

---

## ANALISIS KUALITAS PRODUK MINUMAN SARI BUAH APEL DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (STUDI PADA PT. BATU BHUMI SURYATAMA)

**Nindi Agustin Erlinda Suyitno, Siti Saroh, Ratna Nikin Hardati**

*Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Admiministrasi, Universitas Islam Malang,  
Jl.MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
LPPM Universitas Islam Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia  
E-mail: na186895@gmail.com*

### ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 7 dimensi kualitas produk dalam menghadapi persaingan yaitu: Kualitas pada produk yang benar-benar dijaga ke higienisannya dan telah mendapatkan ISO, jadi mulai awal proses pembuatan sampai pengemasan akhir semuanya melalui pantauan. Daya tahan pada produk dapat bertahan selama 12 bulan setelah pembuatan produk. Kesesuaian dengan spesifikasi dari perusahaan terhadap produk adalah kualiti kontrol yang tinggi, menjaga produk supaya tetap dalam keadaan baik ketika diberikan kepada konsumen. Fitur pada produk minuman sari buah apel Flamboyan sudah mengikuti standart yang ada, yang dapat menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Reliabilitas pada produk ini selalu mengontrol apakah ada kecacatan atau kerusakan pada produk, dimana tingkat kecacatan atau kerusakan adalah rendah, jadi produk ini dapat diandalkan oleh konsumen. Estetika pada produk ini selain dari kemasannya, warna minuman dari produk minuman sari buah apel ini terlihat bersih dan higienis, dapat juga dari pelabelan atau sealcup pada produk. Kesan kualitas dimana perusahaan telah berusaha menjaga kesan dari kualitas produk yang dihasilkannya.

**Kata Kunci:** Analisis Kualitas Produk Dalam Menghadapi Persaingan

### ABSTRACT

The results show that there are 7 dimensions of product quality in the face of competition, namely: The quality of products that are truly hygienic and have obtained ISO, so starting from the beginning of the manufacturing process until the final packaging is all through monitoring. Durability in the product can last by consumers for 12 months after making the product. Conformity with the specifications of the company to the product is high quality control, keeping the product in good condition when given to consumers. Features in Flamboyan's apple juice beverage products have followed the existing standards, which can increase consumer interest in the product. Reliability in this product always controls whether there is a defect or damage to the product, where the level of disability or damage is low, so this product can be relied on by consumers. The aesthetics of this product apart from the packaging, the color of the drink from the apple juice beverage product looks clean and hygienic, it can also be from labeling or sealcup to the product. Impression of quality where the company has tried to maintain the impression of the quality of the products it produces.

**Keywords:** Product Quality Analysis in the Face of Competition

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini buah apel merupakan salah satu buah yang sangat populer dan banyak dikonsumsi oleh masyarakat luas. Buah apel adalah salah satu buah yang sangat

berguna bagi kesehatan tubuh manusia. Biasanya ciri-ciri buah apel yang masak atau siap dimakan itu kulitnya yang berwarna merah, namun bisa juga kulitnya yang berwarna hijau atau kuning. Apel yang mempunyai beragam warna kulit buahnya tersebut, sama pula dengan beragam

manfaat berkualitas tinggi yang berimplikasi pada kesehatan tubuh bagi masyarakat yang mengkonsumsinya. Sebenarnya sejak zaman romawi, apel sudah diyakini manfaatnya yang salah satunya mampu memperlancar pencernaan karena terdapat asam traktat yang bisa menghambat pertumbuhan penyakit yang disebabkan oleh bakteri dalam saluran pencernaan. Buah apel dalam bahasa Latin disebut dengan nama (*Malus Domestica Borkh*). Permulaan penanaman buah apel dilakukan oleh Negara Asia Tengah, dan kini apel berkembang di banyak daerah di dunia yang suhu udaranya lebih dingin.

Seiring dengan perkembangan zaman, petani mulai berinovasi terhadap buah apel, salah satunya dengan melalui olahan produk buah apel. Buah apel yang awalnya hanya dikonsumsi secara buah utuh, saat ini masyarakat bisa menikmati dengan bentuk yang berbeda, seperti keripik apel, pie apel, salad buah apel, apel strudel, apel *crumble*, apel goreng, sambel apel, cuka apel dan sari buah dalam bentuk minuman. Saat ini yang lebih banyak digemari oleh masyarakat dari berbagai macam olahan buah apel yaitu minuman sari buah apel. Seperti adanya olahan buah apel ini, pengusaha dapat memiliki peluang lebih banyak untuk mengelola buah apel menjadi minuman sari buah. Sari buah merupakan salah satu minuman penyegar bagi konsumen. Sari buah yang berkualitas harus didukung dengan pemilihan buah yang tepat yaitu buah apel yang masak optimal karena pada fase ini buah apel memiliki kandungan gula yang tinggi.

