

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Faktor- faktor penghambat dan pendukung strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli konsumen air galon

Air minum isi ulang merupakan produk generik yang mempunyai spesifikasi dan mutu yang sama karena peningkatan memiliki bahan dasar yang sama, yaitu berbahan dasar air putih, tonggak awal untuk perkembangan sebuah pengusaha, tanpa adanya peningkatan tujuan suatu pengusaha tidak akan bisa dicapai secara maksimal. Pelaksanaan dari peningkatan adalah penjualan, penjualan merupakan interaksi jangka pendek dalam memperkenalkan produk kepada konsumen dan membuat konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan sehingga konsumen tertarik untuk membelinya (Reza, 2013).

Keberhasilan yang dicapai oleh pihak Depot Habib Water tidak terlepas dari faktor-faktor penghambat dan pendukung untuk menjadi lebih maju dan ingin meraih kesuksesan dalam penjualan serta penambahan pelanggan. Faktor-faktor tersebut diantaranya:

1. Faktor Penghambat

- a. Dari segi pelayanan terkadang terjadi ketelambatan pada saat pengantaran, kami berusaha untuk memaksimalkan pelayanan dengan menambah beberapa karyawan jika pesanan sedang banyak agar mengurangi keterlambatan pada saat pengiriman galon.
- b. Terkadang sering mengalami kerusakan pada lampu yang ada pada alat produksi.
- c. Adanya konsumen yang berhutang.

2. Faktor Pendukung

- a. Masyarakat membutuhkan air minum isi ulang yang bersih, sehat, dan mudah ditemukan , dan membuat produk ini menjadi pilihan yang diminati.
- b. Adanya peminjaman galon secara gratis kepada konsumen, agar meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap produk .

- c. Usaha ini mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan rencana pemasaran dan inovasi yang diinginkan oleh pasar.
- d. Kemajuan dalam proses pengemasan air minum isi ulang telah meningkatkan kepercayaan masyarakat.
- e. Lokasi yang strategis, pelayanan yang ramah, serta layanan antar jemput, layanan antar jemput alamat merupakan faktor andalan bagi pihak Depot Habib Water air minum isi ulang dalam menarik minat pelanggan.

5.2 Strategi Pemasaran Depot Habib Water di Perumahan Heloconia Desa Sungai Duren dalam meningkatkan minat beli konsumen air galon

Strategi pemasaran yang diterapkan guna meningkatkan volume penjualan, laba, serta meminimalkan kerugian, dan memenuhi tujuan yang diinginkan pemilik usaha. Untuk menanggulangnya pelaku usaha perlu memiliki berbagai strategi agar pelanggan tertarik dan membeli produk. Adapun strategi pemasaran depot air minum isi ulang Habib Water ditinjau dari strategi pemasaran yaitu:

1. Produk

Sebagaimana kita ketahui, produk merupakan kualitas produk sebagai gabungan dari karakteristik produk yang ada karena proses dari pemasaran, rekayasa produksi, dan perawatan sehingga produk dapat dipakai sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen (Qudus, 2022). Produk yang dihasilkan oleh air minum isi ulang Depot Habib Water adalah air minum isi ulang. Produk ini telah terjamin kualitasnya, yang dibuktikan dengan surat izin edar dari Dinas Kesehatan.

Ruang lingkup sebuah produk memiliki aspek-aspek sebagai berikut, di antaranya:

a. Cara membersihkan galon

- 1. Mencuci galon dengan menggunakan sabun.
- 2. Membersihkan bagian dalam galon dengan menggunakan sikat galon.
- 3. Sterilisasi pencucian galon.
- 4. Pengisian air galon isi ulang.
- 5. Mengeringkan dengan menggunakan tisu pembersih galon.
- 6. Menyegel galon

b. Proses Produksi

Produk depot air minum isi ulang Habib Water merupakan produk air minum isi ulang dengan proses produksi sebagai berikut:

1. Air keluar dari torn melalui pipa, kemudian disedot oleh pompa.
2. Masuk ke tabung.
3. Kemudian disaring melalui filter.
4. Kemudian dimasukkan ke dalam lampu uv untuk menghilangkan bakteri.
5. Air siap untuk di pasar kan. (S1, B 12-13).

