

Analisis Strategi Bisnis Pada Toko Buah Nze Fresh Fruits Kota Pontianak, Kalimantan Barat

SMA Islam Al Azhar 10 Pontianak

Toko buah NZE Fresh Fruits merupakan toko yang menjual berbagai macam buah-buahan segar, karena padatnya persaingan perdagangan buah-buahan, maka toko buah ini memiliki strategi bisnisnya tersendiri. Strategi bisnis bertujuan untuk mencapai tujuan jangka panjang yang ingin dicapai dan menemukan posisi perusahaan dalam industri sehingga perusahaan dapat melindungi dirinya terhadap tekanan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis dalam bertaban dari tekanan persaingan yang semakin ketat di pasar pada toko buah NZE Fresh Fruits di jalan Dr. Wabidin dekat pasar pagi di Kota Pontianak. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengedepankan metode wawancara dan instrumen observasi, yakni pengamatan secara langsung dan dibantu dengan studi literatur. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisa lingkungan eksternal dan lingkungan internal melalui fungsi bisnis. Kemudian melakukan analisis SWOT, sehingga dapat menghasilkan beberapa alternatif dalam mengembangkan strategi bisnis untuk toko buah NZE Fresh Fruits. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat bagi toko buah NZE Fresh Fruits, yaitu strategi intensif. Dengan alternatif strategi tersebut perusahaan dapat mencapai tujuan yang diinginkan serta dapat bertaban dalam menghadapi tekanan persaingan yang ada di pasar.

Kata Kunci: *Strategi Bisnis, Lingkungan Bisnis, dan Analisis SWOT*

A. PENDAHULUAN

Buah-buahan merupakan suatu makanan yang sangat banyak diminati dikalangan banyak orang karena banyaknya manfaat kesehatan dan nikmatnya rasa yang diberikan dari buah-buahan, seperti mengandung banyak vitamin dan lain sebagainya. Dengan banyaknya peminat dari buah-buahan tersebut, maka perdagangan buah-buahan di pasar pun meningkat pesat. Semakin meningkatnya perdagangan buah-buahan, maka persaingan dari para pedagang buah-buahan di pasar pun semakin ketat. Dalam menghadapi persaingan yang ketat tersebut, setiap pedagang buah-buahan memiliki strategi bisnisnya tersendiri untuk meningkatkan profit (keuntungan) pada tokonya masing-masing.

Strategi bisnis merupakan arah yang akan ditempuh suatu organisasi ataupun perusahaan dalam rangka menjalankan misi bisnis guna mencapai visi bisnisnya atau bisa disebut dalam mencapai tujuan bisnisnya. Merumuskan strategi bisnis melibatkan pengambilan keputusan pada tingkat unit bisnis. Disini hanya ditunjukkan bagaimana cara bersaing (Djoko Muljono, 2012).

Dalam era persaingan global dan kompetisi yang semakin ketat saat ini, perusahaan harus mampu melakukan terobosan dan inovasi baru dengan

menggunakan seluruh sarana dan teknologi yang tersedia untuk tetap dapat hidup dan berjalan dengan sedemikian rupa, hal ini dapat dipahami mengingat setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk mewujudkan pertumbuhan dan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, hal ini juga berlaku pada toko buah NZE Fresh Fruits dalam menjalankan bisnisnya (A. Susetyaningsih, 2008).

Toko buah NZE Fresh Fruits merupakan sebuah toko yang sudah tentunya menjual buah-buahan. Dalam menjual dagangannya sudah tentu toko buah NZE Fresh Fruits ingin mendapatkan profit (keuntungan) yang sebesar-besarnya dengan mengambil kualitas buah-buahan yang baik dari pemasok produsen buah-buahan. Untuk mencapai profit dengan menghadapi persaingan yang ketat di pasar, toko buah NZE Fresh Fruits memiliki strategi bisnisnya tersendiri. Untuk memastikan strategi bisnis yang diterapkan dan bagaimana proses berjalannya strategi bisnis tersebut, maka diperlukan analisis lapangan agar fakta terungkap apakah toko buah NZE Fresh Fruits sudah mengimplementasikan strategi bisnis dengan baik atau belum dan strategi bisnis apa saja yang sudah diterapkan pada toko buah NZE Fresh Fruits.

B. METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah cara yang dilaksanakan seorang peneliti untuk mengumpulkan, mengklarifikasi dan menganalisis fakta yang ada ditempat penelitian dengan menggunakan ukuran-ukuran dalam pengetahuan untuk menemukan kebenaran. Metode penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian lapangan, yaitu penelitian yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti, yaitu pedagang buah-buahan pada toko buah NZE Fresh Fruits. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi sosial secara menyeluruh, luas, dan mendalam yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristik bidang tertentu (Sugiono, 2013). Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial (tindakan manusia) di mana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistik melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Penelitian ini meneliti tentang strategi bisnis yang dilakukan pada toko buah NZE Fresh Fruits di jalan Dr. Wahidin Kota Pontianak berdasarkan ilmu manajemen strategik.

2. Bentuk Penelitian

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah fenomenologi, yaitu mencatat secara teliti segala gejala (fenomena) yang dilihat dan didengar serta dibacanya (via wawancara atau bukan, catatan lapangan, foto video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dokumen resmi atau bukan, dan lain-lain), dan peneliti

harus membanding-bandingkan, mengkombinasikan, mengabstraksikan, dan menarik kesimpulan (Burhan Bungin, 2001).

3. Sumber Data

Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari lokasi penelitian atau obyek yang diteliti. Sumber data primer yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dengan cara observasi langsung dan wawancara pada pedagang buah-buahan di toko buah NZE Fresh Fruits mengenai strategi bisnis yang diterapkan. Dengan kata lain data primer diperoleh dari pedagang dengan cara observasi lapangan dan wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan tidak langsung. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi, website, buku, jurnal, serta data lainnya untuk menunjang penelitian ini (Maryanto, 2013).

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu:

a. Observasi

Observasi didefinisikan sebagai suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati, serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan. Observasi yang peneliti lakukan adalah observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang ke lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam aktivitas jual beli yang dilakukan oleh objek yang diamati. Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan strategi bisnis pada toko buah NZE Fresh Fruits di jalan Dr. Wahidin Kota Pontianak.

b. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu baik berupa tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumentasi merupakan pelengkap dari observasi dalam penelitian ini. Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu buku-buku dan jurnal-jurnal yang dijadikan sumber rujukan dalam penulisan penelitian ini. Dalam penelitian ini, dokumentasi di dapatkan dari jurnal dan buku yang menunjang dalam penelitian (Maryanto, 2013).

c. Interview/Wawancara

Interview adalah salah satu teknik pengamatan dan pencatatan data, informasi atau pendapat, yang dilakukan dengan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung dari seseorang yang merupakan sumber data (Sudirman. N,

Volume :3, Number :1, Juni 2022

1996). Interview biasa juga disebut dengan kuesioner lisan, yang berupa dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara. Dalam hal ini, peneliti bebas menanyakan apa saja seputar data yang akan dikumpulkan dengan membawa pedoman yang hanya garis besar tentang hal-hal yang akan ditanyakan (Suharsimi Arikunto, 2006).

Metode wawancara ini dipergunakan untuk memperoleh keterangan sekitar permasalahan yang akan diteliti, yaitu seputar strategi bisnis pada toko buah NZE Fresh Fruits. Selain itu, keterangan yang ingin didapatkan ialah mengenai gambaran umum toko buah NZE Fresh Fruits di Jalan Dr. Wahidin, Kota Pontianak.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dalam membuat kesimpulan agar dapat dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiono, 2013). Dalam proses analisis data peneliti menggunakan analisis deskriptif kualitatif adalah menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai strategi bisnis yang diterapkan pada toko buah NZE Fresh Fruits di jalan Dr. Wahidin Kota Pontianak sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Data hasil analisis tidak menggunakan angka-angka, tetapi dideskripsikan berdasarkan data hasil observasi dan interview yang diyakini kevalidannya.

Setelah itu, data yang diperoleh dari observasi dan interview dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data yang diperoleh akan dianalisis dan ditarik kesimpulannya.

6. Uji Keabsahan Data

Pengujian keabsahan data pada penelitian ini menggunakan proses triangulasi. Menurut Burhan Bungin, salah satu cara paling penting dan mudah dalam uji keabsahan data penelitian ialah dengan melakukan triangulasi peneliti, metode, teori, dan sumber data (Burhan Bungin, 2007).