Salah satu daerah penghasil buah apel di Indonesia yaitu di Kota Batu Jawa Timur, yang dikenal atau mendapat julukan sebagai Kota Apel, hal ini dikarenakan suhu udara di kota tersebut terbilang sejuk. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Jawa Timur tidak lengkap rasanya apabila tidak mengunjungi kota wisata tersebut. Kota Batu sendiri terdapat banyak perusahaan yang menekuni bidang produksi minuman sari buah apel. Salah satu perusahaan yang berhasil mengolah buah apel utuh menjadi minuman sari buah apel yang berada di Kota Batu adalah PT. Batu Bhumi Suryatama dengan minuman sari buah apel merek "Flamboyan", yang merupakan perusahaan usaha menengah keatas. PT. Batu Bhumi Suryatama yang berdiri sejak tahun 2006 sudah menekuni bidang produksi minuman sari buah yang menciptakan satu varian rasa yaitu sari buah apel. Meskipun dengan adanya satu varian rasa yang dimiliki, PT. Batu Bhumi Suryatama

telah pernah mencoba menciptakan varian rasa lain yaitu jambu tetapi dalam proses pembuatannya masih terdapat masalah yang belum ditemukan solusinya dan masih terus dalam tahap penelitian. Tetapi dengan adanya hal tersebut PT. Batu Bhumi Suryatama tetap dapat bertahan hingga saat ini karena salah satu strateginya adalah berupaya memperhatikan kualitas produk yang baik untuk produknya dan tetap memegang konsistensi kualitas buah apel yang masih segar dengan hasil yang menyehatkan bagi para pengonsumsi minuman tersebut.

Salah satu keberhasilan dari perusahaan yang menghasilkan suatu produk adalah dengan menjaga kualitas yang baik sehingga akan menambah nilai produk untuk masyarakat. Kualitas dari suatu produk telah menjadi tantangan yang serius yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Perusahaan juga dituntut untuk mampu melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen dengan memperhatikan standar-standar mutu dan kualitas yang baik. Bila kualitas produk melebihi harapan konsumen, maka akan semakin tinggi pula tingkat permintaannya, dengan kata lain kualitas produk ialah produk yang ditawarkan mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk dari perusahaan sejenis atau pesaing. Menurut Kotler dan Keller, bahwa kualitas produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan, durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, dan atribut produk lainnya. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat kita ketahui bahwa kualitas produk sangat penting bagi perusahaan karena terdapat fungsi dan kemudahan dalam mempertahankan produk dari perusahaan pesaing.

Persaingan dilakukan oleh para penjual yang sama-sama berusaha mendapatkan keuntungan dengan cara mengungguli baik dari segi harga, distribusi maupun produk. Menurut Kuncoro persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat "memperoleh pesanan" dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Berdasarkan teori tersebut dapat kita ketahui bahwa persaingan terjadi antara dua perusahaan yang sama-sama ingin memperoleh keuntungan dengan strateginya masing-masing, oleh karena itu PT. Batu Bhumi Suryatama selain salah satu strategi yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu dari segi "kualitas" produk yang dihasilkan, PT. Batu Bhumi Suryatama juga memiliki konsep baru yaitu wisata edukasi dengan segmen pasar lembaga pendidikan yang dimulai

dari TK (Taman Kanak-Kanak), sekolah SD,SMP, SMK atau sederajat sampai Universitas dan pondok pesantren, dari konsep baru tersebut perusahaan memiliki keuntungan diantaranya yang pertama, pengunjung yang masuk dapat mengenal produk minuman sari buah apel Flamboyan, kedua pengunjung dapat mengetahui proses pembuatan minuman sari buah apel, ketiga pengunjung dapat merasakan minuman sari buah apel Flamboyan, dan yang keempat pengunjung pada akhirnya akan membeli produk minuman sari buah apel Flamboyan.

