

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi persaingan dunia bisnis. Begitu pula dengan bisnis Air Minum Dalam Kemasan atau yang umum di kenal dengan AMDK yang semakin berkembang. Maraknya bisnis di industri AMDK ini di dasari oleh kebutuhan masyarakat, mengingat ketersediaan air bersih di beberapa tempat yang sangat terbatas. AMDK menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan air minum mereka. Hal ini di pandang sebagai bisnis yang menjadi kebutuhan bagi konsumen sehingga menjadikan bisnis di industri ini meningkat dengan pesat dan adanya persaingan yang semakin ketat.

Dalam menghadapi era persaingan yang semakin ketat sangat dibutuhkan manajemen yang handal dan mampu mengantisipasi setiap persaingan dan dapat menjalankan perusahaan secara efektif dan efisien. Di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing.

Pengembangan produk yang berbeda bisa menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan. Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan - kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka untuk menghadapi persaingan yang ketat dengan kompetitor yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada konsumen. Terutama dalam mempertahankan konsumen dengan memberikan produk yang terbaik serta dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berubah-ubah, karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian. Sekarang ini, masyarakat menjadi lebih selektif dan pandai dalam memilih produk untuk digunakan, dengan begitu mereka bisa memperoleh manfaat dan fungsi dari produk tersebut. Begitu juga tak jarang mereka rela mengeluarkan uang banyak demi sebuah produk yang diinginkan. Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwa ketatnya persaingan dapat memicu para pelaku usaha untuk terus berinovasi pada produknya supaya dapat bersaing dengan produk lain.

Penggunaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) pada rumah tangga ini dapat meningkat karena beberapa alasan, diantaranya yaitu asumsi bahwa Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) lebih aman dari pada sumber air minum lainnya, lebih mudah diperoleh, nyaman digunakan, lebih praktis dan juga harganya yang terjangkau. Hal tersebutlah yang menyebabkan rumah tangga memilih untuk menggunakan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) untuk mencukupi kebutuhan sehari-harinya. Banyaknya manfaat air untuk tubuh manusia dan terjadinya efek samping pada tubuh yang kekurangan air, hal tersebut dapat dijadikan sebagai suatu peluang oleh pelaku usaha. Salah satu cara untuk memenangkan pasar adalah

melalui bauran pemasaran yang dikenal dengan 4P yakni produk, harga, promosi, dan tempat yang perlu dilakukan dan dipahami dengan baik oleh perusahaan agar bisa tetap bertahan dan berkembang dalam persaingan yang sangat ketat. Seperti yang dilakukan oleh Depot Asqua di Kota Prabumulih. Depot Asqua yaitu suatu usaha yang menyediakan layanan pengisian ulang air minum dalam kemasan merek winro, terutama air minum dalam kemasan galon yang berdiri sejak tahun 2014 beralamat di Jalan Surip, RT 004 / RW 004kelurahan Pasar II Prabumulih, kecamatan Prabumulih Utara, Kota Prabumulih, Sumatera Selatan. Kepercayaan konsumen tidak dapat diraih dengan mudah, namun seiring dengan berjalannya waktu, produk yang dijual oleh Depot Asqua mulai dikenal, tumbuh, berkembang dan dipercaya mampu memberikan produk air minum dalam kemasan yang berkualitas, hal ini dikarenakan Depot Asqua menerapkan beberapa pengembangan dan diversifikasi terhadap produk yang dihasilkannya. Faktor pertama yang penting bagi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan keputusan pembelian, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya(Daga, 2017:37).Terdapat kelebihan kualitas produk AMDK merek Winro, diantaranya Winro adalah air minum dalam kemasan yang rasanya menyegarkan, sehat dan higienis karena diolah dengan menggunakan peralatan yang canggih dan modern, dan juga winro memiliki berbagai varian kemasan pada produknya yang

pada kemasan tersebut memiliki keunggulan dan manfaat masing-masing yang dapat dirasakan oleh konsumen. Varian kemasan tersebut diantaranya terdapat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.1
Varian AMDK Winro