c. Merek Dagang

Nama atau merek dagang yang digunakan Bapak Zainal Abidin adalah depot air minum isi ulang Habib Water. Hal ini dikarenakan depot air minum isi ulang Habib Water merupakan salah satu usaha yang didirikan oleh Bapak Zainal Abidin sendiri, agar mudah dikenal dan diingat, depot ini menggunakan nama Habib Water. Depot air minum isi ulang Habib Water memiliki moto “Bersih, Segar, dan Higienis.” Moto ini tertera pada logo Habib Water, sesuai dengan produk yang harus mudah diingat, positif, dan menarik.

d. Kemasan

Kemasan memainkan peran yang sangat penting dalam menjaga keamanan, kebersihan, dan kualitas produk, terutama untuk produk-produk konsumsi seperti air minum. Dalam konteks Depot Air Minum Isi Ulang Habib Water yang menggunakan galon berkapasitas 19 liter atau setara dengan satu galon.

e. Kualitas

Kualitas sebuah produk sangat bergantung pada proses produksinya. Air yang digunakan oleh depot air minum isi ulang Habib Water merupakan air yang berasal dari air mata sendiri yang sudah mendapatkan izin dari Dinas Kesehatan (S1,B 14-17). Tentunya, kualitas air minum ini sudah tidak diragukan lagi. Proses produksi yang sesuai dengan standar kesehatan memastikan bahwa produk yang dihasilkan aman dan layak untuk dikonsumsi.

Hal ini memberikan kepercayaan lebih kepada konsumen terhadap produk air minum yang disediakan oleh Habib Water.

DINAS KESEHATAN KABUPATEN MUARO JAMBI
LABORATORIUM KESEHATAN DAERAH
 KOMPLEK PERKANTORAN BUKIT CINTO KENANG
 Jalan Lintas Timur - Sengeti Telp. (0741) 560150 Fax. (0741) 7050903
 website: <http://dinkesmuarojambi.org> email: dinkes_muarojambi@yahoo.co.id

HASIL UJI LABORATORIUM
 Nomor : 236 / LHU-BA / LAB-MJ / 2019

Perihal : **HASIL PEMERIKSAAN BAKTERI AIR**
 Sampel berasal dari : **HABIB WATER**
 Pemilik : **MUSTAKIM**
 Petugas Pengambil sampel : **MARLENIAMAK**

(DAMU)
 Alamat : RT 01/03 MUARO PUJAN
 KAB MUARO JAMBI

NO	DIAMBIL TGL JAM		KADAR MAKSIMAL YANG DIPERBOLEHKAN	SATUAN	HASIL UJI - Coliform - Colitinja	KETERANGAN
	1	2				
1	30/07/2019	Jam 8.35 WIB	0	JUMLAH PER 100 ML	0	Memenuhi Syarat Sebagai Air Minum
	31/07/2019	Jam 9.00 WIB	0		0	

1 Hasil uji ini hanya berlaku untuk sampel yang diuji
 These analytical result are only valid for the tested sample

2 Laporan Hasil Uji ini terdiri dari satu Halaman
 These Report of Analysis consists One Page

3 Laporan Hasil Uji ini tidak boleh digandakan, kecuali secara lengkap dan seizin tertulis laboratorium Penguji
 Laboratorium Kesehatan Daerah Muaro Jambi.

The Report of Analysis shall not be reproduced (copied) except for the completed one and with the written permission from testing laboratory Health Laboratory Distrik Muaro Jambi.

Mengetahui
 Kepala UPTD LABKESDA
 RD. MUSTOFA, SKM.MPH
 NIP. 197207141994031004

Sengeti, 07 Agustus 2019
 PEMERIKSA
 M. SPANDAMAK
 NIP. 198401222010011007

Gambar 5.1 Kualitas air minum

Gambar di atas menunjukkan bahwa hasil uji coliform dan colitinja dengan kadar maksimal yang diperbolehkan (0), dengan satuan jumlah per 100

ml sudah memenuhi kualitas air minum isi ulang Depot Habib Water berdasarkan hasil uji laboratorium Nomor 236/LHU/BA -MJ/2019 telah memenuhi syarat sebagai air minum.

