

ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN AIR GALON DAN AIR RO (REVERSE OSMOSIS) ISI ULANG PADA (BERKAT SIDIN) DI CEMPAKA BANJARBARU

Umar Hamdan¹, Erni Alfisah², Hairul³

¹Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 18310974

²Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1124066801

³Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125096201

Umarh0907@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk Menganalisis Strategi Bauran Pemasaran Air Galon dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Pada (Berkat Sidin). Dalam Analisis Strategi Bauran Pemasaran Air Galon dan AIR RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini menggunakan dimensi 4P yaitu tempat, produk, harga, dan promosi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden menggunakan purpose sampling yang dimana masyarakat Cempaka Banjarbaru yang membeli Air Galon dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Metode analisis yang digunakan ialah metode analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Produk Air Galon dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini sudah berjalan dengan baik.

Kata kunci : Strategi bauran Pemasaran

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the Marketing Mix Strategy of Gallon Water and RO Water (Reverse Osmosis) Refill At (Berkat Sidin). In the Analysis of the Marketing Mix Strategy of Gallon Water and RO Water (Reverse Osmosis) Refill At (Berkat Sidin) uses the 4P dimensions, namely, place, product, price and Promotion. The sample used in this study was 80 respondents using purpose sampling where the Cempaka Banjarbaru community bought gallon Water and RO Water (Reverse Osmosis) Refill at (Berkat Sidin) and the data collection technique in this study used a questionnaire. The analytical method used is descriptive analysis method. The results of this study indicate that the Gallon Water and RO Water (Reverse Osmosis) refilled at (Thanks to Sidin) have been running well.

Keywords : Marketing mix strategy

PENDAHULUAN

Salah satu kebutuhan pokok sehari-hari makhluk hidup di dunia ini yang tidak dapat dipisahkan adalah air. Tidak hanya penting bagi manusia air merupakan bagian terpenting bagi makhluk hidup baik hewan maupun tumbuhan. Tanpa air kemungkinan tidak ada kehidupan di dunia ini karena semua makhluk hidup sangat memerlukan air untuk bertahan hidup.

Meskipun alam menyediakan air cukup banyak namun tidak seluruhnya dapat dijadikan sebagai air minum konsumsi masyarakat. Setiap air tidak memiliki kualitas yang sama baik, air untuk konsumsi atau diminum harus memiliki kualitas baik sehingga layak untuk diminum.

Menurut P2PTM Kemenkes RI, syarat-syarat air minum adalah tidak berasa, tidak berbau, tidak berwarna, tidak mengandung mikro organisme yang berbahaya, dan tidak mengandung logam berat. Selain itu kebutuhan kualitas dan kuantitas air masyarakat harus dipenuhi untuk memenuhi syarat hidup sehat.

Air sangat berkembang dengan pesat karena kebutuhan air minum terus meningkat sering dengan pertumbuhan penduduk. Perusahaan bisnis air pun semakin banyak dan terus melakukan perluasan jaringan pasar produknya. Disamping tingginya akan permintaan air bersih maka rendahnya hambatan untuk memasuki industri air dalam kemasan telah mengakibatkan pertumbuhan yang pesat dalam kemunculan perusahaan-perusahaan baru.

Usaha Depot Air Galon dan RO (*Reverse Osmosis*) (Berkat Sidin) merupakan salah satu depot air minum isi ulang di wilayah Cempaka Banjarbaru yang menawarkan produk air minum isi ulang gallon. Karena usaha Depot Air Galon dan Air RO (*Reverse Osmosis*) (Berkat Sidin) ini baru beroperasi di wilayah Cempaka Banjarbaru tahun 2017 yang memproduksi air minum isi ulang berjumlah sangat banyak dan dipasarkan keseluruh wilayah. Dari Air Minum dan RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Galon (Berkat Sidin) ini memberikan kualitas yang baik bagi produknya, maka jarang ada keluhan dari pelanggan masyarakat mulai anak-anak remaja maupun orang dewasa.

