

ABSTRAK

TGM99 merupakan merek air minum dalam kemasan (AMDK) lokal yang berbasis di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Perusahaan ini mengalami pertumbuhan usaha yang signifikan setelah diakuisisi pada tahun 2022. Namun, di tengah pertumbuhan tersebut, TGM99 menghadapi persaingan yang sangat ketat dari merek-merek nasional maupun lokal dalam industri AMDK.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan gambaran umum Perusahaan TGM99, menganalisis kondisi persaingan industri AMDK menggunakan pendekatan Porter's Five Forces, serta mengidentifikasi strategi bersaing TGM99. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TGM99 menghadapi ancaman pendatang baru yang terhambat oleh modal dan regulasi, kekuatan tawar pembeli yang tinggi terutama di tingkat distributor, kekuatan tawar pemasok yang sedang, ancaman substitusi yang rendah, serta persaingan antar perusahaan sejenis yang tinggi. Strategi bersaing TGM99 merupakan kombinasi harga kompetitif, kualitas produk, diferensiasi budaya lokal, dan penguatan distribusi yang mencerminkan pendekatan cost leadership dan differentiation.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan kepada TGM99 untuk memperluas distribusi, memperkuat pemasaran berbasis identitas lokal, serta meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan analisis yang lebih luas seperti SWOT.

Kata Kunci: *Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), Porter's Five Forces, Strategi Bersaing, TGM99, Industri FMCG*

ABSTRACT

TGM99 is a local bottled drinking water (AMDK) brand based in Sumedang Regency, West Java. The company has experienced significant business growth after being acquired in 2022. However, amid this growth, TGM99 faces very intense competition from both national and local brands in the AMDK industry.

This study aims to describe the general profile of TGM99 company, analyze the competitive conditions of the AMDK industry using Porter's Five Forces approach, and identify the competitive strategies implemented by TGM99. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation, and documentation.

The research findings indicate that TGM99 faces a moderate threat of new entrants hindered by high capital and regulatory barriers, high bargaining power of buyers especially at the distributor level, moderate bargaining power of suppliers, low threat of substitute products, and high rivalry among existing competitors. The competitive strategy of TGM99 is a combination of competitive pricing, product quality, local cultural differentiation, and distribution strengthening, reflecting a hybrid approach of cost leadership and differentiation.

Based on these results, it is recommended that TGM99 expand its distribution network, strengthen marketing based on local identity, and increase consumer loyalty. Future research is suggested to use a broader analytical approach such as SWOT analysis.

Keywords: Bottled Drinking Water (AMDK), Porter's Five Forces, Competitive Strategy, TGM99, FMCG Industry

RINGKESAN

TGM99 mangrupikeun mérek cai inuman dina kemasan (AMDK) lokal anu berbasis di Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Pausahaan ieu ngalaman kamekaran usaha anu signifikan sanggeus diakuisisi dina taun 2022. Sanajan kitu, di tengah kamekaran éta, TGM99 ngahadapi persaingan anu kacida ketatna ti mérek nasional boh lokal dina industri AMDK.

Panalungtikan ieu boga tujuan pikeun ngagambarkeun gambaran umum pausahaan TGM99, nganalisis kaayaan persaingan industri AMDK ngagunakeun pendekatan Porter's Five Forces, sarta ngidentifikasi strategi bersaing anu diterapkeun ku TGM99. Méthode anu digunakeun nyaéta deskriptif kualitatif kalayan téknik ngumpulkeun data ngaliwatan wawancara, observasi, jeung dokumentasi.

Hasil panalungtikan nunjukkeun yén TGM99 ngahadapi ancaman pendatang anyar anu kawates ku modal jeung régulasi anu luhur, daya tawar pameser anu luhur utamana di tingkat distributor, daya tawar pemasok anu sedeng, ancaman produk pengganti anu rendah, sarta persaingan antar pausahaan sejenis anu luhur. Strategi bersaing TGM99 mangrupikeun kombinasi harga kompetitif, kualitas produk, diferensiasi budaya lokal, jeung penguatan distribusi anu ngagambarkeun pendekatan campuran cost leadership jeung differentiation.

Dumasar kana hasil éta, disarankeun ka TGM99 pikeun ngalegaan jaringan distribusi, nguatkeun pamasaran dumasar kana identitas lokal, sarta ningkatkeun loyalitas konsumen. Panalungtikan salajengna disarankeun ngagunakeun pendekatan analisis anu leuwih lega sapertos SWOT analysis.

Kecap Konci: Cai Inuman Dina Kemasan (AMDK), Porter's Five Forces, Strategi Bersaing, TGM99, Industri FMCG