DINAS KESEHATAN KABUPATEN MUARO JAMBI
LABORATORIUM KESEHATAN DAERAH
 KOMPLEK PERKANTORAN BUKIT CINTO KENANG
 Jalan : Lintas Timur - Sengul Telp. (0741) 590150 Fax. (0741) 7050993
 website: <http://dinkesmuarojambi.org> email: dinkes_muarojambi@yahoo.co.id

HASIL UJI LABORATORIUM
 Nomor : 237 / LHJ-BA / LAB-MJ / 2019

Petruil : **HASIL PEMERIKSAAN BAKTERI AIR**
 Sampel berasal dari : **HABIB WATER** (SUMBER)
 Pemilik : **MUSTAKIM** Alamat : RT 01 MUARO PUGAN
 Petugas Pengambil sampel : **IVANAAMAK** KAB MUARO JAMBI

NO	DIAMBIL TGL JAM	KADAR MAKSIMAL YANG DIPERBOLEHKAN	SATUAN	HASIL UJI		KETERANGAN
				- Coliform	- Colitinja	
1	2	3	4	5	6	
1	30/07/2019 Jam 8:40 WIB	50	JUMLAH PER 100 ML	2	Memenuhi Syarat Sebagai Air Bersih	
	31/07/2019 Jam 9:15 WIB	50		2		

1 Hasil uji ini hanya berlaku untuk sampel yang diuji
 These analytical result are only valid for the tested sample

2 Laporan Hasil Uji ini terdiri dari satu Halaman
 These Report of Analysis consists One Page

3 Laporan Hasil Uji ini tidak boleh dipindai, kecuali secara lengkap dan seizin tertulis laboratorium Penguji
 Laboratorium Kesehatan Daerah Muaro Jambi

The Report of Analysis shall not be reproduced (copied) except for the completed one and with the written permission from testing laboratory Health Laboratory Distrik Muaro Jambi

Mengetahui
 Kepala UPTD LABKESDA

Sengul, 07 Agustus 2019
 PEMERIKSA

RD. MUSTOKA, SKM MPH
 NIP. 197202411994031004

MUSPANDIAK
 NIP. 198401222010011007

Gambar 5.2 kualitas air minum

Gambar di atas menunjukkan bahwa hasil bakteri air sudah memenuhi syarat sebagai air bersih dengan kadar 50, dengan satuan (2) hasil uji coliform dan colitinja dengan uji laboratorium Nomor 237/LHJ-BA/LAB-MJ/2019.

f. Pelayanan

Pelayanan yang baik adalah kunci utama dalam mempertahankan dan menarik pelanggan dalam bisnis apa pun, termasuk dalam bisnis depot air minum isi ulang seperti Habib Water. Beberapa poin penting tentang pelayanan yang diberikan oleh depot air minum isi ulang Habib Water adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Pelayanan dan Komunikasi

Penting bagi pengusaha untuk memiliki kemampuan pelayanan yang baik, seperti ramah, responsif, dan membantu pelanggan dengan sepenuh hati. Komunikasi yang efektif sangat penting untuk memastikan pelanggan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan merasa dihargai.

2. Jenis Pelayanan

Pembelian langsung di tempat pelanggan dapat datang langsung ke depot untuk membeli air minum. Ini memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan memastikan mereka puas dengan produk dan layanan yang diberikan serta menawarkan layanan pengantaran galon ke rumah pelanggan memberikan kenyamanan ekstra, terutama bagi mereka yang sibuk atau tidak memiliki transportasi yang memadai.

Dengan memperhatikan aspek-aspek ini, Depot Air Minum Isi Ulang Habib Water dapat membangun reputasi yang baik dan mendapatkan kepercayaan serta kesetiaan dari pelanggan. Pelayanan yang baik, kualitas produk yang terjamin, dan kepatuhan terhadap prinsip kehalalan akan membuat pelanggan merasa aman dan nyaman menggunakan produk ini secara berkelanjutan.