Dalam penelitian ini, uji keabsahan data yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber, yaitu teknik triangulasi yang digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari beberapa sumber, kemudian data tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan dan dianalisa sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Untuk data ini, penulis akan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber dengan beberapa pertanyaan yang sama untuk menguji apakah data yang didapat dari satu narasumber dengan yang lainnya dapat teruji valid atau tidak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Toko Buah NZE Fresh Fruits

Dimulainya usaha toko buah NZE Fresh Fruit sekitar beberapa tahun yang lalu. Merk NZE diambil dari nama anak pertama dan kedua pemilik toko buah yang bernama Naura Zarima Elya dan Nufuz Zari Elfathani. Toko buah NZE Fresh Fruits yang beralamatkan di jalan Dr. Wahidin Kota Pontianak merupakan salah satu toko buah yang cukup dikenal dan letaknya sudah tercantum di dalam GPS (Google Maps), yang mana dalam mengelolanya pemilik toko buah NZE Fresh Fruits tersebut memperkerjakan beberapa karyawan.

Toko buah NZE Fresh Fruits merupakan toko buah yang dimiliki oleh bapak Ismail Ibrahim Putra atau biasa dipanggil Ismail. Awalnya toko buah ini memiliki 3 cabang, yaitu di jalan Tabrani Ahmad, jalan Komodor Yos Sudarso (Jeruju), dan jalan Dr. Wahidin. Namun, seiring berjalannya waktu hanya satu toko saja yang beroperasi hingga saat ini, yaitu di jalan Dr. Wahidin karena daerah tersebut cenderung ramai konsumen. Untuk tempat toko buah tersebut, pemiliknya masih menyewa dan bukan milik pribadi bapak Ismail.

Toko buah NZE Fresh Fruits merupakan usaha yang menyediakan bermacam-macam jenis buah, yakni anggur, apel, jeruk, buah naga, melon, semangka, mangga, dan lain-lain. Akan tetapi, buah yang lebih dominan dijual ialah buah jeruk karena lebih banyak peminatnya. Dalam merawat buah-buahan agar tetap segar, bapak Ismail menyediakan kulkas di tokonya. Selain buah-buahan, di toko NZE Fresh Fruits juga tersedia jamu botol dan beberapa air minuman yang juga lumayan laris di kalangan konsumen.

Adapun tujuan didirikannya toko ini adalah untuk menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat yang memerlukan khususnya di lingkungan sekitar toko, sedangkan bagi toko itu sendiri adalah untuk mendapatkan laba yang maksimal atau profit (keuntungan). Sudah tentunya kebanyakan pebisnis memiliki tujuan untuk mendapatkan laba yang maksimal, begitu juga bagi toko buah NZE Fresh Fruits.

2. Strategi Bisnis Toko Buah NZE Fresh Fruits

a. Analisis Lingkungan pada Toko Buah NZE Fresh Fruits

1) Analisis Lingkungan Internal

a) Pemasaran

Analisis konsumen dari toko buah NZE Fresh Fruits ialah konsumen datang sendiri ke toko dan diantar ke tempat konsumen melalui pemesanan online. Promosi produk yang digunakan toko buah NZE Fresh Fruits menggunakan metode pemasaran konvensional dan juga secara online melalui GPS (Google Maps) dan juga mengedepankan aplikasi Facebook (Marketplace), namun pemesanan online yang tidak terlalu banyak bisa menjadi kelemahan bagi toko buah NZE Fresh Fruits. Selain itu, khusus musim buah langsung (duku) toko buah NZE Fresh Fruits mengedepankan mendistribusikan

Volume :3, Number :1, Juni 2022

buah-buahannya ke Jakarta menggunakan kardus dengan berat 14 kg per-kardusnya. Di dalam pendistribusian perjanjian atau kontrak yang menuliskan bawa distributor toko buah NZE Fresh Fruits harus mengirimkan buah langsung sesuai permintaan dari Jakarta. Namun begitu ketika di Bandara, jumlah langsung yang dikirim harus diinfokan lagi ke Jakarta agar penerima dapat mengecek kembali walaupun jumlah tidak sesuai dengan permintaan.