Dengan citra produk yang baru dikenal di Cempaka Banjarbaru yang beralamat di Jalan Mistar Cukro Kusumo, Perumahan Graha Citra Mega Blok A. 55. Air minum isi ulang gallon ini adalah air yang berkhasiat untuk menyembuhkan segala penyakit dipercayai dapat menstabilkan kadar ph tubuh, memperlambat proses penuaan, membantu mengobati tekanan darah tinggi, ginjal, dan kolestrol tidak hanya itu saja, air minum isi ulang ini di yakini membantu penyembuhan kanker, karena Air Ro (*Reverse Osmosis*) merupakan proses pemaksaan larutan yang berada di konsentrasi zat larutan tinggi melalui membrane semipermeabel kedaerah yang konsentrasinya rendah dengan memberikan tekanan melebihi pada tekanan *osmotic*, mesin ini juga melakukan metode penyaringan yang bias menyaring ion dan molekul besar pada suatu larutan dengan cara memberikan tekanan pada larutan tersebut menghilangkan zat-zat yang tidak digunakan. Walaupun kandungan air minum isi ulang gallon ini aman untuk dikonsumsi bagaimanapun kita harus berhati hati mengonsumsi terlalu banyak secara berlebihan beresiko menyebabkan gangguan kesehatan. Air Minum Isi Ulang Galon Pada (Berkat Sidin) Ini diolah menggunakan mesin RO (*Reverse Osmosis*) yang memproduksi air yang sehat dan higienis.

Promosi yang dilakukan Air Minum dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Galon (Berkat Sidin) adalah dengan menggunakan door to door, siaran radio, dan bahkan jejaring social. Mereka juga menggunakan system metode penjualan personal, yang dimaksud dengan penjualan personal ini ialah menjaga hubungan pribadi baik dengan konsumen agar selalu akrab dan ramah yang bertujuan agar konsumen selalu setia terhadap produk yang kita tawarkan.

Air Minum dan Air RO (*Reverse Osmosis*) isi ulang (Berkat Sidin) mendistribusikan produknya kewilayah cempaka, bangkal dan sekitaran Banjarbaru kota. Mereka sudah cukup mempunyai banyak daerah penyebaran produknya dan Air Minum dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang Galon (Berkat Sidin) juga punya masa kadaluarsanya. Didalam mengemas produknya, Air Minum dan Air RO (*Reverse Osmosis*) isi ulang ini merupakan kemasan yang menarik ditentukan dengan menggunakan ciri khas logo dan pembelian label yang menggunakan tutup botol dan kertasnya bertulis warna ungu agar terlihat istimewa dan terkesan mewah, dengan logo ini mudah dimengerti dan diingat orang.

Melihat dari data yang ada dan berbagai masalah pemasaran Air Galon dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang (Berkat Sidin) memiliki hipotesis bahwa air ini sudah menerapkan manajemen strategi bauran pemasaran yang efektif untuk memasarkan produknya, sudah fokus dalam merancang memformulasikan, serta mengimplementasikan strategi bauran pemasaran dalam mengembangkan usahanya.

Air Galon dan Air RO (*Reverse Osmosis*) Isi Ulang (Berkat Sidin) terletak didaerah Cempaka Kota Banjarbaru yang merupakan salah satu usaha produksi air minum isi ulang yang memiliki citra produk yang baik dan berpotensi untuk memperluas daerah pemasaran, dengan melaksanakan observasi Air Galon dan Air RO

(Reverse Osmosis) Isi Ulang (Berkat Sidin), menciptakan strategi pemasaran agar usaha depot air gallon isi ulang ini diminati oleh masyarakat, dari sini penulis mengambil judul “Analisis Strategi Bauran Pemasaran Air gallon dan Air RO (Reverse Osmosis) Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru”.

Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis strategi bauran pemasaran air galon isi ulang pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru menggunakan dimensi 4P yaitu, tempat, produk, harga dan promosi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden menggunakan purpose sampling yang dimana masyarakat Cempaka Banjarbaru yang membeli Air Galon Dan Air RO (Reverse Osmosis) Isi Ulang pada (Berkat Sidin) dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner.

Analisis

Menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI), pengertian analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya. Analisis sangat dibutuhkan untuk menganalisa dan mengamati sesuatu yang tentunya bertujuan untuk mendapatkan hasil akhir dari pengamatan yang sudah dilakukan.

Strategi Bauran Pemasaran

Serangkaian rancangan yang bertujuan untuk memasarkan suatu produk kepada masyarakat, sehingga dapat mencapai target pasar salah satunya produk yang ditawarkan dapat terjual dan bias menghasilkan keuntungan yang maksimal.