Adanya hal tersebut perusahaan telah menciptakan keunggulan untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, jika tidak adanya usaha untuk menghadapi para pesaing maka sudah dipastikan perusahaan mungkin akan bangkrut. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ini mengambil judul “**Analisis Kualitas Produk Minuman Sari Buah Apel Dalam Menghadapi Persaingan**” (Studi pada PT. Batu Bhumi Suryatama).

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kualitas produk minuman sari buah apel dalam menghadapi persaingan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Kualitas**

Menurut Direktur G.E., John F. Welch, Jr: “Kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng.”

### **Pengertian Produk**

Menurut Tjiptono bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Secara konseptual, produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang

dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan dan jaminan.

### **Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller, bahwa kualitas produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan, durabilitas, reliabilitas, ketetapan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, dan atribut produk lainnya.

### **Pengertian Persaingan**

Menurut Kotler dan Keller persaingan mencakup semua penawaran dan produk substitusi yang ditawarkan oleh pesaing, baik yang aktual maupun yang potensial yang mungkin dipertimbangkan oleh seorang pembeli, sementara menurut Kuncoro persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif yaitu jenis penelitian dengan mengumpulkan data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka yang bertujuan untuk menyajikan kesimpulan dalam bentuk uraian atau kalimat tanpa menggunakan perhitungan statistik atau hanya akan mencari dan mengumpulkan data untuk memperoleh suatu gambaran mengenai kualitas produk di PT. Batu Bhumi Suryatama. Teknik pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dokumentasi Teknik Analisis Data Reduksi Data (*Data Reduction*), Penyajian Data (*Data Display*), *Conclusion Drawing / Verification*. Keabsahan hasil penelitian merupakan konsep penting yang harus dilakukan, keabsahan yang digunakan adalah triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

## **GAMBARAN PENELITIAN**

### **Kondisi Geografis**

PT. Batu Bhumi Suryatama terletak di area pegunungan Kota Batu dengan jarak 0,5 Km dari pusat kota. Lebih

## **SETTING**

tepatnya berada di Jalan Diran No. 37, RT. 004/RW.001 Kelurahan Sisir, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur, Indonesia. Kota Batu terletak sekitar 19 Km dari Kota Malang dan berada pada ketinggian antara 680-1700 m diatas permukaan laut, yang sudah terkenal sejak jaman dahulu sebagai kota tujuan wisata. Perusahaan yang berada pada ketinggian tersebut dapat mempermudah dalam pengembangan suatu produk dan mudahnya memperoleh air dalam jumlah yang cukup besar dan berkualitas, membuat suatu hasil produksi dan kebersihan yang terjaga dengan baik. Luas lahan pada PT. Batu Bhumi Suryatama  $\pm 1350 m^2$ . Adapun beberapa faktor yang melandasi pemilihan lokasi perusahaan yaitu lingkungan masyarakat, sumber daya alam, sumber tenaga kerja, transportasi

#### Visi PT. Batu Bhumi Suryatama

- a. Terbaik untuk pelanggan  
Rasa berkualitas dan terjamin keasliannya, penampilan kemasan elegan, kontrol kualitas yang tinggi, proses yang higienis, harga yang kompetitif, pelayanan profesional dan berdedikasi, pengiriman tepat waktu, hubungan jangka panjang, dan penuh rasa kekeluargaan.
- b. Terbaik untuk karyawan  
Tempat kerja yang bersih dan nyaman, suasana kerja yang penuh kekeluargaan, rasa persatuan (*team work*) yang kuat, kesempatan untuk tumbuh dalam pengalaman dan keterampilan, kesejahteraan yang cukup bagi karyawan, dan kedisiplinan tinggi.
- c. Terbaik untuk *supplier*  
Tepat waktu dalam pembayaran, hubungan yang saling menguntungkan, komunikasi yang terjaga dengan baik, dan profesionalisme yang tinggi.