b) Keuangan

Dalam toko buah NZE Fresh Fruits tidak ada orang lain yang menanamkan modal. Modal yang dibutuhkan dalam mendirikan toko buah ini cukup besar dan biaya modal berasal dari pemilik tanpa meminjam uang dari bank atau orang lain. Fungsi keuangan dijalankan langsung oleh pemilik toko dan sumber pendapatan harian diatur oleh karyawannya. Toko ini memiliki cara dalam mengevaluasi kinerja bagian keuangan dengan cara audit, yaitu melihat apakah ada selisih dalam saldo. Selain itu juga ada info keuangan dari buku catatan di toko dan buku catatan pribadi pemilik toko. Untuk saat ini penjualan sudah berjalan dengan stabil, meskipun awal mulanya tidak stabil karena terdapat 3 cabang dan untuk saat ini hanya ada 1 toko saja di jalan Dr. Wahidin dikarenakan tempat tersebut strategis.

c) Produk dan Operasional

Produk yang terdapat pada toko buah NZE Fresh Fruits memiliki kualitas buah-buahan yang terbaik hingga buah-buahan yang rusak sedikit. Untuk mengategorikan buah-buahan tersebut dilakukannya penyortiran yang baik. Selain buah-buahan, toko buah NZE Fresh Fruits juga menjual jamu-jamuan dan penjualannya juga lumayan stabil. Jadi, konsumen yang datang tidak hanya membeli buah-buahan saja, melainkan juga membeli jamu yang tersedia.

d) HRD/ *Human Resource Development* (Sumber Daya Manusia)

Rekrutmen dan seleksi pegawai perusahaan tidak menggunakan media apapun dalam menyediakan lowongan kerja. toko buah NZE Fresh Fruits hanya mengandalkan orang-orang yang sudah dikenal untuk menjadi karyawannya. Toko buah ini tidak memerlukan kriteria khusus, yang terpenting bagi toko buah NZE Fresh Fruits ialah memiliki kemauan dan dapat melayani konsumen dengan baik. Sistem upah yang diterapkan pada toko buah NZE Fresh Fruits ialah gaji bulanan.

2) Analisis Lingkungan Eksternal

a) Persaingan Antar Perdagangan Sejenis

Di dalam perdagangan buah-buahan ini banyak sekali toko yang bergerak di bidang yang sama dengan toko buah NZE Fresh Fruits, terutama di Kota Pontianak dan sekitarnya sudah sangat banyak pedagang buah karena wilayah Kalimantan Barat merupakan salah satu Provinsi yang memiliki sumber buah-buahan segar. Selain itu,

Volume :3, Number :1, Juni 2022

toko buah NZE Fresh Fruits berada di dekat Pasar Pagi jalan Dr. Wahidin dan di pasar tersebut banyak juga pedagang buahnya. Sehingga toko ini memiliki tingkat persaingan sendiri cukup ketat dan banyak. Dalam menghadapi persaingan toko buah NZE Fresh Fruits memiliki kesulitan sedikit, terutama masalah harga yang lebih murah/mahal dari pesaing dan masalah pemasok buah. Bila buah sedang habis dari pemasok maka akan kesulitan mendapatkan buah untuk dijual, sehingga bisa saja konsumen beralih kepada toko buah yang lainnya. Sistem penjualan yang dilakukan oleh toko buah NZE Fresh Fruits adalah secara bebas dalam arti menggunakan sistem jual-beli seperti biasanya yang terjadi di pasar. Cukup banyaknya pesaing di perdagangan buah ini akan menjadikan ancaman bagi toko buah NZE Fresh Fruits, sehingga untuk itu harus memberikan harga yang sesuai rata-rata harga pasarnya atau bahkan lebih murah dari pesaing lainnya agar tetap berpeluang mendapatkan banyak pembeli.

b) Potensi Masuknya Pesaing Baru

Yang menjadi hambatan toko buah NZE Fresh Fruits karena adanya pesaing baru yaitu harga, karena apabila menjual barang yang sama pastinya akan bersaing dalam hal harga. Namun toko buah NZE Fresh Fruits memiliki cara dalam menghadapi persaingan dengan berusaha semaksimal mungkin untuk mendapatkan harga yang terbaik dari pemasok agar dapat menyesuaikan harga untuk konsumen. Potensi dalam mengembangkan industri ini agar tidak kalah dengan pesaing baru salah satunya bisa dengan mencari lahan baru, mengcover area yang belum tercover. Bagi pedagang baru yang ingin masuk ke perdagangan buah ini bisa di bilang cukup mudah karena dengan adanya modal yang memadai dan link pemasok, maka tidak menutup kemungkinan untuk bisa mendirikan toko buah. Dengan begitu akan menjadikan ancaman bagi toko buah NZE Fresh Fruits. Namun, meskipun cukup mudah masuk ke usaha ini, toko buah baru akan mengalami kesulitan dalam mencari customer (pelanggan) dan mencari pemasok yang menjual harga murah, sehingga toko buah NZE Fresh Fruits yang merupakan pemain lama memiliki peluang untuk mendapatkan banyak customer. Selain itu, toko buah NZE Fresh Fruits juga menjual jamu-jamuan sebagai penarik pelanggan dan memiliki perbedaan dari toko-toko buah lainnya.

