BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Air merupakan sumber kehidupan sehari-hari yang dibutuhkan oleh semua makhluk hidup. Bagi semua masyarakat yang berada di wilayah perkotaan untuk mendapatkan air minum yang bersih dan bebas dari kuman sangat sulit. Sehingganya untuk mengatasi masalah perolehan air bersih, aman, sehat dan terjamin kebersihannya terutama di kota-kota besar adalah melalui produk air minum dalam kemasan (AMDK) yang dibuat produsen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air minum sehat. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk bisnis air minum dalam kemasan semakin berkembang, karena kebutuhan akan air minum terus meningkat. Sehingga hal ini menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi antar sesama industri air minum dalam kemasan.

Kebutuhan makanan dan minuman merupakan salah satu unsur terpenting untuk manusia agar tidak terancam keberlangsungan hidupnya, kapan pun dan dimana pun harus terpenuhi kebutuhan makan dan minumnya. Dengan banyaknya merek air minum dalam kemasan (AMDK), maka hal ini menyebabkan persaingan antar air minum dalam kemasan semakin tinggi.

PT. Davincy Airindo adalah salah satu perusahaan di Gorontalo yang memproduksi air minum dalam kemasan, perusahaan menyadari bahwa saat

ini persaingan dalam pemasaran produk sangat ketat. Oleh karena itu pengembangan usaha merupakan salah satu langkah nyata yang harus dijalankan, PT. Davincy Airindo dalam mengembangkan usaha tidak lepas dari usaha yang keras dibidang pemasaran dengan memasarkan produk secara langsung pada konsumen dan cepat dalam melayani permintaan konsumen berikut data konsumen tetap:

Data Konsumen PT. Davincy Airindo, Bone Bolango

NO	Nama	Alamat
1	Tokoh Firmansyah	Desa Hulawa
2	Q-Mart Gorontalo	Kota Tengah
3	Toko Wamimma	Kota Utara
4	Toko Sumber Harian New	Kota Selatan
5	Toko Widya Mandiri	Kota Selatan
6	Toko Insan Baru	Kota Selatan
7	Toko Jaya Berkah	Telaga Biru
8	Toko Ana	Kota Selatan
9	Toko Albatros03	Isimu
10	Toko Idaman Irma	Bone Bolango
11	Toko Alif	Bone Bolango
12	Toko Novita	Bone Bolango
13	Toko Setia Bersama	Bone Bolango
14	Toko Telaga Murni	Telaga
15	Toko Rifka	Telaga
16	Tokoh Barokah	Isimu
17	Tokoh Sinar Cemerlang	Isimu
18	Toko Farisha	Limboto
19	Toko SRC Anggun	Limboto
20	Toko Cipta Ria	Limboto

Sumber: Data Primer PT.Davincy Airindo 2021

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah selera konsumen yang berpengaruh terhadap permintaan dan persaingan antar industri AMDK dalam memperebutkan pasar ditambah dengan saat ini banyaknya bermunculan

perusahaan baru serta depot isi ulang. Kadang membuat proses pemasaran tidak maksimal karena sering terjadi keadaan dimana sales yang menawarkan produk kalah bersaing mengambil hati konsumen dengan sales yang lain yang menawarkan produk yang sama.

Sesuai wawancara dengan manajer perusahaan mengenai permasalahan lainnya yang sering dihadapi untuk mengembangkan usaha yaitu target produksi yang tidak tercapai, masalah target produksi yang tidak tercapai adalah merupakan masalah besar yang dihadapi perusahaan, menurut infprmasi yang saya peroleh dari manajer perusahaan salah satu faktor penyebab target produksi tidak tercapai adalah terletak pada tenaga sumber daya manusia, karena karyawan yang diberi tugas dan tanggung jawab untuk melaksanakan tugas produksi masi sering tidak disiplin sehingga dalam mengejar target produksi perusahaan terkadang masi sering kewalahan, dan selanjutnya adalah terletak pada mesin alat produksi yang sudah cukup lama sehingga sering mengalami penurunan speed mesin atau speed proses karena sering eror dan sering rusak ketika digunakan. Terbatasnya alat angkat dan angkut sehingga pemakaian harus menunggu giliran.

Untuk permasalahan yang ada dalam perusahaan walaupun masi bisa diatasi namun cukup menghambat proses produksi, karena salah satu kunci berkembangnya usaha adalah peningkatan penjualan setiap tahun maka perusahaan perlu memperhatikan kelancaran proses produksi untuk mendukung perkembangan usaha. Dan untuk mengantisipasi masalah yang dihadapi perusahaan maka perusahaan perlu menetapkan strategi

pengembangan usaha yang tepat yang ditindak lanjuti dengan langkah yang nyata.

Berdasarkan uraian penjelasan di atas maka penulis berminat untuk meneliti lebih lanjut tentang strategi bisnis PT. Davincy Airindo dengan judul "Strategi Pengembangan Usaha Air Minum Dalam Kemasan (Studi Kasus PT. Davincy Airindo, Bone Bolango).

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka fokus penelitian ini adalah:

1 Bagaimana strategi pengembangan usaha air minum dalam kemasan di PT. Davincy Airindo?

2 Faktor-faktor apa saja yang mendukung dan menghambat strategi pengembangan usaha pada PT. Davincy Airindo.

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan oleh PT. Davincy Airindo?
2. Untuk mengetahui hambatan yang dihadapi oleh PT. Davincy Airindo?

1.4.Manfaat Penelitian

Dengan tercapainya tujuan dalam penelitian ini, maka proposal penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk berbagai pihak diantaranya adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang strategi bisnis pada perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) PT. Davincy Airindo Gorontalo, serta dapat mengetahui kenyataan di lapangan dan membandingkan teori serta menambah pengetahuan dan pengalaman.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

   Dapat dijadikan referensi oleh peneliti selanjutnya yang tertarik akan masalah yang di angkat untuk diteliti lebih lanjut.

1.4.2 Manfaat Praktis

1 Bagi Instansi

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan bahan pertimbangan sebagai bahan masukan bagi PT. Davincy Airindo AMDK Boneva Gorontalo dalam membuat keputusan tentang strategi yang tepat dan efektif.

2 Bagi Masyarakat

   Dapat digunakan sebagai bahan informasi kepada masyarakat mengenai pengembangan usaha air minum dalam kemasan di PT. Davincy Airindo, Bone Bolango.