Air galon dan Air RO (Reverse Osmosis) Isi Ulang Pada (Berkat Sidin)

Air minum yang diproduksi menggunakan mesin RO (Reverse Osmosis), bik itu skala rumah tangga (bukan depot) ataupun skala bisnis (Depot Air Isi Ulang dan Air RO (Reverse Osmosis) mengandung mineral sangat sedikit atau bahkan tidak ada mineral sama sekali (jika TDS nya sampai Nol).

Cempaka Banjarbaru

Cempaka adalah salah satu kecamatan di Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia sebagai tempat objek penelitian.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah melalui wawancara dan dokumentasi sedangkan analisis data yang digunakan deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dimensi	Indikator	Skor Jawaban					TOTAL SKOR
		SB	B	CB	TB	STB	
Produk	1. Kualitas produk	7	50	23	-	-	
	Bobot nilai	35	200	69	-	-	304
	2. Kemasan produksi	19	33	27	1	-	
	Bobot nilai	95	132	81	2	-	310
	3. Daya saing	10	43	27	1	-	
	Bobot nilai	50	172	81	2	-	305
Harga	4. Harga terjangkau oleh konsumen	10	43	27	-	-	
	Bobot nilai	50	172	81	-	-	303
	5. Harga sesuai produk	18	31	29	2	-	
	Bobot nilai	90	124	87	4	-	305
	6. Harga bersaing	17	39	0	4	-	
	Bobot nilai	85	156	0	8	-	249
Tempat	7. Kenyamanan tempat	19	37	19	22	2	
	Bobot nilai	95	148	57	44	2	346
	8. Letak Usaha	16	34	28	2	-	
	Bobot nilai	80	136	84	4	-	304
	9. Akses lokasi	19	34	26	1	-	
	Bobot nilai	95	136	78	2	-	311

	10. Media sosial	10	43	27	-	-	
	Bobot nilai	50	172	81	0	0	303
Promosi	11. Mulut ke mulut	10	47	19	4	-	
	Bobot nilai	50	188	57	8	-	303
	12. Iklan	19	31	28	4	-	
	Bobot nilai	95	124	84	8	-	311
	Total bobot skor	-	-	-	-	-	3654

Keterangan : Data diolah tahun 2022

Dari table diatas mengenai rekapitulasi Bauran Pemasaran Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru. Dapat dilihat jumlah skor total sebesar 3654 dibawah ini dapat diketahui nilai tertinggi dan nilai terendah sebagai berikut :

Nilai Maksimal $12 \times 5 \times 80 = 4800$

Nilai Minimal $12 \times 1 \times 80 = 960$

Skor Maksimal – Skor Minimal = $4800 - 960 = 3840 = 768$

Item 5 5

Untuk mengetahui tingkat rekapitulasi Bauran Pemasaran Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru maka dapat ditentukan dibawah ini :

Sangat Baik = 4032-4800

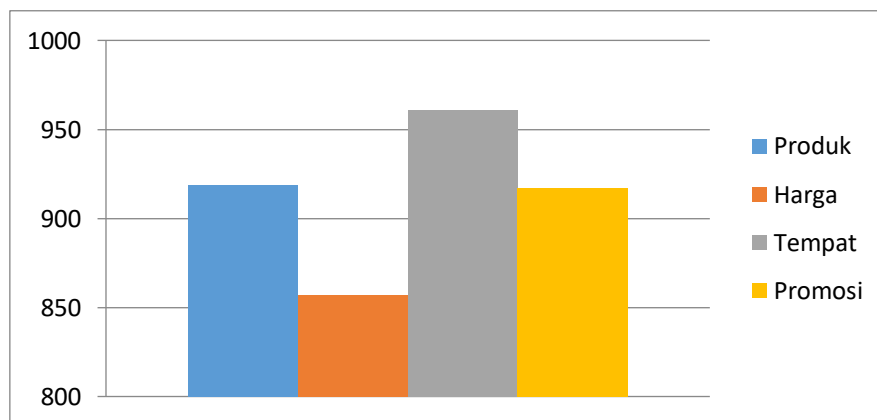
Baik = 3264-4032

Cukup Baik = 2496-3264

Tidak Baik = 1728-2497

Sangat Tidak Baik = 960-1728

Berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban responden dapat dilihat bahwa Bauran Pemasaran Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini mendapatkan poin sebesar 3654 dan berada pada rentang kategori BAIK oleh para konsumen yang ingin membeli Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru dan hal ini akan berdampak yang baik dan positif oleh masyarakat khususnya para konsumen yang telah membeli Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin).