#### Misi PT. Batu Bhumi Suryatama

- a. Menjadi produsen minuman kemasan yang mengutamakan rasa dan kepuasan pelanggan.
- b. Membantu meningkatkan kesehatan manusia, karena minuman ini terbuat dari buah apel asli

### TEMUAN-TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Praktek Lapangan Proses Produksi

Hasil penelitian mengenai proses produksi minuman sari buah apel Flamboyan PT. Batu Bhumi Suryatama. Berikut ini penjelasan selama proses produksi mulai dari penyiapan bahan baku sampai proses akhir minuman Sari Buah Apel Flamboyan PT. Batu Bhumi Suryatama, bahan baku utama apel manalagi. Bahan penunjang gula, air, asam sitrat, asam malat, esens, karamel, natrium benzoate. Bahan pengemulsi, *seal cup*, kardus. Bahan Bakargas LPG. Proses Produksi penyiapan bahan, pencucian, penghancuran (*juicing*), pemasakan, pengadukan, proses *screen*, pencampuran (*mixing*), perebusan, *filling* dan *sealing*, pendinginan, *packaging* akhir, penyimpanan

#### Kualitas Produk Minuman Sari Buah Apel Flamboyan

Kualitas produk sangatlah penting bagi PT. Batu Bhumi Suryatama karena ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang baik, maka telah membangun fondasi untuk menciptakan kepuasan bagi para konsumen atau pelanggan karena kualitas telah menjadi harapan dan impian bagi konsumen atau pelanggan yang akan mengkonsumsi suatu produk makanan atau minuman. Pemilik perusahaan PT. Batu Bhumi Suryatama berusaha dalam mempertahankan konsumen atau pelanggan dengan memberikan kualitas produk bertujuan untuk menghadapi pesaing.

Sebagaimana yang telah diungkapkan pada (Fandy Tjiptono, 2008) bahwa ada beberapa dimensi kualitas produk yang antara lainnya berupa kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), *conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi), *features* (fitur),

*reliability* (reliabilitas), *esthetic* (estetika), *perceived quality* (kesan kualitas).

#### 1. *Performance* (kinerja)

Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan temuan di lapangan tentang produksi minuman sari buah apel di PT. Batu Bhumi Suryatama, dimana produk tersebut sangatlah diperhatikan dari segi kualitas produknya mulai dari penyiapan bahan baku, proses pembuatan produk sampai *packaging* akhir. Perusahaan dapat bersaing jika memiliki suatu keunggulan yang diberikan seperti strategi kualitas produk dimana kualitas atau mutu menentukan tingkat baik dan buruknya suatu produk dan membandingkan dengan produk lain yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. PT. Batu Bhumi Suryatama dengan produknya minuman sari buah apel “Flamboyan” yang selalu mengutamakan kualitas pada produknya, hal tersebut terbukti pada saat dalam proses pembuatan minuman sari buah apel yang menggunakan bahan baku asli seperti buah apel jenis manalagi, gula murni, air bersih. Selain dari bahan baku yang asli, untuk proses produksi minuman sari buah apel ini juga selalu diperhatikan dengan baik, seperti terlihat dari kualitas produknya, karena dalam proses produksinya menggunakan proses panas, supaya produk yang dihasilkan tersebut benar-benar matang. Produk minuman sari buah apel ini cukup banyak peminat dan digemari karena tidak menimbulkan serik setelah mengkonsumsinya karena komposisi dari awal pembuatan sampai sekarang ini masih sama, memakai gula asli, jus apel asli, kualiti kontrol yang tinggi dan tingkat kemanisan dari minuman ini adalah sedang dan juga rasanya segar. Produk minuman sari buah apel ini sudah ISO, jadi mulai dari bahan baku, proses pembuatan sampai pengemasan akhir semuanya melalui pantauan.

#### 2. *Durability* (daya tahan)

Yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan temuan di lapangan tentang daya tahan produk minuman sari buah apel di PT. Batu Bhumi Suryatama, setiap jenis produk memiliki daya tahan, dimana produk mempunyai

ketahanan berapa lama produk tersebut akan bertahan atau produk tersebut harus digantikan. Sama halnya seperti produk minuman sari buah apel Flamboyan yang memiliki kadaluarsa (*expired*), dimana produk bertahan selama 12 bulan setelah dibuatnya produk tersebut.

#### 3. *Conformance to specification* (kesesuaian dengan spesifikasi)

Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan temuan di lapangan tentang produk ini cukup banyak peminat dan digemari karena dari beberapa opini konsumen setelah minum sari buah apel Flamboyan tidak merasakan serik ditenggorokan atau batuk, karena komposisi dari awal pembuatan sampai sekarang ini masih sama, memakai gula asli, jus apel asli, kualiti kontrol yang tinggi dan tingkat kemanisan dari minuman ini adalah sedang dan juga rasanya segar.

