

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang menjadi temuan pada usaha Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin, mengenai “Strategi Penjualan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam melakukan strategi penjualan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin yaitu:
 - a. Kekuatan (*Strengths*)
 - 1) Kualitas produk dapat bersaing.
 - 2) Kuantitas isi produk lebih banyak
 - 3) pembayaran lebih flexible dan mudah
 - 4) jaminan produk
 - 5) jaringan relasi cukup luas
 - b. Kelemahan (*Weaknesses*)
 - 1) Desain produk stagnan
 - 2) Belum ada ciri khas pada produk
 - 3) Terlalu sering melakukan iklan berbayar
 - 4) lokasi penjualan sering berpindah-pindah
 - c. Peluang (*Opportunities*)
 - 1) Makanan banyak mengandung gizi dan bermanfaat
 - 2) Teknologi semakin modern

- 3) Situasi pandemic covid-19
 - 4) berpotensi menyerap tenaga kerja
- d. Ancaman (*Threats*)
- 1) Kehadiran pesaing baru
 - 2) Konsumen memilih untuk tidak konsumtif
 - 3) Bahan baku utama memiliki sifat tidak tahan lama
 - 4) Bahan baku yang semakin mahal
 - 5) Konsumen semakin sensitive terhadap harga pesaing
2. Langkah strategis yang harus dilakukan Salad Buah Haikal di Kota Banjarmasin berdasarkan analisis SWOT.

Posisi strategis Salad Buah Haikal jika dilihat pada kuadran terletak pada **kuadran I** yang mana menggambarkan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth-oriented strategy*). Hal ini dikarenakan faktor kekuatan perusahaan lebih besar dibandingkan dengan kelemahan perusahaan dan faktor peluang perusahaan lebih besar dibandingkan dengan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Secara keseluruhan, nilai matriks IFAS (1.25) lebih banyak dari pada nilai matriks EFAS (1.09).

Ada empat alternatif strategi yang dapat dilakukan oleh Salad Buah Haikal berdasarkan matriks SWOT, yakni sebagai berikut:

a. Strategi SO (*strength-opportunities*)

- 1) Meningkatkan kegiatan promosi perusahaan dengan memanfaatkan teknologi internet secara maksimal, karena saat ini merupakan zaman digital yang sangat memudahkan kita untuk mengakses media sosial secara gratis. Jadi, meningkatkan kegiatan promosi produk dengan memanfaatkan teknologi media sosial seperti *instagram*, *tiktok* dan *facebook* secara gratis sangat menekan pengeluaran untuk biaya iklan yang dilakukan oleh Salad Buah Haikal.
- 2) Meningkatkan penawaran produk makanan sehat dengan memanfaatkan situasi pandemi. Salah satu hal yang dapat dimanfaatkan untuk penjualan salad buah ialah ikhtiar menjaga kesehatan tubuh yaitu mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal dan bergizi.
- 3) Tekankan kuantitas isi produk secara *offensive*, strategi ini merupakan strategi dimana perusahaan berusaha memenangkan persaingan lewat berbagai cara. Cara yang penulis ajukan adalah menekan kuantitas yang merupakan kekuatan dari Salad Buah Haikal untuk memenangkan persaingan.
- 4) Menyerap tenaga kerja baru seperti kurir pengantaran agar tidak menggunakan jasa kurir pihak ketiga.

b. Strategi ST (*strength-threats*)

- a. Mengantisipasi pesaing baru dengan jaminan produk serta kualitas produk yang merupakan kekuatan pada Salad Buah Haikal.
- b. Memakai strategi *defensive* dimana memotong harga guna menghadapi konsumen yang sensitif akan harga kompetitor.
- c. Strategi WO (*weaknesses-opportunities*)
 - 1) Komitmen menetap untuk tempat produksi dan tempat penjualan.
 - 2) Seimbangkan berbagai pengeluaran perusahaan, tidak hanya untuk iklan tetapi juga untuk pengembangan produk, inovasi merek ataupun *brand*.
 - 3) Memberikan variasi produk agar terciptanya ciri khas seperti citra merek (*brand image*) yang akan selalu diingat dibenak konsumen.
- d. Strategi WT (*weaknesses- threats*)
 - 1) Menciptakan inovasi produk yang lebih kreatif untuk diminati dalam berbagai kalangan. Seperti menciptakan produk sebagai berikut:
 - a) Mudah diingat.
 - b) Terkesan hebat dan modern.
 - c) Memiliki arti yang positif
 - d) Menarik perhatian
 - e) Kualitas kemasan (tidak mudah rusak).

- f) Bentuk dan ukuran termasuk desain tampil menarik.
 - g) Warna produk menarik.
- 2) Mulai mencari dan memperluas *market* yang tidak ketergantungan dengan harga produk yang selalu promo, adapun maksud dari tujuannya adalah untuk bertahan hidup, untuk memaksimalkan, untuk memperbesar atau memperluas *market share*, dan untuk mutu produk.
 - 3) Membangun saluran distribusi yang tepat agar memperluas area pemasaran serta penjualan.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisa dan kesimpulan yang dikemukakan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Agar Pemilik usaha Salad Buah Haikal lebih meningkatkan kreatifitas dan varian produk supaya dapat terus berkompetitif dengan pesaing yang sejenis untuk jangka kedepannya.
2. Membangun saluran distribusi yang tepat agar memperluas area pemasaran serta penjualan.
3. Mulai mencari dan memperluas *market* yang tidak ketergantungan dengan harga produk yang selalu promo.

