariah, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2016, hlm. 149.

layak dikonsumsi maka dapat meningkatkan kualitas usaha. Kualitas yang dimaksudkan adalah kualitas bahan utamanya yaitu air mineral.

Air yang digunakan oleh pengisian air mineral Ar-rohmah adalah air yang sudah mempunyai izin untuk bisa dipasarkan secara terbuka dan juga layak dikonsumsi. Penyetoran air berasal dari tempat yang memang khusus untuk penyetoran usaha isi ulang, selain itu konsumen dari penyetoran air itu sendiri sudah banyak. Dilihat dari konsumen yang ada di tempat maka dapat dipastikan kualitas produknya bagus dan aman.

Tidak hanya itu tempat adalah menjadi salah satu tolak ukur untuk pembelian apalagi untuk kenyamanan konsumen maka dari itu tempat yang bersih juga harus diperhatikan. Tempat usaha yang diinginkan oleh konsumen pada umumnya adalah adanya tempat yang mudah dijangkau, terjaga kebersihannya, dekat dengan konsumen, alat-alat yang digunakan juga alat yang menjamin, dan juga respon yang baik. Dengan kebersihan tempat dan alat-alat pengisian air yang terjaga kebersihan maka akan membawa keuntungan tersendiri bagi usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah ini. Keuntungan yang didapat berupa kepuasan konsumen terhadap usaha yang dirintis, memperoleh keuntungan, berani bersaing dengan yang lainnya dan juga usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah akan terkenal.

Kebersihan dalam air minum isi ulang sangatlah penting bagi penjualan, apa lagi kesehatan pada tubuh yang meminumnya. Air minum yang tidak bersih tentunya akan sangat mempengaruhi kesehatan kita, misalnya banyak terkontaminasi yang nantinya akan berbahaya secara langsung maupun tidak langsung terhadap tubuh.

Kebersihan pada tempat usaha sangatlah harus dijaga dengan baik. Pengisian Air Mineral Ar-rohmah menggunakan kebersihan sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan produk. Kebersihan yang dilakukan dengan cara mengecek air yang utama, pembersihan galon yang benar-benar dengan menggunakan alat pembersih lalu setelah itu

disemprot ulang untuk memastikan bahwa galon benar-benar bersih. Selain itu saringan yang digunakan juga selalu dicek dan juga diganti sehingga air yang diproduksi aman untuk dikonsumsi dan juga bersih.²⁸

Dalam pengembangan atau peningkatan produk Kotler dan Keller (2008:334) berpendapat bahwa ada beberapa kategori yaitu memperbaiki lini yang sudah ada, memperluas lini produk, menambah produk yang ada, meniru strategi pesaing serta menambah lini yang ada.

Dari hasil yang diuraikan bahwa melakukan peningkatan produk atau pengembangan produk pada intinya memperluas lini produk yang dihasilkan sementara Ar-Rohmah melakukan peningkatan produk dengan memerhatikan kualitas yang ada.

3. Analisis tentang Strategi Apa saja yang Digunakan Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah Pati dalam Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah suatu hal yang penting dalam kegiatan usaha apapun karena kualitas dari hal tersebut sangatlah menentukan kinerja dari suatu perusahaan. Hal tentang sumber daya manusia, yang harus diperhatikan oleh manajemen sumber daya manusia adalah dengan memerhatikan tingkat keterampilan karyawan, kemampuan karyawan, dan kapabilitas manajemen dengan keterkaitannya dalam pembuatan strategi sumber daya manusia.

Strategi sumber daya manusia yang dibuat oleh pengisian air mineral Ar-Rohmah adalah strategi dengan model pelatihan dan pengembangan. Untuk mengembangkan usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah menggunakan sumberdaya atau karyawan yang baik dan juga dapat dipercaya dan giat bekerja. Karyawan yang mempunyai semangat kerja tinggi akan sangat membantu pengembangan

²⁸ Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

perusahaan dalam memajukan perusahaan, apalagi di zaman sekarang kurangnya orang yang jujur maka bapak Nadi jujur sangat diutamakan juga. Agar kriteria tersebut dipenuhi sesuai keinginan bapak Nadi beliau melakukan pelatihan dan pengembangan karyawan yang melalui memantau dan juga melihat dari hasil kerja mereka.²⁹

Orang-orang yang dijadikan karyawan sebenarnya sudah mengenali pemilik dari pengisian Ar-Rohmah sendiri, namun dalam bekerja haruslah menggunakan sifat yang profesional. Meskipun sudah saling mengenal satu sama lain karyawan juga harus tetap menjalani pelatihan dan pengembangan yang sudah direncanakan oleh pemilik agar tidak ada kekeliruan dan juga agar para karyawan mengerti bagaimana sistem kerja yang harus dikerjakan oleh karyawan, karena pekerjaan yang mereka kerjakan menyangkut banyak orang dan juga banyak tempat-tempat.³⁰

Pelatihan karyawan dalam usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah adalah harus memahami dan mengerti tatacara pengisian air, pencucian galon, penyeteroran, dan juga tempat-tempat pelanggan. Sedangkan untuk pengembangan pemilik menerapkannya dengan cara mengawasi, dan berhubungan baik kepada karyawan karena karyawan adalah orang yang membantu banyak untuk kelangsungan usaha.