Varian Kemasan	Keunggulan dan Manfaat
Winro kemasan 19 Liter	Winro 19 liter adalah kemasan galon yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan air minum dalam rumah tangga, hotel, rumah sakit, rumah makan dan kantor atau instansi. Galon ini dapat dipinjamkan dengan dijaminan sesuai kebutuhan. Pada varian kemasan 19 liter ini terdapat layanan antar sampai di rumah atau di kantor secara gratis dan jadwal akan disesuaikan mingguan atau dua mingguan sesuai kebutuhan konsumen. Peminjaman galon untuk jangka waktu pendek seperti pemenuhan kebutuhan air minum pada suatu periode event khusus juga dapat layani. Selain galon yang dipinjamkan, galon ini juga dapat digunakan pada saat isi ulang, hal ini dilakukan untuk 11 mencegah limbah oleh perusahaan yang menciptakan galon sekali pakai (tidak dapat di isi ulang).
Winro kemasan 500 ml	Produk Winro 500 ml sangat praktis untuk dibawa kemanapun pergi, cocok diletakkan di dalam mobil ataupun dimasukkan ke dalam tas sebagai bekal perjalanan jauh bagi para konsumen (cocok bagi konsumen yang mempunyai hobi travelling).
Winro kemasan 220 ml	Winro 220 ml adalah varian produk yang sangat sesuai untuk memenuhi kebutuhan air minum untuk segala kondisi, seperti kebutuhan catering atau paket snack dan sangat praktis untuk memberikan service air minum bagi tamu atau relasi dari tamu rumah tangga sampai dengan tamu kantor atau instansi.

Faktor keduamerupakan harga. Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang dikur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa. Harga adalah jumlah uang

(kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya, dalam buku (Meithiana, 2019:36). Selain menghasilkan produk yang berkualitas, Depot Asquajuga memasang harga yang lebih ekonomis dan terjangkau pada produknya, jika dibandingkan dengan produk air minum dalam kemasan lainnya. Berikut adalah perbandingan harga air minum dalam kemasan merek Winro dengan air minum dalam kemasan merek Vit.

Tabel 1.2
Daftar Harga AMDK Merek Winro dan Vit di Kota Prabumulih

Otlet	Winro/karton		
	19 liter	220 ml	500 ml
Agen	Rp.12.000	Rp. 15.000	Rp. 30.000
Retailer	Rp. 13.000	Rp. 16.000	Rp. 32.000
	Vit/karton		
	19 liter	220 ml	500 ml
Agen	RP. 13.000	Rp. 20.400	Rp. 30.000
Retailer	Rp. 17.100	Rp. 24.000	Rp. 35.000

Terlihat di tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa Winro memiliki harga yang lebih rendah jika dibandingkan dengan AMDK merek Vit.. Hal tersebut adalah salah satu keunggulan yang dimiliki oleh Winro, namun Depot Asqua juga harus mampu bersaing dengan produk AMDK lain dengan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang terjamin, supaya dapat terus memenangkan pasar.

Faktor ketiga merupakan promosi. Promosi merupakan komunikasi oleh pemasar yang menginformasikan dan meningkatkan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk mengetahui suatu pendapat atau memperoleh suatu respon dalam (Anisatun Nurul Uluwiyah, 2022). Dalam memasarkan produknya supaya dikenal oleh masyarakat luas, Depot asqua melakukan berbagai kegiatan promosi, diantaranya yaitu memberikan sampel kepada konsumen dan memberikan

harga khusus. Selain itu, kegiatan promosi oleh Depot Asqua juga dilakukan seperti tabel 3 dibawah ini:

Tabel 1.3
Kegiatan Promosi Depot Asqua Kota Prabumulih

Kegiatan Promosi	Definisi
Periklanan	Adapun media periklanan yang dilakukan oleh Depot Asqua dalam memasarkan produknya adalah memanfaatkan media elektronik yaitu melalui internet (facebook, Instagram, dan WhatsApp).
Direct Advertising (iklan langsung)	Pada bagian ini, Depot Asqua menggunakan spanduk yang dipasang di depan depot tersebut..
Hubungan Masyarakat (Public Relations)	Depot Asqua dalam melakukan promosi dengan menjalin hubungan baik dengan masyarakat ini dilakukan dengan memberikan sumbangan atau bantuan, memberikan diskon pembelian dan juga menjaga hubungan baik dengan konsumen.