c) Daya Tawar Pemasok

Pemasok buah pada toko buah NZE Fresh Fruits merupakan pemasok tetap, namun terkadang ada juga orang-orang yang ingin menawarkan buah-buahan ke toko dan itu tergantung dari persetujuan pemilik toko. Toko buah NZE Fresh Fruits memiliki hubungan yang baik dengan para pemasok dan tidak mengalami kesulitan dalam mencari pemasok. Namun tidak semua buah yang diminta toko selalu tersedia di pemasok. Harga yang ditawarkan oleh pemasok kepada toko buah NZE Fresh Fruits tentunya memiliki *price list* (daftar harga) tersendiri dan ada diskon-diskon khusus yang ditawarkan. Dengan membeli banyak buah, maka tentunya akan semakin besar diskon yang diberikan oleh pemasok kepada toko. Dengan adanya hubungan yang baik dengan pemasok maka memberikan peluang kepada toko, sehingga pemasok sudah percaya dengan toko dan selalu memberikan harga yang murah, walaupun diawal-awal terjadinya tawar-menawar.

Volume :3, Number :1, Juni 2022

Ancaman yang ada yaitu apabila buah yang diminta oleh toko tidak dimiliki oleh pemasok dikarenakan buah-buahan ini sifatnya musiman.

d) Daya Tawar Konsumen

Permintaan dari konsumen pada buah-buahan yang dijual oleh toko buah NZE Fresh Fruits tidak selalu ada dikarenakan sifat buah yang musiman itu. Daya tawar konsumen di toko buah NZE Fresh Fruits biasa terjadi, toko ini memiliki prioritas bagi para pembeli yang membeli buah dalam jumlah yang besar dengan memberikan harga yang lebih murah di bandingkan dengan pembeli yang membeli secara hanya beberapa kilogram saja. Selain itu, toko buah NZE Fresh Fruits juga memiliki strategi lain agar konsumen lebih memilih untuk membeli pada perusahaannya yaitu dengan menjual harga yang bervariasi sesuai kualitas buahnya. Peluang yang dimiliki perusahaan dengan memberikan harga yang bervariasi serta pelayanan yang memuaskan bagi konsumen akan membuat konsumen menjadi senang terhadap toko ini. Sedangkan ancamannya apabila toko tidak memiliki barang yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan lari ke pesaing lain.

b. Analisis SWOT pada Toko Buah NZE Fresh Fruits

Analisis SWOT adalah teknik yang di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Dari hasil analisis lingkungan internal dan juga analisis lingkungan eksternal, maka dapat ditentukannya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari toko buah NZE Fresh Fruits. Adapun rincian dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamannya sebagai berikut:

1) Kekuatan (*Strength*)

- a) Perusahaan sudah memiliki konsumen atau pelanggan tetap. Toko buah NZE Fresh Fruits sudah lumayan lama muncul dan ada di perdagangan buah-buahan dan jamu-jamuan, sehingga memiliki banyak pelanggan tetap dan banyak konsumen mengetahui toko ini. Hal ini dianggap sebagai kekuatan karena pelanggan telah mengetahui buah-buahan dan jamu-jamu yang dipasarkan serta sudah mengetahui kinerja dari toko ini, sehingga pelanggan tidak mudah beralih ke pesaing. Selain itu, toko buah NZE Fresh Fruits sudah terjangkau di dalam GPS (Google Maps) dan media lainnya seperti marketplace di Facebook.
- b) Memberikan jaminan kualitas kepada pelanggan. Toko buah NZE Fresh Fruits berkomitmen untuk memberikan buah yang berkualitas baik dengan harga yang terjangkau. Selain itu, toko ini akan berusaha melakukan pengiriman barang dengan tepat waktu ketika ada pesanan online.
- c) Kontrak distributor dan pemasok yang terpercaya. Hal ini dianggap kekuatan karena diharapkan dengan adanya kontrak kerja sama ini toko buah NZE Fresh Fruits dengan normal dan baik.