Tidak hanya itu bagi pemilik karyawan juga patut diberikan penghargaan yang berupa pemberian bonus atau kompensasi untuk karyawan yang bekerja lebih dan juga kerjanya bagus. Dengan adanya pemberian penghargaan ini akan lebih membuat karyawan betah dan nyaman.

Wayne E. Casio dalam Sedarmayanti membagi dua jenis strategi pengembangan sumber daya manusia yang dapat dilakukan oleh perusahaan *pertama* Pelatihan di tempat kerja (On the job training)

²⁹ Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

³⁰ Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

strategi pengembangan sumber daya manusia informal yang memungkinkan seorang karyawan untuk dapat mempelajari tugas-tugas pekerjaannya dengan mengerjakan secara nyata.³¹ Kedua Pelatihan di luar tempat kerja (*Off the job training*) pelatihan yang dilakukan di tempat kerja terpisah, di luar tempat kerja atau di luar waktu kerja.³²

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pelatihan ditempat kerja dan pengembangan sumberdaya manusia dapat dijadikan sebagai salah satu strategi mengembangkan usaha.

4. Analisis tentang Analisis SWOT dalam Usaha Pengisian Air Mineral Ar-Rohmah Pati

Analisis SWOT adalah analisis informasi yang diperoleh, dicari, atau diterima diberbagai sumber hasil dari pernyataan: apa yang sedang terjadi, kapan terjadi, dimana terjadi, yang semuanya yang berasal dari internal perusahaan dan eksternal berkaitan dengan usaha perusahaan. Analisis ini ditujukan untuk mengukur besarnya kekuatan dan kelemahan perusahaan secara keseluruhan, serta kesempatan dan ancamanyang ada di luar perusahaan.³³

Hasil analisis dari wawancara peneliti kepada pemilik usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah maka didapat hasil sebagai berikut:

Kekuatan:

- a. Tempat usaha yang strategis. Adanya pemiliha lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yag mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha.
- b. Jam kerja yang lama. Dengan jam kerja yang lebih lama maka pembeli akan lebih mudah untuk mendatangi kapanpun selama masih jam kerja.

³¹ Wayne Mondy, *Manajemen Sumber Daya Manusia* , Jakarta, Erlangga, 2008, Hlm. 218.

³² Sedarmayanti, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil* , Bandung, Refika Aditama, 2011, Hlm. 185.

³³ Etika Sabariah, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2016, hlm. 41.

- c. Melayani sistem antar jemput untuk wilayah yang lebih jauh dan tidak bisa mengambil sendiri.
- d. Kebutuhan primer masyarakat yang tidak ada batasnya. Air dalam kehidupan manusia berguna untuk di minum, mengolah makanan, mandi, energi, transportasi, pertanian, industri, dan rekreasi.
- e. Modal yang tidak terlalu besar. Untuk mendirikan usaha ini modal dari pemilik tidak harus mengeluarkan dana yang begitu besar.

Kelemahan:

- a. *Slow response* dalam pengiriman karena tidak hanya satu toko saja yang harus dilayani. Dan kemungkinan keesokan harinya bisa melakukan pengiriman.
- b. Telatnya pengiriman air tangki dari pusat membuat keterlambatan juga untuk melakukan produksi
- c. Kurangnya tenaga kerja di musim tertentu, misalnya dimusim kemarau banyak yang sekali yang meminta untuk dikirim terlebih dahulu.
- d. Kemampuan manajerial belum begitu profesional. Kemampuan manajerial dalam usaha ini tergolong tidak atau sedikit kemampuan. Sebagian usaha air isi ulang ini menggunakan sistem keluarga dalam pengelolaannya. Keputusan hanya ada pada satu keputusan yaitu pemilik atau pemodal usaha.

Peluang:

- a. Masih sedikitnya usaha yang sama membuat usaha pengisian ini menjadi salah satunya usaha yang bisa berkembang pesat karena belum banyak pesaingnya.
- b. Hubungan baik dengan pemasok. Selama ini pengisian air minum ar-Rohmah menjaga hubungan baik dengan pihak pemasok bahan baku, maupun dengan pihak penyedia air bersih. Hubungan baik dijaga dengan cara menciptakan kondisi bisnin yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

- c. Produk yang dihasilkan merupakan produk kebutuhan manusia yang tidak ada batasnya. Bahkan hewan dan lainnya juga membutuhkan air untuk dikonsumsi.

