

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air merupakan salah satu sumber daya untuk memberikan kehidupan sehari-hari yang mutlak dibutuhkan oleh semua makhluk hidup, tumbuhan, hewan, dan manusia. Salah satu fungsi air adalah memberikan manfaat bagi kesehatan. Air minum merupakan salah satu kebutuhan primer manusia, yang apabila tidak terpenuhi akan mengancam kelangsungan hidup manusia yang bersangkutan. Masyarakat yang berada di wilayah perkotaan semakin sulit untuk mendapatkan air yang bersih dan bebas kuman, karena kondisi sumber air seperti air bawah tanah dan sungai sudah banyak tercemar, sehingga tidak layak dikonsumsi dan digunakan untuk kebutuhan hidup (Leonardo *et al*, 2014:13).

Manusia dapat memenuhi kebutuhan akan air minum dari berbagai sumber seperti air yang dimasak sendiri, atau membeli air minum dalam kemasan. Air yang dapat diminum juga memiliki standar tertentu agar dapat dikatakan sebagai air layak dikonsumsi. Air minum merupakan kebutuhan manusia yang paling penting. Seperti diketahui, kadar air tubuh manusia mencapai 68 persen, dan untuk tetap hidup air dalam tubuh tersebut harus dipertahankan. Kebutuhan air minum setiap orang bervariasi dari 2,1 liter hingga 2,8 liter per hari, tergantung pada berat badan dan aktivitasnya. Namun agar tetap sehat air minum harus memenuhi persyaratan fisik, kimia, maupun bakteriologis.

Usaha air minum merambah ke berbagai tempat termasuk didalamnya kabupaten Malaka. Air minum We'mon adalah salah satu jawaban pemenuhan kebutuhan air minum masyarakat Malaka yang murah dan praktis. Hal ini yang menjadi alasan mengapa masyarakat memilih air minum dalam kemasan We'mon untuk dikonsumsi. Meningkatnya permintaan masyarakat kabupaten Malaka akan air minum dalam kemasan yang hemat dan praktis diimbangi dengan banyaknya usaha depot air minum isi ulang yang bermunculan. Air minum dalam kemasan memang dapat dijadikan salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan air minum masyarakat yang semakin tinggi.

Suatu perusahaan mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat. Usaha meningkatkan penjualan ini sangat penting sekali bagi perusahaan. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan. Jika perusahaan tersebut setiap tahun mengalami kemunduran produksi sudah dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar. Misalnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha maka persaingan dalam jenis industri yang sama sebaiknya mempunyai spesifikasi produk yang unggul. Disamping itu perusahaan harus mampu memahami kebutuhan konsumen, mendesain dan mengontrol kualitas pelayanan secara efektif.

Air minum We'mon sudah dirintis usahanya sejak tahun 2008 sampai saat ini. Dalam menjalankan usahanya air minum We'mon memiliki wilayah pemesanan yang cukup luas yakni seluruh kabupaten Malaka dan juga air minum dalam kemasan melayani hingga perbatasan Motain, dan sampai di luar kabupaten Malaka. Sehingga untuk menunjang operasionalnya manajemen pabrik yang

menyediakan tiga (3) buah kendaraan roda 4 (mobil box) yang siap untuk mengantar pesanan air minum dalam kemasan We'mon. Berikut adalah data penjualan selama satu tahun terakhir pada air minum dalam kemasan We'mon.

Tabel 1.1
Data penjualan tahun 2021
pada pabrik air minum dalam kemasan we'mon.

Bulan	Persediaan	Jumlah penjualan perbulan
Januari	93.000/karton	62.000/karton
Februari	84.000/karton	56.000/karton
Maret	93.000/karton	62.000/karton
April	90.000/karton	45.000/karton
Mei	93.000/karton	124.000/karton
Juni	90.000/karton	60.000/karton
Juli	93.000/karton	31.000/karton
Agustus	93.000/karton	93.000/karton
September	90.000/karton	120.000/karton
Oktober	93.000/karton	124.000/karton
November	90.000/karton	120.000/karton
Desember	93.000/karton	93.000/karton

Sumber Data: Pabrik We'mon 2021

Dari tabel 1.1 diatas diketahui bahwa data penjualan tahun terakhir 2021 pada pabrik air minum dalam kemasan We'Mon yaitu pada bulan Januari persediaan 93.000/karton jumlah penjualan perbulan 62.000/karton, pada bulan Februari persediaan menurun menjadi 84.000/karton dengan jumlah penjualan

Perbulan 56.000/karton, pada bulan maret persediaan kembali normal 93.000/karton dengan jumlah penjualan perbulan tetap 62.000/karton, pada bulan april persediaan kembali menurun tipis 90.000/karton dengan jumlah penjualan perbulan menurun 45.000/karton, pada bulan mei persediaan kembali menjadi 93.000/karton dengan jumlah penjualan yang meningkat 124.000/karton, pada bulan juni persediaan kembali menurun 90.000/karton dengan jumlah penjualan perbulan menurun 60.000/karton, pada bulan juli persediaan 93.000/karton dengan jumlah penjualan perbulan menurun drastis menjadi 31.000/karton, pada bulan agustus persediaan 93.000/karton dengan jumlah penjualan 93.000/karton artinya habis terjual, pada bulan September persediaan menurun 90.000/kartondengan jumlah penjualan perbulan meningkat 120.000/karton, pada bulan oktober persediaan 93.000/karton jumlah penjualan meningkat 124.000/karton pada bulan November persediaan menurun 90.000/karton jumlah penjualan perbulan juga menurun 120.000/karton, pada bulan Desember persediaan 93.000/karton jumlah penjualan perbulan 93.000/karton yang artinya habis terjual.