Volume :3, Number :1, Juni 2022

- d) Pemilik modal sendiri, tidak terikat dengan sektor lain. Kekuatan toko ini ialah modal dijalankan sendiri oleh pemilik toko, sehingga pemilik toko dapat dengan bebas mengatur keuangannya tanpa adanya campur tangan orang lain.
 - e) Lokasi toko yang strategis. Toko buah NZE Fresh Fruits berada dipinggir jalan raya Dr. Wahidin, sehingga ini menjadi kekuatan bagi toko, karena mudah untuk dijangkau oleh banyak konsumen.
- 2) Kelemahan (*Weakness*)
- a) Tidak ada pelatihan khusus yang diberikan kepada karyawan. Toko ini tidak memberikan pelatihan khusus untuk meningkatkan kemampuan karyawannya. Perusahaan hanya memantau dari pergerakan karyawannya dalam menjalankan tugasnya, jika ada kesalahan maka akan diberikan arahan.
 - b) Sistem manajemen belum tertata dengan baik.
 - c) Sifat buah yang mudah rusak.
- 3) Peluang (*Opportunity*)
- a) Kesempatan perluasan pasar. Selama ini toko buah NZE Fresh Fruits hanya memiliki target pasar yang sudah lama, ada kesempatan bagi toko ini untuk melakukan pemasaran ke pasar-pasar yang selama ini belum tersentuh.
 - b) Pemasok yang tetap dan kepercayaan pemasok. Hal ini menjadikan daya tawar toko terhadap pemasok tinggi. Ini menjadi keuntungan bagi toko, karena akan terjadi persaingan di antara pemasok untuk memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap perusahaan.
 - c) Perayaan hari besar keagamaan. Pada masa hari-hari besar keagamaan, permintaan konsumen meningkat karena banyaknya buah-buahan yang diperlukan untuk merayakan hari tersebut.
 - d) Kepercayaan dan hubungan yang baik dengan konsumen. Hal ini menjadi peluang karena dengan memiliki hubungan yang baik dengan konsumen, makan bisa jadi konsumen tersebut akan menjadi pelanggan tetap di toko buah NZE Fresh Fruits.
- 4) Ancaman (*Threat*)
- a) Persaingan yang cukup ketat. Terdapat banyak pesaing di dalam perdagangan buah-buahan ini dengan harga yang beragam, sehingga persaingan di perdagangan ini sangat tinggi.
 - b) Adanya ancaman keterbatasan buah-buahan. Ancamannya yaitu apabila buah yang diminta oleh toko tidak dimiliki oleh pemasok dikarenakan buah-buahan ini sifatnya musiman. Kemudian, apabila toko tidak memiliki barang yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan lari ke pesaing lain (Ismail Ibrahim Putra, 2021).
- c. Formulasi Strategi Toko Buah NZE Fresh Fruits
- Berdasarkan analisis SWOT, maka strategi alternatif yang bisa dihasilkan pada toko buah NZE Fresh Fruits adalah sebagai berikut:

Volume :3, Number :1, Juni 2022

1) Strategi SO (*Strength-Opportunity*)

Strategi SO ialah strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Adapun strategi yang dapat diterapkan pada toko buah NZE Fresh Fruits, yaitu:

- a) Strategi yang bisa diterapkan pada toko buah NZE Fresh Fruits untuk meningkatkan kekuatan dalam menghadapi persaingan perdagangan buah dengan menanggapi peluang-peluang yang ada, yaitu memperluas pasar. Jika selama ini pasar toko buah ini berada di wilayah sekitar Kota Pontianak dan pengiriman ke Jakarta saja, maka toko ini bisa mencoba memasarkan buah-buahnya di wilayah baru seperti kota-kota yang berada di Kalimantan Barat, bahkan kota-kota yang berada di luar provinsi Kalimantan Barat. Yang perlu dicatat ialah mencari orang-orang yang dapat dipercaya untuk pengiriman di luar daerah Kalimantan Barat.
- b) Strategi kedua yang bisa digunakan oleh toko buah NZE Fresh Fruits adalah dengan menangkap kesempatan untuk tidak hanya menjual jamu saja, melainkan menjual sesuatu yang lain berkaitan dengan buah-buahan seperti jus buah dan lain sebagainya.