Ancaman:

- a. Timbulnya usaha yang sama kedepannya³⁴ akan membuat resah usaha yang sudah berdiri. Dari segi pendapatan juga akan merosot.
- b. Berpindahnya pelanggan yang sudah menetap akibat datangnya pemasok baru.
- c. Munculnya produk pengganti. Meskipun ancaman ini tidak terlalu besar namun produk pengganti seperti air minum bersoda maupun air minum dalam kemasan dapat menjadi ancaman produk pengisian air mineral ar-Rohmah.
- d. Ketidakterediaan bahan baku yang mungkin akan terjadi pada pemasok yang terjadi pada musim tertentu.

Hasil analisis dari wawancara peneliti kepada karyawan usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah maka didapat hasil sebagai berikut:

Kekuatan:

- a. Pengantaran produk yang melalui antar jemput untuk pelanggan yang tidak bisa mengambil sendiri dan bagi pelanggan yang tetap.
- b. Memproduksi dalam jumlah yang cukup besar dibandingkan pengisian lainnya . saat ini kapasitas yang dihasilkan untuk perhari mencapai 150 galon, hal tersebut memungkinkan untuk dilakukan penambahan jumlah produksi, tetapi juga harus memperhatikan jumlah permintaan pasar.
- c. Tempat usaha yang strategis. Adanya pemilihan lokasi usaha yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha.

³⁴ Hasil wawancara dengan bapak Nadi, selaku pemilik pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 23 Oktober 2018.

- d. Memiliki banyak pelanggan yang setia membuat usaha yang dijalankan menjadi sulit mengalami kemerosotan dalam pendapatannya.
- e. Dapat bersaing harga, harga yang ditawarkan menjadi pematik utama untuk pembelian produk. Produk yang ditawarkan lebih murah untuk pemula konsumen.

Kelemahan:

- a. Penyetoran hanya setengah hari yang mana pagi dari jam 07:00 sampai jam 12:00 saja. Bagi yang memesan harus menunggu besoknya lagi agar dapat pengiriman.
- b. Galon bocor sering terjadi karena mungkin sudah lamanya dalam pemakaian. Apalagi yang bocor biasanya ditambal tan dambalanya tidak kokoh.
- c. Penyetoran air terlambat membuat produksi juga terganggu dan terhambat. Bahkan jika keterlambatan yang lama bisa jadi hari itu tidak memproduksi atau libur.
- d. Belum adanya listrik pengganti untuk usaha ini, jadi jika terjadi pemadaman listrik tidak bisa melakukan pengisian dan penyetoran.

Peluang:

- a. Dapat menyebarkan produk ke wilayah yang lebih jauh lagi, karena desa-desa yang sedikit terpojok belum ada pengisian semacam ini.
- b. Semakin banyaknya keluarga yang memikirkan kualitas air yang dikonsumsi berubah, karena masyarakat saat ini berfikir tentang kesehatan dibandingkan harga yang harus dibayar. Kecenderungan ini bisa meningkatkan seiring dengan peningkatan pendidikan masyarakat dengan demikian prospek air minum akan cukup menjanjikan.
- c. Hubungan baik dengan pelanggan adalah salah satu yang harus dilakukan. Pelanggan adalah sumber dana dari setiap perusahaan, jika pelanggan puas dan merasa nyaman maka pelanggan tidak akan berpindah kepada pemasok lain.

Ancaman:

- a. Sulitnya ketersediaan bahan baku membuat hambatan dalam melakukan usaha karena bahan baku tidak ada.
- b. Banyak yang mendirikan usaha yang sama³⁵ jika usaha yang didirikan ada yang mendirikannya lai maka akan menjadi ancaman yang besar. Terlebih jika harus berebut pelanggan.
- c. Macetnya atau rusaknya alat produksi akan berpengaruh terhadap semua pihak terlebih sebagai karyawan yang sisitem borongan.
- d. Pelanggan yang sudah nyaman dan tetep memilih produk dari ar-Rohmah pindah kepemasok atau pengisian yang baru yang lebih dekat.

Hasil analisis dari wawancara peneliti kepada pelanggan usaha pengisian air mineral Ar-Rohmah maka didapat hasil sebagai berikut:

Kekuatan

- a. Mutu produk yang dihasilkan baik, jika produk yang dihasilkan baik maka dapat bersain dipasaran, hal ini dapat dilihat dari hasil yang diproduksi sudah memenuhi standar mutu yang ditetapkan. Selain itu, tidakandanya keluhan dari konsumen.
- b. Mengambil tenaga kerja dari lingkungan sekitar. Tenaga kekrja yang sekitar pengolahan produksi air mineral merupajkan sisi positif dari kedua belah pihak, yaitu pemilik dan karyawan merasa diuntungkan dengan mempekerjakan karyawan yang sudah dikenalnya dan juga karyawan diuntungkan dengan diberikannya kesempatan kerja.
- c. Harga dapat dijangkau. Harga untuk pelanggan yang sudah menetap atau dijual lagi diberi harga yang murah. Berbeda dengan harga yang konsumen biasa, namun demikian harga tidak terpaut jauh perbedaannya.