Mengenai kecacatan pada produk, seperti di dalam setiap aktivitas produksi pasti ada beberapa kesalahan-kesalahan yang membuat produk yang seharusnya jadi menjadi tidak sempurna atau cacat. Sama halnya produk pada PT. Batu Bhumi Suryatama yang mengalami kecacatan produk atau tidak presisi sewaktu proses produksi terjadi, dimana terdapat kecacatan bentuk *cup*, kebocoran pada *sealcup* yang mengharuskan produk tersebut untuk tidak di campur dengan produk yang tidak mengalami kecacatan. Maka dari itu saat waktu produksi, ketika produk akan ke tahap pengemasan selalu mengecek apakah ada kebocoran cup, apakah ada bentuk cup yang rusak. Jika benar-benar dirasa tidak terdapat kerusakan pada produk, langsung produk minuman sari buah apel di masukkan ke dalam kardus sesuai dengan isi jumlah dari kardus kemasan. Untuk produk yang mengalami kecacatan akan disendirikan dan dapat dikonsumsi sendiri, sedangkan yang bocor akan dibuang.

#### 4. *Features* (Fitur)

Adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan data yang telah diperoleh tentang kemasan produk, sebagai produk minuman sari buah apel berkualitas baik yang mampu bersaing, perusahaan juga memperhatikan

kemasan untuk produknya. Kemasan produk minuman sari buah apel ini pernah mengalami perubahan bentuk, awal untuk kemasan cup yang digunakan adalah netto 200ml tetapi untuk saat ini sebagian besar kemasan untuk produk yang sejenis menggunakan cup yang berukuran 120ml, yang membedakan adalah design kemasan saja. Kemasan produk minuman sari buah apel “Flamboyan” berukuran 120ml dengan 2 jenis yaitu dalam 1 kardus ada yang berisikan 24cup dan 32cup.

##### 5. *Reliability* (reliabilitas)

Adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan data yang telah diperoleh, tingkat kecacatan produk minuman sari buah apel PT. Batu Bhumi Suryatama ini adalah rendah, jika memang ada produk yang mengalami kecacatan akan disendirikan dan dapat dikonsumsi sendiri, sedangkan yang bocor akan dibuang. Jika dalam proses pembuatan minuman sari buah mengalami kecacatan tidak boleh lebih dari 1% misalnya, jika dalam 1 reseponya menghasilkan 100dus yang masing-masing kardusnya berisikan 24cup, jadi untuk produk yang mengalami kerusakan tidak boleh lebih dari 24cup atau 1dus. Selama masih 1% perusahaan tidak mengalami kerugian. Jika kecacatan lebih dari 1% , maka kepala bidang produksi yang akan bertanggung jawab mengenai hal tersebut”

##### 6. *Esthetic* (estetika)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalkan model atau desain yang artistic, warna dan sebagainya. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan data yang telah diperoleh, produk minuman sari buah apel Flamboyandalam kemasannya atau dalam memberikan pelabelan terdapat informasi mengenai produk dan merupakan tanda pengenal dari produk tersebut, yakni pada sealcup produk terdapat nama merek minuman, komposisi bahan, label kehalalalan, netto, gambar buah apel yang merupakan loggo dari produk,kode kadaluarsa, nama perusahaan, no Depkes, penjelasan kandungan vitamin minuman sari buah apel. Selain dari pelabelan pada produk, warna dari minuman sari buah apel ini pun cukup menarik karna warnanya yang tidak keruh dan terlihat bersih. Sehingga dapat menjadi nilai

tambah daya tarik pada produk minuman sari buah apel Flamboyan.

##### 7. *Perceived Quality* (kesan kualitas)

Yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. (Tjiptono,2008).

Berdasarkan hasil di lapangan PT. Batu Bhumi Suryatama selama dalam proses produksi selalu melakukan pengecekan ulang terhadap produk jadi apakah ada kecacatan pada produk semisal apakah ada kebocoran produk, sealcup yang tidak sesuai dan cup yang mengalami kecacatan bentuk, hal tersebut dilakukan sebelum pengiriman produk kepada pelanggan. Serta dalam pengiriman barang, kurir akan disediakan kardus kosong yang fungsinya untuk mengganti jika ada kemasan yang rusak atau bocor selama dalam perjalanan.