Faktor terakhir yaitu tempat. Menurut (Abdul Rauf, 2021:100) Tempat adalah berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produknya mudah diakses dan tersedia bagi konsumen sasaran. Untuk tempat pada Depot Asqua ini adalah tempatnya strategis yang mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian yang dimana lokasi tersebut dekat dengan pasar dan berada di jalan raya yang merupakan lokasi tepat untuk mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian produk tersebut. Dari beberapa faktor diatas dapat disimpulkan bahwa fenomena yang terjadi pada Depot Asqua Kota Prabumulih yaitu terdapat kekurangan pada kualitas produk dan promosi, yang dimana kualitas produk pada Air Minum Dalam Kemasan Winro ini sering terjadi bocor pada kemasan galon

yang menjadi keluhan para konsumen, sedangkan pada promosi yaitu kurangnya aktif dan kreatif di media sosial dalam bidang Instagram karena masyarakat setempat lebih cenderung menggunakan WhatsApp. Namun pada Depot Asqua Kota Prabumulih juga memiliki keunggulan di faktor Harga dan Tempat, yaitu terdapat harga yang murah dan terjangkau di bandingkan dengan Air Minum Dalam Kemasan lainnya, dan tempat pada Depot Asqua ini yaitu lokasinya yang strategis sehingga mudah dijangkau dan dekat dengan pusat keramaian yang dimana lokasi tersebut terletak didekat pasar dan berada di jalan raya yang merupakan lokasi tepat untuk mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian produk tersebut.

Pada dasarnya keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Menurut (Meithiana, 2019:70) keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Hal paling mendasar dalam memutuskan untuk melakukan pembelian pada AMDK yang akan dilakukan oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu merek, kualitas pada suatu produk, keterjangkauan harga, tempat dan juga jangkauan promosi yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan. Didorong oleh kebutuhan yang ada dalam diri seseorang dan keinginan bahwa kebutuhan dalam diri seseorang terpengaruh jika konsumen menunjukkan rasa senang yang pada akhirnya mengarah pada loyalitas. Pelanggan yang loyal lebih bernilai dari pada

pelanggan yang hanya sekedar puas. Sebab pelanggan loyal akan selalu menggunakan produk sepanjang masa dan merupakan sumber pendapatan perusahaan. Pada Depot Asqua dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian dilihat dari harga yang terjangkau serta kualitas produk yang baik dan tempat yang mudah dijangkau namun promosi yang dilakukan oleh perusahaan kurang kreatif dalam memasarkan produk. Akan tetapi, hal tersebut tidak mengurangi pilihan konsumen untuk melakukan pembelian AMDK merek winro.

Berdasarkan uraian diatas dengan kondisi pasar selalu dinamis serta semakin menuntut pihak pemasaran produknya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH BAURANPEMASARAN 4P TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN WINRO PADA DEPOT ASQUA KOTA PRABUMULIH”**.

1.1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada Pengaruh Bauran Pemasaran 4p TerhadapKeputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Winro Pada Depot Asqua Kota Prabumulihbaik secara parsial maupun simultan?

1.2. Tujuan Penetian

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran 4p TerhadapKeputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Winro Pada Depot Asqua Kota Prabumulihbaik secara parsial maupun simultan.

1.3. Manfaat Penelitian

1.3.1. Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti

Untuk menyelaraskan ilmu yang diperoleh dalam proses perkuliahan, mengembangkan pengetahuan di bidang manajemen yaitu khususnya pemasaran yang dapat meningkatkan kompetensi diri. Sekaligus untuk mengetahui penerapan yang terjadi dibangku perkuliahandengan realita dilapangan, dan juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata 1 pada Universitas Baturaja.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan masukan dan saran bagi Depot Asqua Kota Prabumulihdengan memperhatikan bauran pemasaran 4pguna untuk meningkatkan penjualan.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menambah hasil karya ilmiah yang diletakkan di perpustakaan Universitas Baturaja. Dan diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi yang membacanya serta dapat dijadikan acuan dan informasi bagi penulis selanjutnya mengenai masalah yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk,harga,dan promosi terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan.

4. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada para peneliti selanjutnya tentang Pengaruh Bauran Pemasaran 4PTerhadapKeputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Winro Pada Depot Asqua Kota

Prabumulih. Harapan lain demi terciptanya penelitian baru sebagai lanjutan teori dan referensi dimasa yang akan mendatang.