2. Harga

Penetapan harga yang adil dan kompetitif adalah faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan dalam bisnis depot air minum isi ulang seperti Habib Water. Dalam konteks ini, penetapan harga Rp. 4000-5000

per galon oleh Habib Water mengikuti prinsip-prinsip yang adil dan berorientasi pada nilai yang diberikan kepada konsumen. Habib Water dapat terus menarik dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang seperti yang kita ketahui harga merupakan jumlah nilai yang diberikan seorang pembeli untuk mempunyai, mengonsumsi, menggunakan dan mendapatkan keuntungan/kelebihan dari produk dan jasa (Qudus, 2022). Hal ini dibuktikan dengan informasi yang didapatkan dari beberapa konsumen yang menyebutkan bahwa produk air minum yang dipromosikan oleh depot air minum isi ulang habib water memiliki kualitas yang bersih, tidak berbau, dan airnya segar dan dalam menetapkan harga depot air minum isi ulang habib water berpedoman pada harga Rp. 4000-5000 (S3, B 9-10) (S4, B 11-12) (S5, B 8-9) (S6, B 15-16). dengan penetapan harga yang mengikuti pasar depot air minum isi ulang habib water ini tetap mampu menarik konsumen walaupun tidak dapat dipungkiri depot air minum sudah sangat banyak, penetapan harga dari depot air minum isi ulang habib water. Dalam pandangan Islam, penetapan sebuah harga bertumpu pada nilai, seperti yang dijelaskan pada hadis yang artinya:

Rasulullah SAW bersabda” Penjual dan pembeli mempunyai hak khiyar (memilih untuk melanjutkan transaksi atau tidak) selama mereka belum berpisah, jika keduanya jujur dan menjelaskan keadaan barangnya, maka transaksi mereka akan diberkahi, tetapi jika mereka menyembunyikan dan berbohong, maka keberkahan transaksi itu akan dihapus.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Pentingnya keadilan dan kejujuran dalam penentuan harga dan transaksi ekonomi. Harga yang ditawarkan pada depot air minum isi ulang habib water ini sudah tergolong murah dengan melihat proses produksinya, tidak ada penggandaan keuntungan secara berlebihan.

3. Promosi

Promosi merupakan salah satu jenis komunikasi yang sering dipakai oleh pemasar, sebagai salah satu elemen bauran promosi (Suminto, 2020). Oleh karenanya, diperlukan strategi yang tepat untuk memperkenalkan merek atau logo yang jelas, menarik, dan kreatif dalam mengajak konsumen untuk bisa membeli produk depot air minum isi ulang.

Hadis terlihat dari nasihat beliau kepada seorang laki-laki yang merasa tertipu dalam jual beli. Nabi Muhammad SAW menyarankan agar dalam setiap transaksi, pelaku usaha mengingatkan mitra transaksinya dengan mengatakan, "Tidak boleh menipu!" yang diriwayatkan oleh:” Ibnu Umar dalam Sahih Bukhari menyatakan bahwa Nabi Muhammad SAW melarang adanya penipuan dalam transaksi jual beli.

Ajaran ini sangat relevan dalam konteks promosi produk atau jasa, termasuk dalam industri depot air minum isi ulang seperti Habib Water. Dalam promosi, penting untuk memberikan informasi yang jujur dan akurat tentang produk, baik dari segi kebersihan, kualitas, maupun harga. Informasi yang dilebih-lebihkan atau tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya dapat merugikan konsumen dan bertentangan dengan prinsip yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW. Dengan menerapkan prinsip kejujuran dalam promosi dan penyampaian informasi, Depot Habib Water memastikan bahwa konsumennya mendapatkan produk sesuai dengan ekspektasi mereka, tanpa ada kecurangan atau penipuan. Ini tidak hanya sejalan dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut.

Tabel 5.1 Kupon Habib Water

Kupon	Hadiah
10 kupon	1 X gratis isi ulang
50 kupon	Mangkok nasi
90 kupon	1/2 lusin gelas
100 kupon	1/2 lusin piring
250 kupon	1 dispenser

Sumber: Wawancara pengelola Depot Habib Water

Hal ini ternyata membuahkan hasil, berdasarkan penuturan para konsumen yang menjadi pelanggan di depot air minum Habib Water yang rata-rata adalah ibu rumah tangga selain itu mahasiswa kost-kostan dan yang lainnya mengatakan sangat senang dengan adanya kupon (S3, B 15-16) (S4, B 17-18) (S5, B 14-15) (S6, B 17-18) (S7, B 18-19), upaya lain yang dilakukan oleh pihak

depot dalam menarik minat konsumen dan mempertahankan pelanggan adalah memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan. Baik itu pelayanan pada saat konsumen mencari informasi sampai kepada menjadi pelanggan tetap. Pihak depot juga memberikan pelayanan antar jemput kepada pelanggannya ketika melakukan pengisian ulang air minum tanpa menambah biaya transportasinya, artinya setiap pelanggan yang memesan air minum isi ulang galon dengan cara via telepon atau via wa, maka pihak depot akan datang kerumah konsumen tersebut untuk mengambil galon kosong yang kemudian akan di isi dengan air minum dan akan diantarkan kembali kerumah konsumen.

