

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih, sehingga menciptakan obyek-obyek, teknik yang dapat membantu manusia dalam pengerjaan sesuatu lebih efisien dan cepat. Salah satunya yaitu teknologi pengolahan air minum. Karena semakin banyaknya aktivitas yang dilakukan oleh manusia, maka mereka cenderung memilih cara yang lebih praktis. Cara yang lebih praktis digunakan oleh masyarakat dalam melakukan aktivitas tersebut tidak lain untuk memanfaatkan waktu seefektif mungkin ditengah kesibukan mereka dalam mencari penghasilan.

Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Teknologi juga memberikan banyak kemudahan, serta sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas manusia. Manusia juga sudah menikmati banyak manfaat yang dibawa oleh inovasi-inovasi teknologi yang telah dihasilkan saat ini. (Ngafifi, 2014).

Salah satu dari kebutuhan hidup manusia yaitu air karena air merupakan kebutuhan dasar manusia yang sangat diperlukan dan sangat penting bagi tubuh, hampir keseluruhan sel dalam tubuh manusia mengandung senyawa air (H₂O). Air sangat berperan penting dikehidupan manusia, manfaat air bagi tubuh manusia untuk membantu proses pencernaan, mengatur proses metabolisme, mengangkut zat-zat makanan dan menjaga keseimbangan tubuh.

Menurut para ahli kesehatan tubuh membutuhkan air untuk dikonsumsi sebanyak 2,5 liter atau setara dengan 8 gelas setiap harinya, apabila jumlah air yang dikonsumsi kurang dari jumlah ideal, tubuh akan mengurangi cairan (*dehidrasi*) yang menyebabkan tubuh mudah lemas dan mengalami gangguan kesehatan. Maka dari itu manusia tidak bisa bertahan

hidup tanpa adanya air, karena apabila manusia cukup banyak kehilangan air maka akan berakibat fatal bagi kesehatan tubuh manusia dan bahkan bisa mengakibatkan kematian. Manusia menggunakan air yang bersih sebagian besar untuk diminum dan untuk kebutuhan lainnya.

Semakin tingginya kemajuan teknologi yang telah dimiliki oleh masyarakat saat ini, maka semakin mendorong masyarakat untuk menciptakan suatu industri yang menyediakan air minum yang lebih praktis dan baik untuk kesehatan tubuh. Salah satunya yaitu Depot air minum isi ulang Kangen Water. Kangen Water ialah merek dari air minum isi ulang yang dapat digunakan untuk membersihkan dan mengeluarkan limbah asam dan racun dari dalam tubuh atau disebut juga dengan proses detoksifikasi.

Depot air minum isi ulang kangen water yang diambil dalam penelitian ini adalah berada di Ruslan Toko. Ruslan Toko sudah berdiri kurang lebih 20 tahun, sebelumnya Ruslan Toko menjual produk sembako. Ruslan Toko juga menjual air minum isi ulang biasa, air minum Aqua galon, air minum Alfa galon, air Alfa gelas dan gas elpiji. Pada tahun 2016 Ruslan Toko memulai usaha Depot air minum isi ulang Kangen Water, Ruslan Toko tertarik untuk memulai usaha Depot air minum isi ulang Kangen Water ini dikarenakan manfaat dari Kangen Water tersebut selain dapat diminum juga dapat digunakan untuk memasak, perawatan kulit, dan sebagai obat. Harga dari air minum isi ulang Kangen Water tersebut juga tinggi dan dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar dari gas elpiji, air minum isi ulang biasa maupun produk lainnya.

Depot air minum isi ulang Kangen Water ialah salah satu usaha yang menawarkan jasa pengisian ulang air kangen yang dapat digunakan berbagai macam kebutuhan, seperti untuk diminum, memasak dan juga dapat digunakan untuk perawatan kulit. Jasa pengisian Depot air minum isi ulang Kangen Water menawarkan harga Rp 25.000/galon. Harga yang ditawarkan oleh Depot air minum isi ulang Kangen Water ini berbeda dengan harga yang ditawarkan di tempat lain yaitu sekitar Rp 40.000/galon. Depot air

minum isi ulang Kangen Water ini juga sudah memiliki uji Laboratorium dari Dinas Kesehatan, sehingga aman dan baik untuk di konsumsi.

Depot air minum isi ulang Kangen Water dalam pemasaran memerlukan promosi karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui apa itu produk Kangen Water, sehingga setiap ada konsumen yang datang ke Ruslan Toko ia selalu menjelaskan manfaat dari Kangen Water tersebut dengan maksud mendorong konsumen agar tertarik untuk menjadi pelanggan. Adapun promosi yang dilakukan oleh Ruslan Toko untuk Depot air minum isi ulang Kangen Water ini yaitu periklanan, seperti spanduk dan kartu nama, spanduk yang dipasang di depan tempat usaha Depot air minum isi ulang Kangen Water itu sendiri, kartu nama yang dibagikan oleh Ruslan Toko ke setiap rumah-rumah warga disekitar, dan promosi penjualan dengan memberikan harga yang lebih murah dibandingkan harga di Depot air minum isi ulang Kangen Water ditempat lain.