Gambar 1. Rekapitulasi Tanggapan Responden Tentang Bauran Pemasaran Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) Di Cempaka Banjarbaru

Berdasarkan hasil penelitian diatas hasil deskriptif menunjukkan bahwa variable produk yang berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden mengenai Bauran Pemasaran Pada Air Galon Isi Ulang (Berkat Sidin) ini berada dalam kategori yang baik.

Mengenai produk kualitas Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin), mengenai kemasan produk Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) berada pada kategori baik. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen kepasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan pasar untuk memenuhi keinginan atau

kebutuhan dalam penelitian ini penerapan strategi pemasaran yang digunakan oleh Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini cukup baik karena selalu berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, jadi bukan hanya sekedar menghasilkan produk dan berperan sebagai penjual, namun melalui Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini juga turut melakukan jasanya berdasarkan permintaan, keinginan dan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variable harga mengenai harga produk Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) apakah harganya sudah terjangkau, bagaimana harga Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini mengikuti dinamika pasar, didapatkan hasilnya bahwa variable harga pada produk Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini dalam kategori baik. Dalam bauran pemasaran, harga merupakan salah satu factor penting yang mempengaruhi pemasaran produk tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mencari suatu produk. Dalam menentukan harga jual Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin), Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini memberikan harga yang berbeda. Patokan harga yang galon kecil atau 10 liter Rp. 5.000 dan galon besar atau 19 liter Rp. 8.000.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel promo mengenai periklanan Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) memulai brosur sudah baik, bagaimana promosi online dan apakah promosinya yang dilakukan dari mulut ke mulut sudah baik, dari hasil didapatkan bahwa bauran pemasaran Air Galon Ulang Pada (Berkat sidin) ini pada variabel promosi berada pada kategori baik.

Promosi yang dilakukan Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) ini adalah melalui social, radio, brosur dan mulut ke mulut. Tujuan utama promosi adalah memberikan informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatkan penjualan. Suatu kegiatan promosi jika dilaksanakan dengan baik dapat mempengaruhi konsumen mengenai dimana dan bagaimana konsumen membelanjakan pendapatnya.



Gambar 2. Depot Air Isi Ulang Ulang (Berkat Sidin)

PENUTUP

Kesimpulan

1. Bauran Pemasaran Produk Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan promosi sudah terlaksana dengan baik.
2. Strategi bauran pemasaran yang dilakukan Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) di Cempaka Banjarbaru selama ini adalah melalui media sosial, radio, brosur dan mulut ke mulut. Tujuan utama promosi adalah memberikan informasi, menarik perhatian dan selanjutnya memberi pengaruh meningkatkan penjualan.

Saran-saran

1. Bagi perusahaan, khususnya perusahaan Air Galon Isi Ulang Pada (Berkat Sidin) bahwa secara keseluruhan produk yang ditawarkan sudah baik. Mengingat banyaknya pesaing tentu perusahaan harus tetap melakukan beberapa hal sehingga nantinya memiliki persepsi jauh lebih baik lagi dari saat ini.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat dilakukan pengembangan terhadap penelitian ini dan diharapkan dengan merek produk yang lain sehingga yang teridentifikasi lebih banyak lagi, dan semoga dapat menjadikan referensi selanjutnya.

REFERENSI

Anggreni, P. (2015). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Omset Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Pada CV. Satria Putra Di Tabanan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1-5.

- Assauri, S. (2013). *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- David, F. (2012). *Manajemen Strategis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Dhanovan. M. (2016). Analisis Strategi Bersaing Mobil Suzuki Pada PT. Persada Lampung Raya Dibandar Lampung. *Skripsi*.
- Kareh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S.S. (2018). Analisis Strategi Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulagi. *Jurnal EMBA*, 968-977.
- Mardianti, O. G., Syahdanur, & Suryani, S. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Objek Wisata Kebun Binatang Kasang Kulim Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar. *Jurnal Ekonomi Kiat*, Vol 30, 37-43.
- Siregar, Y. H., Sunarti, & Mawardi, M. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 42*, 10.