4. Tempat

Tempat (Place) dalam konteks peningkatan sering kali dikaitkan dengan lokasi di mana produk akan dipasarkan dan dijual. Tempat ini mencakup berbagai kegiatan distribusi yang memastikan produk tersedia bagi konsumen. Menurut Hasan (2014), tempat adalah salah satu elemen penting dalam pemasaran yang melibatkan tindakan perantara pemasaran untuk memasarkan produk sehingga produk tersebut dapat tersedia untuk dikonsumsi. Tempat produksi depot air minum isi ulang habib water ber alamat di Di Perumahan Heloconia, Desa Sungai Duren RT 10 yang menjadi pusat usaha, dan juga tempatnya sangat strategis yang berada di tepi jalan raya, berdasarkan penuturan pemilik depot (S1, B 22-23). Produk depot air minum isi ulang habib water sudah menjual di Perumahan Heloconia, Perumahan Laguna, Perumahan Tahfiz, Perumahan Nirwana, Perumahan Gemilang, Perumahan Perumnas, Perumahan Amanah, Perumahan Bumi Sungai Duren, Perumahan Madani, dan sekitar Mendalo. Proses transaksi yang dilakukan depot air minum isi ulang habib water beragam mulai dari pembelian ditepat, dan langsung mengantar ketempat.

5.3 Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Air Galon Habib Water Dalam Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk memahami Kekuatan (Strengths), Kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats) yang dihadapi oleh sebuah organisasi atau perusahaan.

1. Kekuatan (Strenght)

a. Memberikan pinjaman galon kepada konsumen.

Didalam usaha salah satunya depot habib water ada nya peminjaman galon kepada konsumen adalah salah satu cara untuk mereka menarik pelanggan Semakin tertarik konsumen maka semakin mereka berlangganan di depot habib water.

b. Kualitas produk air minum yang di hasilkan baik, tidak berbau, bersih dan sudah mendapatkan izin usaha dari dinas kesehatan.

Perizinan usaha atau surat izin usaha ini sendiri memiliki peran yang penting dalam membangun suatu usaha, mempunyai izin usaha akan memberikan berbagai dampak yang baik bagi pengusaha, manfaat lain yang bisa menjadi alasan kuat kenapa izin usaha sangat penting adalah membantu meningkatkan kredibilitas pengusaha, jika pengusaha memiliki kredibiltas yang baik, otomatis masyarakat tidak akan ragu menggunakan produk yang akan ditawarkan.

c. Lokasi yang strategis

Strategi memberikan diskon dan promosi khusus pada hari-hari penting Islam, seperti bulan Ramadan, Idul Fitri, dan Idul Adha, adalah upaya untuk menarik pelanggan. Hal ini juga membantu depot dalam mendorong peningkatan penjualan, meningkatkan kesadaran dan promosi serta menciptakan citra positif. Dengan demikian, memberikan diskon dan promosi khusus pada hari-hari penting Islam merupakan strategi yang dapat memberikan manfaat besar bagi pengusaha baik dari segi pemasaran maupun hubungan dengan konsumen.

d. Pelayanan dalam proses penjualan produk baik dan ramah.

Dalam berbisnis apapun yang berhubungan dengan layanan dan produk pengusaha perlu memperhatikan pelayanan pada pelanggan. Dalam melayani pelanggan pengusaha harus memberikan pelanggan yang terbaik untuk menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan itu sebabnya bagian pelayanan ini penting untuk diperhatikan, salah satunya kita harus ramah terhadap pelanggan.

e. Brand name yang digunakan kuat karena depot ini menggunakan nama sendiri dan logo sendiri.

Didalam usaha pentingnya menggunakan logo dan merek sebagai pengenalan dari sebuah usaha sehingga keberadaannya harus dilindungi secara hukum oleh pemilik nya, logo memiliki fungsi untuk menggambarkan identitas suatu produk, untuk memberikan informasi, kontrol dan pengawasan hingga menjadi sarana promosi agar masyarakat bisa mengenal dan, mengingat identitas dari suatu produk.