## **Produk Dalam Menghadapi Persaingan**

Suatu perusahaan yang berkembang dan mengalami kemajuan akan selalu diiringi oleh perusahaan-perusahaan lain yang sama-sama ingin menuju kearah yang lebih baik, oleh karena itu setiap perusahaan tidak dapat menghindari jika adanya persaingan dari perusahaan lain. Seperti yang dijelaskan menurut (Kuncoro Mudrajad, 2005:85) persaingan adalah usaha-usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang masing-masing bergiat “memperoleh pesanan” dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Kemudian adapun sumber persaingan menurut (David W. Cravens, 1996:188) produk atau jasa yang menawarkan solusi untuk kebutuhan dan keinginan konsumen yang dituju oleh merek organisasi merupakan saingan perusahaan. Selain persaingan merek, juga terdapat persaingan antara jenis dan bentuk produk berusaha untuk memuaskan kebutuhan generik yang sama, persaingan juga terjadi antara kebutuhan yang bersifat generik (umum), akhirnya persaingan berbeda secara geografi dari pasar lokal hingga pasar global.

### 1. Persaingan Merek

Bentuk persaingan langsung banyak terjadi antara merek dari jenis dan bentuk produk yang sama di pasar. Merek akan saling bersaing secara keseluruhan atau bahkan pada segmen pasar tertentu dari jenis atau bentuk produk

tertentu. Pada struktur pasar yang kompleks, merek dari jenis produk yang berbeda dapat bersaing juga. (David W. Cravens, 1996:188).

Berdasarkan data yang telah diperoleh, saat ini di Kota Batu banyak perusahaan atau pengusaha yang menciptakan berbagai macam minuman salah satunya minuman sari buah apel, cukup banyaknya persaingan antar merek dari jenis dan bentuk produk sejenis tersebut maka untuk mengatasi hal itu PT. Batu Bhumi Suryatama memiliki salah satu strategi untuk dapat menghadapi para pesaing yakni dengan mengutamakan kualitas dari produk yang dihasilkannya. Meskipun begitu tidak menampik jika adanya pesaing utama dari PT. Batu Bhumi Suryatama yaitu adalah Kusuma Agrowisata dengan mereknya "SIPLAH". Produk tersebut dari segi jumlah atau kuantitas sangat banyak dan pendistribusian juga lebih luas, untuk harga juga lebih murah. Tetapi nilai plus dari produk minuman sari buah apel Flamboyan ini adalah dari segi kualitas produk yang baik dan higienis, jadi perusahaan tidak terlalu khawatir dalam menghadapi persaingan di pasar dengan minuman yang sejenis.

## 2. Persaingan jenis dan bentuk produk

Persaingan ini meliputi dua atau lebih jenis atau bentuk produk. Persaingan antara jenis produk yang berbeda untuk kebutuhan yang sama dapat mengubah arena persaingan dengan menarik industri baru ke pasar. Pada pasar, ancaman bentuk persaingan yang baru dapat terjadi dari produk substitusi. (David W. Cravens, 1996:188).

Berdasarkan data yang telah diperoleh, PT. Batu Bhumi Suryatama menyadari bahwa adanya pesaing dari perusahaan yang sama-sama menciptakan produk minuman bagi para konsumen, tetapi PT. Batu Bhumi Suryatama dengan jenis produknya yaitu minuman sari buah apel Flamboyan tetap berusaha untuk menjaga konsistensi pada produknya yakni melalui kualitas yang selalu dijaga agar minuman sari buah apel Flamboyan tidak hanya sebagai minuman penyegar biasa tetapi juga memiliki manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut.

## 3. Persaingan Generik

Konsumen mempunyai banyak kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi. Hal ini menciptakan persaingan untuk menyediakan sumber daya yang terbatas kepada konsumen dan organisasi. Walaupun bentuk persaingan ini tidak bersifat langsung dan

segencar persaingan merek, namun penentuan arena persaingan tetap bersifat relevan. Pemahaman tentang prioritas pemuasan kebutuhan dari konsumen sangat berguna untuk menentukan dimana persaingan generik akan terjadi. (David W. Cravens, 1996:188).