Dari data tersebut diatas diketahui bahwa fluktuasi penjualan air minum We'mon selama satu tahun terakhir. Hal ini dikarenakan banyaknya jenis usaha baru dibidang yang sama yang terus bermunculan. Selain itu fluktuasi penjualan pada air minum dalam kemasan We'mon terjadi karena pandangan kebanyakan masyarakat yang masih menganggap bahwa kebanyakan pabrik air minum yang kurang higienis. Oleh karena itu pabrik air minum We'mon dituntut untuk terus mengembangkan jenis usahanya dan berusaha menyakinkan masyarakat tentang kualitas air yang baik pada pabrik We'mon. Selain itu air minum dalam kemasan We'mon juga harus

memiliki strategi bisnis yang tepat agar dapat menghadapi persaingan pasar yang semakin banyak dan dapat bertahan di pasar.

Dalam menjalankan usahanya air minum dalam kemasan We'mon mempekerjakan tiga puluh lima (35) orang karyawan dengan tugasnya masing-masing yakni dua puluh tujuh(27) orang bekerja sebagai tenaga isi air minum We'mon karton/dos dan delapan (8) orang bekerja sebagai tenaga lapangan untuk mengantar pesanan air minum We'mon. Jumlah mesin yang digunakan di pabrik air minum We'mon berjumlah satu (1) buah mesin yang terdiri dari tujuh (7) buah dynamo pompa. Dengan ketersediaan sumber daya yang di miliki pabrik air minum We'mon tersebut diatas diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dari ancaman pendatang baru dan dapat menguasai pangsa pasar.

Pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT yaitu identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Manfaat Analisis SWOT yaitu:

- Kekuatan(*strengths*)
 - a) memiliki jumlah mesin pompa yang memadai
 - b) Kualitas pelayanan yang maksimal
 - c) Penerima pesanan dalam jumlah yang banyak
 - d) Lokasi yang strategis
- Kelemahan(*weaknesses*)
 - 1. Kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh perusahaan

2. Perusahaan belum mampu untuk melakukan penambahan cabang guna pengembangan jangkauan wilayah distribusi pemasaran
 3. Fasilitas pendukung operasional yang belum memadai seperti, prasarana berupa kendaraan
 4. Masih kurangnya pelatihan formal untuk karyawan
- Peluang (*opportunity*)
 - a) Memiliki wilayah pemasaran yang luas
 - b) Harga yang terjangkau
 - c) Menerima pesanan untuk diantar langsung ke pelanggan tersebut
 - Ancaman (*Threats*)
 - a) Munculnya pesaing yang menjalankan usaha yang sama
 - b) Tingkat kepercayaan masyarakat yang semakin menurun terhadap kualitas air minum we'mon yang dihasilkan
 - c) Tingginya tingkat persaingan dalam usaha air minum dalam kemasan we'mon
 - d) Tingginya kegiatan tawar menawar pembeli

Berdasarkan fenomena tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Pabrik Air Minum Dalam Kemasan We'mon Di Kabupaten Malaka*”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang di gunakan dalam meningkatkan volume penjualan pada pabrik air minum kemasan We'Mon di kabupaten Malaka?
2. Faktor-faktor Internal apa saja yang dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan volume penjualan pada pabrik air minum dalam kemasan We'mondi kabupatenMalaka.?
3. Faktor-faktor eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan volume penjualan pada pabrik air minum dalam kemasan We'mondi kabupaten Malaka?

1.3 Tujuan dan Manfaat penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang di gunakan dalam meningkatkan volume penjualan pada pabrik air minum kemasan We'Mon di Kabupaten Malaka.
2. Untuk mengetahui Faktor-faktor Internal apa saja yang dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan volume penjualan pada pabrik air minum dalam kemasan We'mon di kabupaten Malaka.
3. Untuk mengetahuiFaktor-faktor eksternal apa saja yang dapat mempengaruhi terjadinya peningkatan volume penjualan pada pabrik air minum dalam kemasan We'mon di kabupaten Malaka.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

a. Kegunaan teoritis

1. Untuk menambah wawasan penulis tentang penerapan strategi dalam meningkatkan volume penjualan serta mempertahankan pangsa pasar dan memperkuat teori pemasaran khususnya Analisis SWOT sebagai salah satu teori yang berkaitan dengan strategi peningkatan volume penjualan.
2. Merupakan aplikasi dari ilmu pemasaran dan ilmu manajemen strategi.
3. Sebagai bahan informasi bagi yang akan melakukan penelitian lanjutan.

b. Kegunaan praktis

1. Sebagai masukan (input) bagi pengusaha khususnya air minum dalam kemasan We'Mon di kabupaten Malaka untuk menyusun strategi peningkatan volume penjualan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan bahan pertimbangan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan volume penjualan.