2. Kelemahan (Weaknesses)

a. Kurangnya karyawan

Kurangnya karyawan mengacu pada situasi dimana jumlah karyawan yang tersedia tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan pengusaha terutama pada depot habib water, karean adanya ketidak jujuran dalam menjadi karyawan, yang membuat mereka sangat susah untuk mencari karyawan.

b. Sistem pembayaran masih manual

Di era yang serba digital saat ini banyak sekali manfaat yang bisa kita rasakan dengan terus berkembangnya teknologi informasi melihat kemajuan tersebut seharusnya bisa memberikan banyak manfaat dalam berwirausaha, dimana dengan memanfaatkan teknologi maka ragam aktivitas atau transaksi bisa lebih terkelola secara maksimal. Meskipun demikian masih banyak usaha masih menggunakan secara manual dalam membayarkan terutama pada Depot Habib Water, sehingga pembayaran manual masih sangat tidak efisien dari segi kenyamanan, karena banyak membutuhkan banyak waktu dan tenaga dan sangat rentan sekali terjadi kesalahan pada saat pencatatan sehingga merugikan pengusaha. Solusinya sebaiknya proses pembayaran bisa dilakukan secara online bisa melalui dana, e money, Qris dan lain lain.

3. Peluang (Opportunities)

a. Memberikan kesempatan pelanggan untuk menjadi reseller.

Menjadi seorang reseller dapat memberikan kesempatan untuk reseller menjual kembali produk yang telah di beli dari produsen ke pelanggan, dengan adanya reseller yang berdedikasi pengusaha dapat mencapai pasar yang lebih luas dan memperoleh penjualan yang lebih tinggi, selain itu melaui jaringan reseller

pengusaha dapat mengurangi biaya pemasaran dan penjualan karena reseller akan berpera aktif dalam memasarkan produk ke konsumen.

b. Citra positif di mata konsumen dan masyarakat.

Dengan terbentuknya citra positif di mata konsumen dan masyarakat, hal ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap pengusaha. Kepercayaan pelanggan juga akan meningkat, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan keberlanjutan usaha. Citra baik tidak hanya menarik pelanggan baru tetapi juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada, yang merupakan aset berharga bagi setiap bisnis.

c. Segmen pasar sangat luas

Segmen pasar menjadi target penjualan untuk produk, segmentasi pasar sendiri merupakan strategi pengusaha untuk mengetahui target konsumen dengan lebih baik sehingga bisnis yang dijalankan dapat membawa hasil yang optimal

d. Usaha yang menguntungkan dan mudah dijalani

Usaha yang menguntungkan sering mengacu pada berbagai upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu secara maksimal, terutama dalam meraih keuntungan besar bagi perseorangan atau kelompok. Ada banyak jenis usaha yang dianggap menghasilkan keuntungan besar dan mudah dijalani. Salah satunya adalah usaha depot air minum, yang saat ini sedang marak di kalangan masyarakat. Usaha ini relatif mudah dijalankan dan memiliki potensi keuntungan yang signifikan karena kebutuhan akan air minum bersih dan terjangkau selalu tinggi.

4. Ancaman (Theats)

a. Persaingan harga

Semua pengusaha pasti berlomba-lomba mendapatkan hati konsumen, salah satunya dengan menurunkan harga, banyak bisnis yang merasa bahwa jika menurunkan harga, otomatis akan lebih banyak konsumen membeli. Dengan menawarkan harga yang lebih murah, akan ada banyak konsumen.

b. Pencemaran pada sumber mata air karena campur tangan manusia.

Pencemaran air dapat diartikan sebagai masuknya suatu makhluk hidup, zat cair, padat, energi atau komponen lain kedalam air sehingga kualitas air menjadi

turun sampai ketinggian tertentu yang menyebabkan air tidak berfungsi sesuai dengan kegunaannya, tercemarnya suatu air dapat terjadi secara alami atau disebabkan oleh alam maupun adanya campur tangan manusia, pencemaran yang terjadi pada depot hamparan air akibat campur tangan manusia disebabkan oleh sebagian sampah, air yang kotor yang menyebabkan pencemaran.

c. Adanya konsumen yang berhutang

Konsumen yang berhutang adalah individu atau entitas yang meminjam uang atau membeli barang dan jasa dengan cara berhutang. Hal ini berarti belum membayar penuh jumlah yang harus dibayar, adanya konsumen yang berhutang mencerminkan kemampuan mereka untuk mendapatkan barang dan jasa, namun mereka juga memiliki kewajiban untuk membayar kembali hutang tersebut dengan persyaratan yang telah disepakati.