Berdasarkan data yang telah diperoleh, PT. Batu Bhumi Suryatama telah melakukan pendistribusian produk ke berbagai Kota, untuk pendistribusian pertamanya adalah di Kota Batu sendiri karena Kota Batu merupakan kota yang memiliki cukup banyak berbagai macam tempat wisata dan banyak wisatawan yang berkunjung. Produk minuman sari buah apel Flamboyan ini telah banyak memiliki pelanggan tetap. Selain di Kota Batu pendistribusian produk juga telah menyebar ke berbagai kota lainnya. Agar produk minuman sari buah apel Flamboyan ini semakin meluas, pemilik perusahaan telah melakukan teknik pemasaran yaitu penjualan secara langsung dimana pemasaran dilakukan oleh sales dengan sistem konsinyasi yaitu pemasaran yang dilakukan secara langsung dimana seorang sales menjual produk minuman sari buah apel ke agen, grosiran atau distributor dan outlet-outlet yang telah menjadi sasaran pasar atau target pasar, dan bisa menawarkan langsung ke konsumen seperti menjual secara eceran. Kemudian pemasaran dengan penjualan secara tidak langsung seperti penjualan melalui media sosial. Internet, dan lain sebagainya. Selain dua teknik pemasaran tersebut PT. Batu Bhumi Suryatama untuk mengenalkan produknya dengan melalui beberapa media iklan yaitu media cetak atau koran, peliputan oleh stasiun TV, mengikuti pameran sekaligus menyebarkan brosur dan menerima kunjungan *industry*".

## 4. Persaingan Geografi

Persaingan dapat terjadi dalam lingkup global, multinasional, nasional, regional, atau metropolitan. Biasanya para pesaing tidak selalu tepat pada daerah geografis yang sesuai dengannya, jika perusahaan beroperasi pada pasar regional atau nasional, harus selalu memperhatikan persaingan dari perusahaan lain dari lingkup geografi yang lebih luas lagi. (David W. Cravens, 1996:188)

Berdasarkan data yang telah diperoleh, PT. Batu Bhumi Suryatama telah melakukan pemasaran untuk produknya agar lebih dikenal dan memperluas pendistribusian ke tempat-tempat yang menjadi titik target pasarnya. PT. Batu Bhumi Suryatama dengan produknya yang telah

dikenal oleh masyarakat luas tetap berusaha untuk memperluas pemasaran produknya, dimana tidak hanya di daerah sekitar tempat produksi yaitu di Kota Batu, tetapi diluar kota seperti di Kota Malang, kemudian di luar Jawa Timur yaitu Jawa Tengah meliputi Pekalongan, Semarang, Kudus, Sragen, Magelang, Yogyakarta dan Jawa Barat meliputi Bandung, Depok, Bekasi, Jakarta, bahkan pernah sampai luar ke luar negeri yaitu Malaysia. Tentunya dengan banyaknya peminat minuman sari buah apel Flamboyan bisa dikatakan bahwa produk ini dapat bersaing dengan jenis produk minuman lainnya. Pemilik menyadari bahwa persaingan dapat terjadi dari mana saja termasuk dalam lingkup global, multinasional, nasional, regional, atau metropolitan”.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan data-data yang diperoleh serta hasil dari penelitian yang telah dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

#### **A. Kualitas Produk Minuman Sari Buah Apel**

1. Kinerja pada produk minuman sari buah apel ini merupakan bagaimana produk ini dihasilkan secara baik dengan menjaga dan mengutamakan kualitas pada produk yang benar-benar dijaga ke higienisannya. Karena perusahaan ini telah mendapatkan ISO, jadi mulai dari bahan baku, proses pembuatan sampai pengemasan akhir semuanya melalui pantauan, termasuk kebersihan pada mesin produksi, peralatan selalu dijaga sebelum dan sesudah produksi selalu dibersihkan, pengecekan alat-alat setiap minggu sekali.
2. Daya tahan pada produk merupakan bagaimana produk dapat bertahan atau layak dikonsumsi oleh konsumen, dimana produk ini layak dikonsumsi selama 12 bulan setelah pembuatan produk.
3. Kesesuaian dengan Spesifikasi dari perusahaan terhadap produk adalah kualiti control yang tinggi, menjaga produk supaya tetap dalam keadaan baik ketika diberikan kepada konsumen.
4. Fitur pada produk minuman sari buah apel Flamboyan sudah mengikuti standart yang ada, yang dapat menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reliabilitas pada produk ini selalu mengontrol apakah ada kecacatan atau kerusakan pada produk, dimana tingkat kecacatan atau kerusakan pada produk ini adalah rendah, jadi produk ini dapat diandalkan oleh konsumen.
6. Estetika pada produk minuman sari buah apel ini selain dari kemasannya, warna minuman dari produk minuman sari buah apel ini terlihat bersih dan higienis, dapat juga dari pelabelan atau sealcup pada produk. Dimana kedua hal tersebut dapat memberikan daya tarik tersendiri.
7. Kesan kualitas dimana perusahaan telah berusaha menjaga kesan dari kualitas produk yang dihasilkannya. Terima dengan keadaan baik oleh konsumen.