2) Strategi WO (*Weakness-Opportunity*)

Strategi WO ialah strategi yang mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Adapun strategi yang bisa diterapkan oleh toko buah NZE Fresh Fruits adalah dengan meningkatkan promosi penjualan dan membuat sistem manajemen yang baik agar aspek toko dapat diatur dengan baik. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah tersebut perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang ada, yaitu peluang perluasan pendistribusian produk ke area-area baru. Pemilik toko buah harus berinovasi dalam pemasaran yang baik agar peminat online juga banyak dan yang dipromosikan tidak hanya buah-buahan saja, melainkan jamu-jamuan yang ada juga dipromosikan untuk menarik konsumen yang banyak.

3) Strategi ST (*Strength-Threats*)

Strategi ST ialah strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman. Adapun strateginya sebagai berikut:

- a) Strategi yang bisa digunakan yaitu menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan agar pelanggan tidak mudah beralih ke toko buah pesaing. Dengan kekuatan yang dimiliki toko buah NZE Fresh Fruits seperti jaminan kualitas buah kepada pelanggan maka toko ini dapat mengatasi ancaman yang ada dengan strategi tersebut. Ancaman yang dihadapi oleh perusahaan yaitu persaingan yang cukup ketat dan adanya ancaman muncul pesaing baru. Dengan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan, maka pelanggan akan menjadi lebih loyal dengan toko karena pelanggan merasa puas atas kinerja yang di berikan toko buah NZE Fresh Fruits. Dengan begitu akan menutup kemungkinan pelanggan tidak akan mudah beralih ke pesaing yang lain.

Volume :3, Number :1, Juni 2022

b) Strategi kedua yang bisa digunakan oleh toko buah NZE Fresh Fruits adalah dengan mengantisipasi kemungkinan terhambatnya pasokan buah. Karena hal ini dapat menyebabkan pelanggan beralih ke pedagang buah lain. Jadi, toko buah NZE Fresh Fruits harus mencari pemasok cadangan agar buah-buah selalu tersedia.

4) Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Strategi WT ialah strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman atau biasa disebut dengan strategi bertahan. Adapun strategi yang dapat diterapkan ialah memberikan pelatihan atau arahan khusus kepada karyawan agar karyawan dapat menguasai bagiannya sehingga kinerjanya pun meningkat. Apabila karyawan dapat bekerja secara maksimal dan mengeluarkan potensinya maka ancaman dan kelemahan yang ada dapat teratasi, serta kesejahteraan karyawan pun akan semakin diperhatikan sejalan dengan performance perusahaan. Selain itu, pemilik toko buah juga harus mengarahkan karyawannya untuk membantu promosi agar jangkauan konsumen menjadi melebar.

D. KESIMPULAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan analisis strategi bisnis pada toko buah NZE Fresh Fruits, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Kondisi lingkungan internal dalam melakukan pemasaran, strategi yang digunakan oleh perusahaan dinilai masih kurang terjangkau luas, malainkan hanya bermain di wilayah Kota Pontianak dan Jakarta saja karena toko buah NZE Fresh Fruits tidak terlalu menekankan pemasaran buah-buahnya dan jamu-jamuannya secara online. Pengelolaan keuangan di perusahaan ini terlihat lumayan baik karena laporan pemasukan dan pengeluaran harian tercatat pada buku khusus untuk keuangan yang dimiliki toko dan buku milik pribadi pemilik toko. Dalam perekrutan karyawan toko buah NZE Fresh Fruits tidak memerlukan kriteria khusus, yang terpenting adanya kemauan, serta memiliki kepandaian dalam berdagang dan dapat melayani konsumen dengan baik. Selain itu, untuk karyawan pemilik toko buah NZE Fresh Fruits lebih memprioritaskan orang terdekat terlebih dahulu.
- b. Kondisi lingkungan eksternal yang mempengaruhi toko buah NZE Fresh Fruits adalah persaingan antar perdagangan sejenis dan potensi masuknya pesaing baru karena cukup banyak berdiri pedagang buah baru dan bisa di bilang cukup tinggi persaingan ini terutama pesaing dari pemain lama. Daya tawar pemasok tidak terlalu berpengaruh karena toko buah NZE Fresh Fruits diberikan harga yang sesuai oleh pemasok dikarenakan toko ini sudah mendapatkan kepercayaan dari pemasok. Untuk daya tawar konsumen cukup beragam karena ada konsumen yang

Volume :3, Number :1, Juni 2022

suka menawar dan ada juga yang tidak, sehingga itu tidaklah menjadi masalah besar, tergantung bagaimana karyawan mengatasinya.