Tabel 5.2 Matriks SWOT Pada Depot Air Minum Isi Ulang Habib Water

	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Internal	a. Memberikan pinjaman galon kepada konsumen. b. Kualitas produk air minum yang di hasilkan baik, tidak berbau, segar dan sudah mendapatkan izin usaha dari dinas kesehatan. c. Lokasi yang strategis. d. Brand name yang digunakan kuat karena depot ini menggunakan nama sendiri dan logo sendiri. e. Pelayanan dalam proses penjualan produk baik dan ramah.	a. Kurangnya karyawan b. Sistem pembayaran masih manual
Eksternal		
Peluang (O)	S-O Strategi	W-O Strategi
a. Memberikan kesempatan masyarakat untuk menjadi reseller. b. Citra positif di mata konsumen dan masyarakat. c. Segmen pasar sangat luas. d. Usaha yang menguntungkan dan mudah dijalani.	a. Memperbanyak kerja sama dengan reseller. b. Mempertahankan kualitas produk agar tetap memiliki citra positif dan loyalitas dari konsumen. c. Memberikan diskon dan promo khusus misalnya dihari-hari penting pada bulan Ramadhan, idul fitri, untuk menarik lebih minat konsumen. d. Gencar mempromosikan nama brand dan branding secara meluas, terutama di	a. Menambahkan karyawan. b. Bisa melakukan pembayaran melalui dana, e-money, Qris dll.

	sosial media, dan berusaha mempertahankan citra baik brand dalam pandangan masyarakat luas. e. Mempertahankan sikap sopan dan santun kepada pelanggan baik muslim dan non muslim.	
Ancaman (T)	S-T Strategi	W-T Strategi
a. Persaingan harga b. Pencemaran pada sumber mata air karena campur tangan manusia. c. Adanya konsumen yang berhutang.	a. Megutamakan pelayanan antar jemput galon. b. Meningkatkan keamanan pada sumber air agar kualitas air terjaga. c. Memperkuat system pengelolaan hutang dengan menggunakan teknologi dan system yang efektif untuk menagih hutang dan memantau pembayaran.	a. Mengadakan promosi kupon berhadiah bagi pelanggan. b. Membuat sumur untuk air galon yang proper, seperti tidak dekat dengan got pembuangan air, dan jauh dari sapiteng, sehingga kecil kemungkinan untuk tercemar. c. Meningkatkan pengelolaan keuangan dengan cara mengembangkan kebijakan pembayaran yang lebih ketat.

Berdasarkan matriks SWOT pada tabel 5.1 dihasilkan empat strategis yang dapat digunakan yaitu:

1) Strategi SO (Strenght and opportunity)

Strategi SO digunakan untuk mendapatkan dan memanfaatkan peluang suatu usaha yang ada dengan memaksimalkan kekuatan internal sebuah perusahaan. Strategi SO dalam penelitian yaitu:

- a. Memperbanyak kerja sama dengan reseller.

Salah satu cara agar usaha kita cepat tumbuh adalah dengan bekerja sama dengan reseller. Reseller memiliki peran penting untuk ikut memajukan sebuah bisnis dengan adanya reseller, sebuah produk bisa dikenal secara luas oleh masyarakat sehingga berpotensi meningkatkan jumlah penjualan.

- b. Mempertahankan kualitas produk agar tetap memiliki citra positif dan loyalitas dari konsumen.

Mempertahankan kualitas produk agar tetap memiliki citra positif dan loyalitas dari konsumen pastikan produk atau layanan yang ditawarkan memiliki kualitas yang sangat baik, kepuasan pelanggan menjadi salah satu faktor terpenting dalam membangun citra yang positif.

- c. Memberikan diskon dan promo khusus misalnya dihari-hari penting pada bulan Ramadhan, idul fitri, untuk menarik lebih minat konsumen.