#### **B. Produk Dalam Menghadapi Persaingan**

1. Persaingan merek dari perusahaan sejenis yang sama-sama menciptakan jenis produk yang sama tidak membuat khawatir perusahaan PT. Batu Bhumi Suryatama karena meskipun jenis produknya sama dengan perusahaan lain tetapi kualitas baik pada produk yang menjadi keutamaannya untuk menghadapi persaingan.
2. Persaingan jenis dan bentuk produk dari perusahaan yang sama-sama menciptakan produk minuman dengan jenis yang berbeda, juga merupakan hal yang harus diperhatikan oleh PT. Batu Bhumi Suryatama maka dari itu untuk mengatasinya perusahaan selalu menjaga konsistensi pada produknya yakni melalui kualitas.
3. Persaingan generik merupakan persaingan yang dilakukan untuk mendapatkan nilai uang dari konsumen yang sama, untuk mengatasi hal tersebut yang dilakukan oleh PT. Batu Bhumi Suryatama adalah teknik pemasaran yang dilakukan oleh sales pemasaran yaitu penjualan secara grosir dan penjualan secara tidak langsung seperti melalui media sosial. Internet, dan lain sebagainya agar tetap dapat bersaing oleh perusahaan lain.



Persaingan geografi PT. Batu Bhumi Suryatama dengan produknya yang sudah dikenal oleh masyarakat tetap berusaha terus untuk memperluas pemasaran untuk produknya, dimana tidak hanya di daerah sekitar tempat produksi tetapi diluar kota bahkan sampai luar ke luar negeri.

### Saran

Berdasarkan data-data yang diperoleh dalam penelitian dan hasil pembahasan serta kesimpulan yang diperoleh peneliti, maka saran yang dikemukakan sebagai berikut :

#### A. Bagi PT. Batu Bhumi Suryatama

1. PT. Batu Bhumi Suryatama sebaiknya segera menambah varian rasa baru supaya dalam menghadapi persaingan dengan perusahaan yang sejenis dapat semakin maju dan berkembang.
2. Perlunya peningkatan alat kelengkapan dan pelindung diri para pekerja setiap bagian produksi seperti sarung tangan, masker penutup mulut, dan penutup telinga pada *juicer* agar untuk mencegah segala macam kemungkinan terjadinya kecelakaan kerja.

#### B. Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneruskan penelitian ini dengan meneliti lebih lanjut dari kesimpulan yang telah dihasilkan dari penelitian ini.
2. Untuk penelitian selanjutnya yang memakai judul tentang peranan motivasi, penelitian ini dapat menjadi referensi dengan fokus yang berbeda.

Diharapkan dimasa yang akan datang penelitian ini dapat dipergunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Rulam. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media  
 Assauri, Sofian. 1999. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta  
 Buchari Alma. 2007. *Pemasaran Strategi Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta

Craven, David W. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga  
 C. W., Lamb dan F. Hair, Joseph, Jr., dan McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat  
 Hasan, Ali. 2008. *Marketing*, Yogyakarta: Media Pressindo.  
 Komaruddin. 1991. 1997. *Manajemen Pengawasan Kualitas Terpadu*, Suatu Pengantar. Jakarta: Rajawali  
 Kountur, Ronny. 2004. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Penerbit PPM  
 Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1. Jakarta: PT. Prenhallindo.  
 Kotler, Philip, Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga  
 Kotler, Philip, Armstrong, Gary. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran Edisi 9*. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.  
 Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga  
 Kotler, Philip, Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga  
 Kuntjoroadi, Wibowo. 2009. *Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial*  
 Kuncoro. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga  
 Lupiyoadi R. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Salemba  
 Nitisemito S, Alex. 1986. *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia  
 Sangadji, Etta Mamang, Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian – Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: C.V ANDI  
 Sugiono. 2016. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta  
 Suharsaputra, Uhar. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT. Refika Aditama  
 Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi 2*. Cetak 1. Yogyakarta: Andi