

STRATEGI BERSAING UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI USAHA KECIL

Khusnia Latifatul Ma'una¹, Siswahyudianto²

¹ Universitas Islam Negri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia; khusnialatifatul4@gmail.com

² Universitas Islam Negri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia; siswahyudianto25@gmail.com

Abstrak : The food and beverage industry sector is an advantage for Indonesia's economic progress, which has prospects for development. The more enthusiasts, the tighter the competition in the beverage industry, so every business must have a competitive strategy to maintain business existence in the face of competition. Mbak Endah's Classic Nyoklat Ice is a business that still exists in the face of competition. Based on these assumptions, it is the author's interest the aim to research the Es Nyoklat Classic business, which is a beverage business that is quite well known for its existence while still having many customers and enthusiasts among many contemporary beverage business competitors and being able to survive in the face of competition. This study uses a qualitative descriptive method interpreted as a method to describe a research result that aims to provide a description, explanation, and validation of the phenomenon being studied. From the study results, it can be seen that the competitive strategy applied in maintaining existence is by looking at the business environment, creating product diversity, carrying out attractive product packaging, and determining product segmentation on Mbak Endah's Classic Ice Nyoklat.

Keywords : *Competitive Strategy, Small Business Existence*

IDAROTUNA: Jurnal
Administrative Science Vol 3 No 1
Mei 2022

<https://doi.org/10.54471/idarotuna.v3i1.25>

Received: March 30, 2022

Accepted: April 29, 2022

Published: May 20, 2022

Publisher's Note: Program Study Office Administrative stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. Pendahuluan

Di masa sekarang kebutuhan dan keinginan manusia semakin tak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Seiring dengan perkembangan ekonomi yang meningkat mendorong dalam hal peningkatan konsumsi terhadap barang dan jasa. Pada saat ini bisnis menjadi kata populer dalam kehidupan sehari-hari, dengan melakukan bisnis dapat menjadi suatu upaya manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dunia bisnis berkembang pesat sejalan dengan perkembangan zaman. Dalam dunia bisnis pasti terjadi persaingan yang tidak sedikit bahwa usaha yang mengalami kegagalan dan tidak beroperasi karena banyaknya persaingan.

Dalam menghadapi persaingan para pelaku usaha perlu adanya melakukan strategi dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan dengan melihat segmentasi pasar. Segmentasi pasar adalah strategi suatu perusahaan untuk mengenali minat dan kebutuhan konsumen di pasar dan kemudian menciptakan produk yang sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen (Ni'mah et al., 2019). Tujuan dalam melakukan segmentasi pasar untuk membantu proses pemasaran yang lebih terarah sehingga sumber daya perusaha dapat digunakan secara efektif. Sehingga bisnis yang dijalankan dapat bertahan dan eksis di tengah persaingan.

Strategi merupakan tujuan jangka panjang suatu perusahaan dan merupakan penggunaan alokasi sumber daya yang dapat membantu dalam mencapai tujuan. Strategi adalah rencana yang menyelaraskan sumber daya dan perusahaan untuk dapat mencapai kinerja yang maksimal. Keberhasilan sebuah bisnis dapat dicapai melalui manajemen yang baik yaitu dengan manajemen dapat menjaga kelangsungan bisnis dengan maksimal. Dalam mempertahankan kelangsungan bisnis dapat dicapai dengan melihat kondisi lingkungan sekitar bisnis yang berubah serta mampu menyesuaikan keadaan agar mampu unggul dalam bersaing.

Pada saat ini industri bisnis makanan dan minuman memiliki prospek yang cerah untuk dikembangkan di Indonesia sehingga memunculkan banyaknya pesaing dalam bisnis serupa. Dengan ancaman para pesaing sebagai pemilik usaha harus memperkuat dan memperjelas strategi manajemen agar keberlangsungan dan eksistensi bisnisnya dimasa mendatang dapat bersaing. Keunggulan bersaing adalah sebuah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan ekonomis yang mampu melebihi para pesaing dalam pasar industri yang sama.

Eksistensi adalah suatu kegiatan yang ada atau menjadi ada, eksistensi bersifat tidak kaku tetapi akan terus berkembang atau berubah sesuai dengan potensi yang dimiliki sebuah bisnis. Eksistensi sebuah bisnis dapat terus berjalan dan bertahan apabila bisnis tersebut dapat mempertahankan strategi atau karakteristik dalam bisnis dan produknya. Oleh karena itu sebagai pelaku usaha minuman

dengan semakin banyaknya peminat di industry bisnis minuman dengan berbagai konsep dan ide yang beragam untuk menarik konsumen sehingga memperketat persaingan. pemilik bisnis tentu harus memiliki strategi yang tepat agar dapat mempertahankan eksistensi bisnis minuman yang dimiliki.