Strategi memberikan diskon dan promosi khusus pada hari-hari penting Islam, seperti bulan Ramadan, Idul Fitri, dan Idul Adha, adalah upaya untuk menarik pelanggan. Hal ini juga membantu depot habib water dalam meningkatkan penjualan, meningkatkan kesadaran dan promosi serta menciptakan citra positif. Dengan demikian, memberikan diskon dan promosi khusus pada hari-hari penting Islam merupakan strategi yang dapat memberikan manfaat besar bagi pengusaha, baik dari segi pemasaran maupun hubungan dengan konsumen.

- d. Gencar mempromosikan nama brand dan branding secara meluas, terutama di sosial media, dan berusaha mempertahankan citra baik brand dalam pandangan masyarakat luas.
- e. Mempertahankan sikap sopan dan santun kepada pelanggan baik muslim dan non muslim.

Dalam berbisnis apapun yang berhubungan dengan layanan dan produk pengusaha perlu memperhatikan pelayanan pada pelanggan. Dalam melayani pelanggan pengusaha harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan itu sebabnya bagian pelayanan ini penting untuk

diperhatikan, salah satunya kita harus ramah, sopan dan santun terhadap pelanggan.

2) Strategi WO (Weaknesess and Opportunity)

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki dan membenahi suatu kelemahan dalam sebuah perusahaan agar dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini meliputi:

a. Segera menambahkan karyawan

Ada nya penambahan karyawan pengusaha ingin lebih maksimal lagi dan meningkatkan pendapatan, dengan ada nya penambahan karyawan.

b. Bisa melakukan pembayaran melalui dana, e money, Qris dan lain lain.

Dengan menggunakan pembayaran melalui dana, e money dan Qris, akan mempermudah dalam setiap pembayaran.

3) Strategis ST (Strength and threats)

Strategi ST (Strength-Threat) bertujuan untuk meminimalisir ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dengan memanfaatkan kekuatan internal pengusaha.

a. Mengutamakan pelayanan antar jemput galon.

Didalam usaha sangat mmbutuhkan pelayanan antar jemput air galon membuat pelanggan merasah mudah, tidak perlu mengantar dan menjemput ke tempat, tetapi bisa langsung chat via wa, dan telpon.

b. Meningkatkan keamanan pada sumber air agar kualitas air terjaga.

Kualitas air sering menjadi standar ukuran bagi kehidupan dan kondisi kesehatan lingkungan disekitar. Kita harus tetap menjaga kualitas air karena air memiliki pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Kita dapat mnjaga kualitas air dengan cara rutin melakukan upaya pembersihan sumber air.

c. Memperkuat sistem pengelolaan hutang dengan menggunakan teknologi dan sistem yang efektif untuk menagih hutang dan memantau pembayaran.

Dengan memadukan teknologi dan system yang efektif, proses pengelolaan hutang dapat menjadi lebih efisien, mengurangi risiko keterlambatan pembayaran.

4) Strategi WT (Weakness and threat)

Strategi WT adalah strategi yang digunakan untuk memperbaiki kelemahan pada sebuah perusahaan untuk meminimalisir ancaman dari luar perusahaan. Strategi ini merupakan strategi bertahan dalam persaingan. Strategi WT yang dapat diterapkan yaitu:

a. Mengadakan promosi berhadiah bagi pelanggan

Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara pengusaha dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan oleh depot habib water promosi memang merupakan alat yang digunakan untuk meningkatkan penjualan, yang bersifat memberikan pemahaman kepada pelanggan akan hal yang baru. Zaman sekarang untuk mempromosikan suatu produk, banyak menggunakan kupon salah satunya pada depot habib water.

b. Membuat sumur untuk air galon yang proper, seperti tidak dekat dengan got pembuangan air, dan jauh dari sapiteng, sehingga kecil kemungkinan untuk tercemar.

c. Meningkatkan pengelolaan keuangan dengan cara mengembangkan kebijakan pembayaran yang lebih ketat.

Meningkatkan pengelolaan keuangan dengan cara mengembangkan kebijakan pembayaran yang lebih ketat berarti membuat aturan dan prosedur yang lebih disiplin terkait pembayaran untuk mengelola keuangan, dengan kebijakan ini, perusahaan dapat mengurangi risiko hutang.