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan, maka saran yang akan diberikan oleh penulis kepada toko buah NZE Fresh Fruits adalah:

- a. Toko buah NZE Fresh Fruits dapat mencari tempat-tempat yang belum tercover untuk membuka cabang dan tempat tersebut cukup strategis dalam berdagang buah-buahan.
- b. Toko buah NZE Fresh Fruits dapat mencari pemasok baru untuk menjadi cadangan ketika buah-buahan lagi kosong dari pemasok yang ada.
- c. Toko buah NZE Fresh Fruits harus meningkatkan promosi penjualannya dengan terus berinovasi dalam memasarkan dagangan buah-buahan yang baik.
- d. Toko buah NZE Fresh Fruits harus memberikan pengarahan khusus kepada karyawan untuk meningkatkan kinerja karyawan, serta memberi arahan untuk membantu mempromosikan buah-buahan dan jamu-jamuan yang ada agar jangkauan konsumen menjadi luas.

REFERENSI

- A. Susetyaningsih. (2008). *Analisis Faktor Keahlian dan Kepercayaan pada Tenaga Penjual Terhadap Nasabah*. Jakarta: Universitas Diponegoro.
- Andiwiani Sinarasri. (2013). Analisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada Pedagang Kaki Lima Bidang Kuliner di Semarang). *Prosiding Seminar Nasional 2013 Menuju Masyarakat Madani dan Lestari*, p. 46.
- Angelica Tamara. (2016). Implementasi Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Binsis. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 4, 399.
- Aprilia Puspasari & Popon Rabia adawia. (2020). Strategi penjualan sepatu dengan metode analisis swot di era pandemic covid-19. *Jurnal Akuntabel*, 17, 272.
- Burhan Bungin. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif (Aktualisasi Metodologis ke Arab Ragam Varian Kontemporer)*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Burhan Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Prenama Media Group.
- Cinthya Erika Putri Gunawan. (2017). Analisis Strategi Bisnis pada PT. Omega Internusa Sidoarjo. *Jurnal Agora*, 5, 2.
- Djoko Muljono. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Herry Achmad Buchory & Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Strategi bisnis*. Bandung: Linda Karya.
- Ismail Ibrahim Putra, R. S. (2021, Juli 3). Strategi Bisnis Toko Buah NZE Fresh Fruits. (F. Fadhil, Interviewer)
- Istiqomah & Irsad Andriyanto. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis*, 5, 373-374.
- Madnasir. (2007). *Pengantar Bisnis dan Manajemen*. Lampung: Fakultas Syari'ah IAIN Raden Intan Bandar Lampung.
- Madnasir dan Khoiruddin. (2012). *Etika Bisnis dalam Islam*. Lampung: Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Bandar Lampung.
- Maryanto. (2013). Analisis Perilaku Pedagang yang Berjualan Pakaian di Pasar Tradisional Dahlia Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Untan*, 4-5.
- Maryanto. (2013). Analisis Perilaku Pedagang yang Berjualan Pakaian di Pasar Tradisional Dahlia Pontianak. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Untan*, 6.
- Muhammad & Alimin. (2004). *Etika Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*. Yogyakarta: BPFE.
- Panji Anoraga. (2004). *Manajemen Binsis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Raden Mas Mochammad Wispandono. (2010). Pengaruh Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Pengrajin Industri Batik di Kabupaten Bankalan. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1, 154.

Volume :3, Number :1, Juni 2022

- Rahayu Puji Suci. (2009). Peningkatan Kinerja Melalui Orientasi Kewirausahaan, Kemampuan Manajemen, dan Strategi Bisnis (Studi pada Industri Kecil Menengah Bordir di Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 11, 48.
- Rakhma Oktavina. (2009). Model Manajemen Strategis Evaluasi Kinerja Usaha Mikro dan Kecil Makanan Ringan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14, 91.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama.
- Sudirman. N. (1996). *Ilmu Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.