Seiring dengan suasana seperti ini, usaha Es Nyoklat Klasik milik Mbak Endah yang memiliki karakteristik dan konsep sendiri harus mampu bersaing dan mempertahankan eksistensi ditengah persaingan yang ketat. Es Nyoklat Klasik merupakan salah satu bisnis yang cukup terkenal eksistensinya hingga kini dengan tetap memiliki banyak pelanggan ditengah banyaknya pesaing minuman-minuman kekinian yang ada di Kediri. Es Nyoklat Klasik Mbak Endah tentu memiliki strategi dalam menghadapi persaingan agar mampu mempertahankan eksistensinya.

Es Nyoklat Klasik merupakan bisnis minuman yang menggunakan outlet sebagai tempat memasarkan. Es nyoklat klasik adalah minuman yang berbahan dasar coklat dengan berbagai varian topping. Minuman Es Nyoklat cukup populer di kota Kediri dan dikalangan remaja dan dewasa muda saat ini. Di kota Kediri sendiri sudah banyak ditemui outlet minuman Es Nyoklat yang serupa. Melihat pangsa pasarnya yang cukup besar Es Nyoklat milik mbak Endah melebarkan usahanya dengan membuka beberapa outlet. Saat ini Es Nyoklat milik mbak Endah sudah memiliki kurang lebih 3 gerai yang terletak di Kediri, salah satu outletnya berlokasi di

Jl. Kapten Tendean No.160, Ngronggo, Kec. Kota Kediri yang menjadi lokasi dalam penelitian.

Es Nyoklat Klasik merupakan bisnis waralaba sebagai pusat dari perkembangan bisnis minuman Es Nyoklat Klasik yang terletak di Tulungagung. Salah satu merek minuman Es Nyoklat Klasik yang perkembangannya begitu pesat dan telah tersebar di beberapa daerah di Indonesia. Untuk daerah kediri bisnis waralaba Es Nyoklat Klasik dimiliki oleh Mbak Endah sebagai mitra usaha dari bisnis waralaba Es Nyoklat Klasik.

Tujuan dalam penelitian ini guna untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing dan strategi dalam mempertahankan eksistensi yang diterapkan Es Nyoklat Klasik Mbak Endah dalam menghadapi persaingan. Dalam menghadapi persaingan perlu adanya strategi sebagai bentuk upaya dalam membangun posisi yang menguntungkan dalam jangka panjang untuk menentukan kekuatan dalam menghadapi persaingan. Dan bagaimana hambatan dan solusi yang dihadapi dalam mempertahankan eksistensi bisnis.

2. Bahan dan Metode

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan penelitian kualitatif. Pemilihan pendekatan kualitatif dalam melakukan penelitian dikarenakan dalam penelitian ini penulis akan menganalisis objek penelitian lebih mendalam. Adapun objek penelitian adalah strategi bersaing dalam mempertahankan eksistensi bisnis. Jenis penelitian ini yang akan digunakan adalah penelitian secara deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian dengan menggunakan metode

untuk menggambarkan suatu hasil penelitian yang memiliki tujuan untuk memberikan deskripsi, penejelasan, juga validasi mengenai fenomena yang sedang diteliti. (Muhammad., 2021)

Penelitian ini berlokasi penelitian di Outlet Es Nyoklat Klasik di Jl. Kapten Tendean No.160, Ngronggo, Kec. Kota Kediri. Lokasi penelitian cukup strategis karena berada di area kota Kediri sehingga mudah dijangkau oleh peneliti. Alasan peneliti memilih lokasi ini karena melihat salah satu jenis bisnis minuman es nyoklat klasik ini yang masih eksis hingga sekarang meskipun sudah banyak pesaing dari segi bisnis minuman kekinian.

3. Hasil

Dalam kamus manajemen, persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing berusaha memperoleh pesanan dan laba dengan menawarkan harga maupun syarat yang paling menguntungkan. Persaingan ini dapat terdiri dari beberapa bentuk pemotongan harga, iklan atau promosi, variasi dan kualitas, kemasan, desain, dan segmentasi pasar.