Target penjualan yang telah ditentukan oleh Depot air minum isi ulang Kangen Water di satu bulan pertama sampai dengan bulan ke sepuluh tidak mencapai sesuai target. Kendala yang didapatkan oleh Depot air minum isi ulang Kangen Water tidak mencapai target penjualan ini timbul karena kurang maksimalnya promosi yang dilakukan oleh Kangen Water.

Berikut target dan realisasi penjualan yang dapat dijelaskan dalam bentuk tabel:

Tabel 1.1
Target Penjualan dan Realisasi Penjualan
Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water Tahun 2016-2018

No	Bulan	Target (Galon)	Penjualan (Galon)			Laba (Rp)		
			2016	2017	2018	2016	2017	2018
1.	Januari	900	700	680	700	17.500.000	17.000.000	17.500.000
2.	Febuari	900	650	630	650	16.250.000	15.750.000	16.250.000
3.	Maret	900	650	900	700	16.250.000	22.500.000	17.500.000
4.	April	900	700	720	630	17.500.000	18.000.000	15.750.000
5.	Mei	900	730	650	620	18.250.000	16.250.000	15.500.000
6.	Juni	900	770	700	650	19.250.000	17.500.000	16.250.000
7.	Juli	900	850	850	800	21.250.000	21.250.000	20.000.000
8.	Agustus	900	820	610	650	20.500.000	15.250.000	16.250.000
9.	September	900	800	830	720	20.000.000	20.750.000	18.000.000
10.	Oktober	900	680	900	780	17.000.000	22.500.000	19.500.000
11.	November	900	900	650	600	22.500.000	16.250.000	15.000.000
12.	Desember	900	900	880	900	22.500.000	22.000.000	22.500.000
Total			9150	9000	8400	228.750.000	225.000.000	210.000.000

Sumber: Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa realisasi penjualan air minum isi ulang kangen water mengalami penurunan disetiap tahun dari total laba, akan tetapi penjualan di setiap bulan mengalami fluktuasi. Depot air minum isi ulang Kangen Water ini sudah melakukan beberapa strategi promosi untuk meningkatkan volume penjualan diantaranya yaitu dengan cara penjualan personal, promosi penjualan dengan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan ditempat lain, akan tetapi volume penjualan masih berfluktuasi. Adapun yang menjadi konsumen pada Depot air minum isi ulang Kangen Water yaitu masyarakat daerah setempat yang sudah menjadi pelanggan, dan ada juga konsumen dari jauh yang kebetulan lewat di lokasi Depot air minum isi ulang Kangen Water.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penulisan laporan akhir yaitu **“Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat disimpulkan yaitu bagaimana strategi promosi yang diterapkan dalam meningkatkan volume penjualan pada Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dalam laporan ini, maka dari itu penulis hanya membahas seputar “Strategi Promosi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water”.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini yaitu, untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan pada Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana informasi dan menambah wawasan pengetahuan tentang bagaimana strategi promosi yang baik.

b. Bagi Perusahaan

Penulis dapat memberikan masukan dan saran tentang strategi promosi yang baik dalam pemasaran agar dapat meningkatkan volume penjualan.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian laporan akhir ini, penelitian dilakukan di usaha Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water bertempat di Jalan Politkenik Bukit Lama Ilir Barat I Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini yaitu:

1. Data Primer

Menurut Kuncoro (2003:127) Data primer biasanya diperoleh dengan mensurvei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam hal ini data yang diperoleh oleh penulis yaitu melalui wawancara langsung dengan Bapak Ruslan sebagai pemilik usaha Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water.

2. Data Sekunder

Menurut Kuncoro (2003:127) Data sekunder biasanya data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Semua data yang diperoleh secara tidak langsung dari objek yang diteliti, studi kepustakaan dan data yang telah diolah dari Usaha Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water. Data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut, seperti sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan lain-lain.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam rangka memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan beberapa metode diantaranya sebagai berikut:

1. Riset Lapangan

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan langsung ke tempat lokasi perusahaan dalam hal ini yaitu Depot Air Minum Isi Ulang Kangen Water Jalan Politeknik Bukit Lama Ilir Barat I Palembang dengan cara wawancara.

Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan metode wawancara. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara langsung dengan Bapak Ruslan sebagai pemilik usaha Depot Isi Ulang Kangen Water tentang data-data yang diperlukan.

2. Riset Kepustakaan

Penelitian ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur, buku-buku dan referensi-referensi lain serta jurnal-jurnal penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang ada sebagai bahan masukan penelitian dalam melakukan penulisan laporan akhir ini.

1.5.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis untuk menganalisis data yang telah diperoleh dari perusahaan yaitu data yang akan diolah dan digolongkan menurut kebutuhan dan selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif.

Menurut Sugiyono (2016:9) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat

induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan *makna* dari pada *generalisasi*.

Menurut Moleong (2014:6) Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll. Secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.