³⁵ Hasil wawancara dengan bapak Nur Kholiq, selaku karyawan pengisian Ar-Rohmah, pada tanggal 24 Oktober 2018.

- d. Pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri karena konsumen merasa nyaman maka konsumen akan setia kepada perusahaan, kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin.

Kelemahan

- a. Penyetoran yang kurang tepat waktu yang mengakibatkan kurangnya hasil penjualan.
- b. Air yang berlumutan jika lama tidak terjual dan terkena sinar matahari.
- c. Banyaknya galon yang berbau tak sedap yang mengakibatkan air juga tidak enak untuk dikonsumsi.
- d. Penyetoran yang libur berturut-turut bisa membuat kecewa pelanggan yang ingin mendapatkan penyetoran lebih awal. Dan tidak adanya timbunan terlebih dahulu.

Peluang

- a. Lebih baik mendirikan atau memperluas pengisian air mineral di beberapa daerah yang terpojok. Itu bisa meningkatkan perkembangan usaha yang cukup lama.
- b. Cara pemasarannya bisa melalui WA atau internet lainnya, jaman sekarang lebih cenderung ke hp dan tangan lebih mudah dalam pemesanan tanpa harus menunggu berbicara kepada penyetoran.
- c. Dapat memperhatikan musim. Apalagi musim kemarau jumlah permintaan yang sangat banyak karena membutuhkan air bersih yang lebih banyak. Meskipun sebentar tapi dapat meningkatkan penghasilan.

Ancaman

- a. Munculnya pemasok yang lain yang menawarkan harga yang lebih murah dan berakibat pelanggan pindah penyetoran.
- b. Dengan modal yang sedikit maka tidak mungkin jika pelanggan atau karyawan akan mendirikan usaha yang sama.

Cara mengembangkan kekuatan yang sudah ada di pengisian air mineral ar-Rohmah:

Dengan kekuatan atau keunggulan yang telah dimiliki pengisian air mineral ar-Rohmah mungkin harus melakukan beberapa pengembangan lagi misalnya:

- a. Pengisian air mineral ar-Rohmah dapat melakukan pendirian cabang lagi di berbagai daerah yang belum dimasuki atau belum ada pengisian air.
- b. Melakukan sistem promo aktif bisa melalui selebaran, stiker, spanduk dan kartu nama
- c. Tetap menjalin hubungan baik kepada karyawan dan pelanggan yang ada karena dari merekalah pengisian air ini bisa berkembang.
- d. Menerapkan sistem pembeli adalah raja yang mana fokus dari produk ini adalah pelanggan dan masyarakat, melayani sepenuh hati, memberikan yang lebih baik lagi.

Dari uraian di atas pengisian air mineral ar-Rohmah mempunyai kekuatan yang bagus yaitu mempunyai *leak* yang strategis, kelemahannya yaitu penyeteroran yang kurang tepat waktu, peluangnya adalah bisa memperluas lini produk dan ancamannya adalah munculnya pesaing usaha yang baru.

Cara meminimalisi kelemahan yang ada di pengisian air mineral ar-Rohmah

Ancaman yang timbul sebagian besar adalah jika timbulnya usaha yang sejenis dan melakukan penyeteroran yang sama seperti ar-Rohmah lakukan. Hal tersebut dapat diminimalisir melalui:

- a. Membuat konsep yang matang. Menjalankan bisnis tidak hanya ide dan *passion* semata, namun sebuah konsep bisnis yang matang yang juga sangat diperlukan. Konsep bisnis matang akan membantu untuk mengenali berbagai potensi dan pangsa pasar yang ada yang ingin dituju dalam bisnis

- b. Perencanaan yang matang, konsep bisnis yang matang akan membantu untuk membuat perencanaan bisnis juga matang. Misalnya melakukan konsep promosi, dampak dengan analisis resiko yang akan dihadapi.
- c. Evaluasi dan inovasi, dengan persaingan yang akan muncul maka produktifitas harus di perhatikan dari awal sampai akhir yang nantinya akan di evaluasi dan dari evaluasi akan menciptakan inovasi yang dilakukan dari berbagai sisi yang akan menarik pelanggan untuk melihat produk yang diciptakan dibanding pesaing.
- d. Perluasan pasar, perluas pasar produk ini bisa melakukan fokus dan target pasar. Misalnya jika pangsa pasar ar-Rohmah berada di toko-toko maka bisa diperluas di beberapa tempat lagi.