Manajemen strategi adalah rangkaian keputusan dan tindakan manajemen yang berulang dan berkesinambungan yang termasuk pada kegiatan perumusan, implementasi dan evaluasi strategi secara keseluruhan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan dan yang diinginkan. Dalam merumuskan manajemen strategi terdapat beberapa langkah yang harus

diambil, langkah tersebut diperlukan untuk memastikan bahwa strategi yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan perusahaan. Langkahnya dimulai dengan mengamati lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Pengamatan lingkungan mengacu pada kondisi saat ini. Lingkungan eksternal mencakup *social environment*, dan *task environment*

Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan lingkungan apabila perusahaan tidak dapat menyesuaikan dengan lingkungan maka akan mudah tersingkir oleh pesaing. Lingkungan yang mempengaruhi bisnis terbagi menjadi dua yaitu lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal merupakan suatu kekuatan dan kelemahan yang dimiliki suatu organisasi dalam melakukan aktivitas yang dapat dikendalikan dan dijalankan dengan sangat baik atau sangat buruk. Sedangkan Lingkungan eksternal adalah segala sesuatu yang berada diluar batas organisasi dan mempengaruhi organisasi tersebut.

Ada beberapa elemen penting yang harus dilakukan perusahaan dalam melakukan differensiasi produk dalam mempertahankan eksistensi produk yang pertama Keanekaragaman produk (Varian) Tingkat penjualan produk dipasar selalu mengalami kondisi pasang surut dan yang menjadi tolak ukur adalah tinggi rendahnya tingkat penjualan dalam periode tahun tertentu, oleh karena itu perusahaan perlu melakukan riset faktor yang menjadi penyebab. Berdasarkan data yang dimiliki akan dapat diketahui jenis varian mana yang digemari para konsumen dan memiliki tingkat penjualan yang tinggi, sehingga

perusahaan dapat menentukan produk dengan jenis varian tertentu yang diminati konsumen. Banyaknya varian sebuah produk akan dapat menjaga dan mempertahankan eksistensi produk. Yang kedua Packaging atau kemasan juga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk, differensiasi produk dalam kemasan yang beragam, harus disesuaikan dengan selera konsumen dan tingkat daya beli. Strategi ini juga dapat digunakan untuk menjaga dan mempertahankan eksistensi produk. Yang ketiga segmentasi produk yang dilakukan untuk memantau dan memetakan kekuatan pesaing di pasar dengan jenis produk yang sama, perusahaan dapat memasuki semua segmen pasar dengan membuat produk sejenis tapi menggunakan merk yang berbeda dengan desain yang menarik sesuai dengan ekspektasi konsumen dan ditujukan untuk segmentasi yang berbeda pula. Dengan pemetaan perusahaan dapat menentukan masuk ke segmen pasar menengah keatas dan menjadi kompetitor perusahaan yang sudah lebih dulu masuk dan sudah mapan atau masuk ke segmen pasar menengah kebawah.

4. Diskusi

Dalam menerapkan strategi bersaing dalam menghadapi persaingan pada Es Nyoklat Klasik Mbak Endah ada beberapa cara yaitu dengan melakukan inovasi pada produk dan mampu beradaptasi dengan lingkungan. Memberikan beberapa inovasi topping pada Es Nyoklat yang dimiliki adalah salah satu cara menarik minat para

konsumen. Memiliki konsumen yang merupakan anak muda dalam hal pelayanan mengharuskan karyawan memberikan pelayanan yang ramah serta nyaman kepada konsumen Es Nyoklat Klasik.

Penentuan tempat menjadi hal penting sebab dengan menentukan tempat dapat mempengaruhi konsumen yaitu masyarakat yang berpotensi untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan atau organisasi bisnis. Memilih tempat yang strategis memberikan peluang dalam menambah penjualan. Kemudian pemasok adalah pihak yang menyediakan pasokan untuk produk yang dibutuhkan bagi perusahaan. Berdasarkan penelitian pemasok bahan baku utama Es Nyoklat Klasik Mbak Endah berasal dari suplai langsung dari perusahaan pemilik waralaba yang terjamin kualitas rasa yang memiliki citra rasa yang khas daripada pesaing menjadi kekuatan dalam strategi bersaing.

Memiliki packaging yang menarik dan beragam yang memberikan manfaat lain yang disesuaikan dengan selera para konsumen menjadi faktor kekuatan yang dimiliki dalam menghadapi persaingan. Pada Es Nyoklat Klasik Mbak Endah memberikan kemasan yang memberikan ciri khas melalui gelas cup yang diberikan label merk serta memberikan kantong plastik sebagai keamanan dan kemudahan dalam membawa. Melakukan segmentasi produk dipasar ketika akan memulai usaha dan menentukan tempat yang strategis menjadi strategi bersaing dan mempertahankan eksistensinya dalam persaingan.

