

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada dewasa ini, yang menjadi masalah adalah pertumbuhan penduduk yang tinggi dan akses air bersih yang terbatas sehingga permintaan pada air minum dalam kemasan (AMDK) pun meningkat. Tak hanya di daerah-daerah terpencil, di kota-kota besarpun ketersediaan air minum yang sehat dan terjamin masih terbatas sehingga masyarakat kota besar lambat laun mengandalkan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Kebutuhan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang tinggi inilah membuat banyak bermunculan Produsen yang menghasilkan produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Tak hanya itu, para produsen yang memiliki pabrikpun harus bersaing dengan depot-depot air minum isi ulang. Untuk memperluas pangsa pasar, Persaingan dibisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin tak terelakkan. Hal itu disadari oleh pemain besar dibisnis ini yang jumlahnya mencapai puluhan perusahaan besar dan menengah. Sementara perusahaan kecil yang juga bergerak dibisnis ini juga mengalami perkembangan yang cukup pesat (www.bataviase.co.id).

Air minum merupakan salah satu kebutuhan primer manusia yang bila tidak terpenuhi akan mengancam kelangsungan hidup manusia yang bersangkutan. Pada saat ini manusia dapat memenuhi kebutuhannya akan air minum dari berbagai sumber, seperti air yang dimasak sendiri, membeli AMDK dan membeli air dari depot isi ulang. Khusus untuk air yang berasal dari industri AMDK, diperkirakan kebutuhan manusia terhadap industri ini akan meningkat dari waktu ke waktu seiring dengan keinginan manusia untuk memperoleh air minum yang praktis. Berdasarkan hal tersebut diperkirakan kebutuhan manusia khususnya di Indonesia akan bergantung pada industri AMDK (Wijoyo, 2005).

Rangkuti (2002) mengungkapkan bahwa Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman merupakan empat sisi utama yang penting dalam menilai posisi produk dan sistem yang ada dari sebuah perusahaan dalam persaingan dengan produk dan sistem dari perusahaan lainnya yang sejenis. Penilaian terhadap sisi kekuatan sebuah produk dan sistem dari sebuah perusahaan akan memicu perusahaan tersebut untuk menonjolkan sisi kekuatannya untuk memberikan nilai tambah dibandingkan produk dan sistem dari perusahaan lain. Penilaian terhadap sisi kelemahan dapat membuat perusahaan tersebut berusaha mengatasi kelemahan dari produk dan sistemnya tersebut. Penilaian terhadap sisi peluang akan membuat perusahaan tersebut berusaha menakhlikkan berbagai peluang yang ada. Penilaian terhadap sisi ancaman akan menyadarkan perusahaan tersebut untuk menanggulangi setiap ancaman yang datang.

Selama ini penggunaan *SWOT* tergantung pada usaha sejenis yang digunakan sebagai pembanding atau menggunakan skala industri yang berasal dari sumber resmi. Apabila data pesaing belum terkumpul dan terpetakan maka *SWOT* dapat dilakukan tanpa pembanding atau skala industri dengan tetap tidak menghilangkan substansi kegunaannya akan tetapi ditambah fleksibilitasnya. *SWOT* tanpa skala industri ini digunakan bila sebuah perusahaan hingga pada saat dilakukan kajian situasi tidak memiliki data tentang pesaing atau pesaingnya belum terpetakan baik dalam skala industri (kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang yang sama) maupun dari hasil inteligen perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu mempersiapkan rencana usaha strategis terutama dari segi pemasaran dan manajemen organisasi, maka dengan menggunakan analisis *SWOT* yang dimodifikasi sedemikian hingga menjadikan ia dapat digunakan oleh perusahaan tanpa harus mengetahui skala industri atau data inteligen mengenai pesaingnya (Putong, 2002).

Peningkatan produktivitas merupakan indikator yang paling peka bagi proses efisiensi, merupakan tolak ukur utama bagi kemajuan ekonomi yang dicapai. Peningkatan produktivitas secara keseluruhan akan menunjukkan potensi pengadaan barang dan jasa dalam jumlah besar untuk setiap pekerja, sehingga lebih besar unsur kebutuhan hidup rakyat dapat terpenuhi sendiri. Hal ini menunjukkan tingkat kesejahteraan rakyat semakin meningkat, oleh karenanya peningkatan produktivitas berarti peningkatan pendapatan bagi pekerja, peningkatan selanjutnya akan menambah pula daya beli masyarakat terhadap barang atau jasa (Syahiruddin, 2013).

Seiring dengan meningkatnya persaingan dunia industri saat ini, semua perusahaan dituntut untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar dapat bertahan di pasar persaingan baik tingkat nasional maupun internasional. Salah satu cara yang ditempuh adalah membuat perencanaan produksi dengan tepat. Menurut Anis et al. (2007), perencanaan produksi merupakan perencanaan yang bersangkutan dalam satu periode yang akan datang. Perencanaan produksi berhubungan dengan penentuan volume produksi, penetapan waktu penyelesaian dan sumber daya yang tersedia. Dengan perencanaan yang tepat, proses produksi dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Hal ini berdampak pada peningkatan laba perusahaan.

CV. Central RO adalah Perusahaan bergerak dalam bidang Produksi air minum dalam kemasan yang berdiri sejak tahun 2010. CV. Central RO menghasilkan produk berupa air minum isi ulang dalam kemasan yang terdiri dari kemasan gelon dan gelas. Dalam penentuan produksi, CV. Central RO saat ini belum melakukan pengembangan produksi dengan jelas atau masih menggunakan peralatan produksi sederhana. Dari studi ini ingin diketahui apakah sistem kerja yang diterapkan di dalam perusahaan saat ini sudah baik atau masih bisa diperbaiki, sehingga dapat diperoleh sistem kerja yang lebih baik dari sebelumnya. CV Central R.O ini akan memfokuskan pada suatu kepentingan untuk peningkatan proses produksinya yang menggunakan berbagai macam strategi untuk segala keperluannya.

Berdasarkan uraian diatas maka dilakukan penelitian tentang Strategi Pengembangan Produksi AMDK di CV Central R.O.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan di atas permasalahan penelitian adalah:

1. Apakah faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh CV Central R.O dalam mengembangkan produksi AMDK di Kabupaten gorontalo?
2. Apa strategi yang perlu dirumuskan untuk pengembangan usaha AMDK di Kabupaten Gorontalo?

C. Tujuan

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang dimiliki oleh CV Central R.O dalam mengembangkan produksi AMDK di Kabupaten gorontalo.
2. Untuk mengetahui Apa strategi yang perlu dirumuskan untuk pengembangan usaha AMDK di Kabupaten gorontalo.

D. Manfaat

Manfaat dalam penelitian ini adalah seagai berikut:

1. Untuk Meningkatkan dan memperluas pengetahuan penulis dalam menganalisis masalah-masalah yang ada di lapangan tentang pengembangan produksi AMDK.
2. Memberikan manfaat kepada industri tersebut, sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan dalam keputusan usahanya untuk dapat meningkatkan produksi dan efisiensinya.