5. Kesimpulan

Strategi bersaing dalam mempertahankan eksistensi usaha sebagai berikut: strategi bersaing yang diterapkan Es Nyoklat Klasik Mbak Endah dalam Menghadapi Persaingan dengan melakukan inovasi terhadap produk seperti menambahkan varian topping serta beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang meliputi lingkungan internal dan eksternal. Faktor lingkungan internal meliputi tenaga kerja, modal, material, peralatan dan perlengkapan, serta metode dalam pelayanan menjadi kekuatan dalam menghadapi persaingan. Sedangkan faktor eksternal lingkungan meliputi konsumen pada Es Nyoklat Klasik Mbak Endah yang merupakan anak muda, remaja karena memiliki tempat yang strategi yang mudah ditemukan serta berdekatan dengan area sekolah, kampus dan pasar. pemasok bahan baku pada Es Nyoklat Klasik Mbak Endahh adalah perusahaan utama yang sudah memiliki citra di masyarakat dan dapat menjadi kekuatan dalam strategi bersaing. Faktor selanjutnya pesaing dengan banyaknya pesaing bagi Es Nyoklat Klasik Mbak Endah pesaing yang dihadapi merupakan bisnis yang serupa seperti outlet kekinian yang sekarang sedang ramai diminati masyarakat. Faktor eksternal berguna untuk menentukan peluang dan ancaman yang berada diluar bisnis dalam jangka pendek agar mampu dikendalikan oleh pemilik bisnis

Strategi mempertahankan eksistensi Es Nyoklat Klasik Mbak Endah dengan menerapkan beberapa elemen sebagai berikut: keanekaragaman produk yang disediakan pada Es Nyoklat Klasik Mbak Endah, packaging yang menarik serta

memberikan kantong plastik yang berguna untuk memudahkan konsumen. Serta melakukan segmentasi produk pada saat memulai usaha dan memantau produk dipasar agar tidak kalah dengan pesaing yang lebih unggul.

Hambatan yang dihadapi pada Es Nyoklat Klasik Mbak Endah pada cuaca karena cuaca dapat mempengaruhi penjualan. Solusi dalam hambatan yang dihadapi dengan keadaan cuaca pada Es Nyoklat Klasik dengan melakukan layanan pesan antar dengan menggunakan layanan dari go-food atau shopee-food dengan begitu dapat membantu penjualan apabila terkendala dengan cuaca yang tidak mendukung.

Referensi

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensial*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ahmad. 2020. *Manajemen Strategi*. Makassar: CV Nas Media Pustaka
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Anggito, Albi dan Johan Setiawan. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Damanik, Nona Nada. 2019. *Analisis Strategi PT. Pabrik Es Siantar Dalam Mempertahankan Eksistensi Produk Minuman Cap Badak Sebagai Minuman Asli Kota Pematangsiantar*. Medan: Universitas Sumatra Utara. Skripsi
- Hantoro, Sirod. 2005. *Kiat Sukses Berusaha*. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa
- IPB University. <https://ipb.ac.id/news/index/2020/04/prof-musa-hubeis-berikan-tips-kreatif-bisnis-kuliner-di-masa-pandemi-covid-19/c18971a899d461a3a765b11f49e0ca84> di akses pada jumat 27 agustus 2021 pukul 11.50

- Kusuma, Aditya Halim Perdana ,dkk. 2020. *Brand Management:Esensi, Posisi & Stretgi*. Medan : Yayasan Kita Menulis
- Lapod, John. 2016. *Analisis Penentuan Strategi Dalam Lingkungan Bisnis Yang Kompetitif*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Vol. 4, No. 1
- Luis,Patricia Cindy Ung, dkk. *Analisis Pengaruh Strategi Segmentaasi Pasar Terhadap Peningkatan Kinerja Penjualan Pada PT. Astragraphia TBK Cabang Manado*. Jurnal EMBA, Vol 7, No 2
- M, Fuad, dkk. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Maribum, B.N.2003. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Marimbo, Rizal C. 2007. *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo
- Maulida, Ervin, dkk. 2021. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Media Sains Indonesia
- Ni'mah dkk.2019. *Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Segmentasi Pasar Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Produk*. Jurnal Progresif Manajemen Bisnis, Vol 6, No 3
- Novianto, Efri. 2021. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Ramadhan, Muhammad. 2021. *Metode Penelitian*, Surabaya: Cipta Media Nusantara
- Rijanto, Maria Rijanto. 2021. *Analisis Strategi Bersaing Bisnis Home Industry*. Jurnal Manajemen, Vol. 16, No. 2,
- Saima, Leonardus. 2009. *Kewirausahaan Teori Praktek dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat
- Suardi. et. all. 2019. *Strategi Pengusaha Warung Kopi Dalam Mempertahankan Eksistensinya Di Kota Kendari*. Jurnal Sosial dan Budaya, Vol. 8, No. 2
- Suratman, Adji. 2021. *Analisis Lingkungan Bisnis dan Hukum*, Jakarta: PT. Mandala Nasional
- Yam, Jim Hoy. 2020. *Manajemen Strategi*. Makassar: CV Nas Media Pustaka