

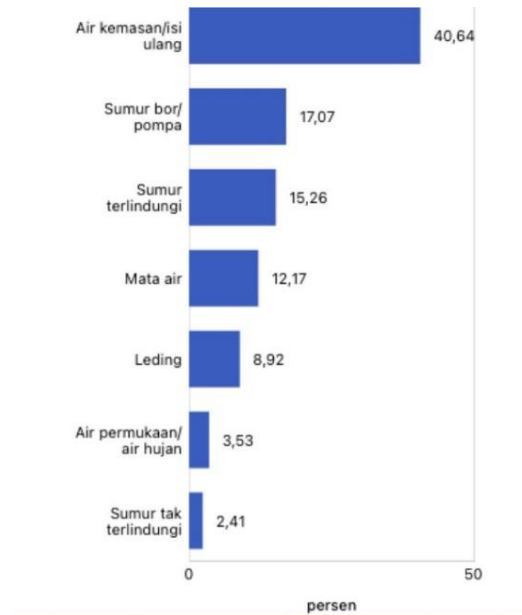
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Kebutuhan air minum merupakan kebutuhan mendasar yang melekat pada aktivitas masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, kebutuhan akan air minum yang higienis, praktis serta aman, mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kondisi ini dipengaruhi oleh meningkatnya mobilitas harian masyarakat, laju urbanisasi, jaminan kualitas, perubahan pola konsumsi yang semakin menuntut ketersediaan produk instan siap pakai. Di beberapa wilayah, keterbatasan akses terhadap air bersih juga mendorong masyarakat beralih pada produk air minum dalam kemasan (AMDK) sebagai solusi utama pemenuhan kebutuhan hidrasi. Maka dari itu, produk air minum dalam kemasan menjadi bagian penting dalam rutinitas sehari-hari masyarakat.

Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan air minum tersebut, TGM99 hadir sebagai pelaku usaha air minum dalam kemasan yang berbasis di sumedang, Jawa Barat. Sebagai produsen AMDK, TGM99 menyediakan berbagai jenis produk air minum mulai dari galon, botol dengan berbagai ukuran hingga kemasan gelas yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen di berbagai segmen. TGM99 juga senantiasa mengutamakan kualitas produk bagi konsumennya. Kehadiran TGM99 turut menggambarkan dinamika pertumbuhan usaha AMDK regional yang berkembang seiring meningkatnya permintaan masyarakat.



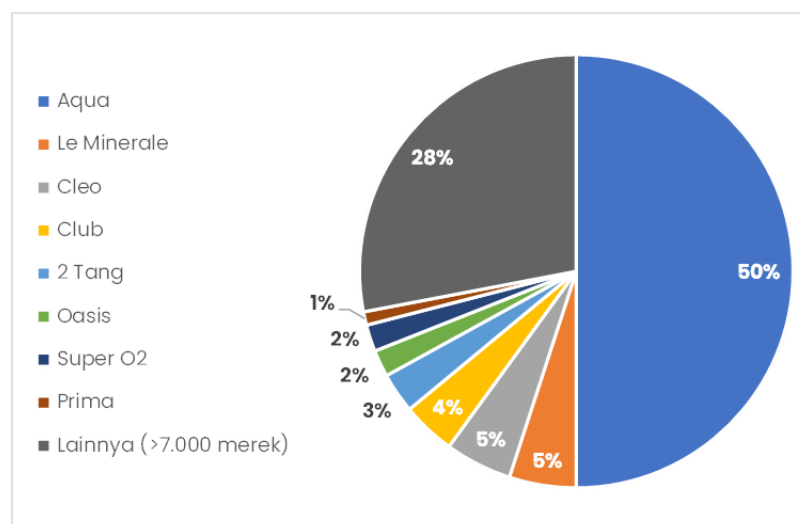
**Gambar 1. 1 Sumber Air Minum**

Berdasarkan data yang diperoleh dari (Databoks) yang dikutip oleh Nabilah Muhamad, mayoritas rumah tangga di Indonesia, yaitu sekitar 40,64%, telah menjadikan air kemasan sebagai sumber air minum utama mereka pada tahun 2023, hal ini terekam dalam Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) pada Maret 2023. Hal ini menunjukkan bahwa pasar AMDK di Indonesia sangat besar dan akan terus berkembang. Prospek masa depan industri AMDK pun dinilai tetap menjanjikan. Asosiasi Produsen Air Minum Kemasan Nasional (ASPARMINAS) bahkan memprediksi pertumbuhan signifikan hingga 10% pada tahun 2025.

Menurut perspektif pemasaran Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) termasuk dalam kategori produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG), yaitu produk yang tingkat konsumsinya tinggi, perputarannya cepat, serta sangat sensitif terhadap harga, ketersediaan, dan preferensi konsumen. Menurut (Kotler dan Armstrong 2018). AMDK di Indonesia terbagi kepada empat jenis seperti Air

Mineral Alami, Air Mineral, Air Demineral, dan Air Minum Embun, yang masing masing jenis airnya memiliki karakteristik produksi yang berbeda namun tetap harus memenuhi standar SNI dan BPOM. Variasi jenis produk ini memberikan pilihan preferensi bagi konsumen, juga memperluas ruang kompetisi antar produsen AMDK.

Kebutuhan yang tinggi dan prospek yang menjanjikan menjadikan industri AMDK menjadi salah satu sektor dengan tingkat persaingan yang tinggi di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) mencatat terdapat 7.780 produk AMDK yang terdaftar dan diproduksi oleh 1.032 perusahaan produsen air yang beroperasi di Indonesia, data ini menunjukkan intensitas kompetisi yang tinggi di industri ini. Produsen AMDK terbagi menjadi dua kelompok yaitu merek nasional yang memiliki brand awareness yang kuat, jaringan distribusi yang luas, serta merek produsen lokal yang bersaing melalui kedekatan pasar, fleksibilitas, serta persaingan harga yang lebih kompetitif.



**Gambar 1. 2 Market Share AMDK 2023**

*Sumber : Nusantara Invest, 2023*

Data pangsa pasar AMDK dalam diagram lingkaran menunjukkan bahwa merek-merek besar seperti Aqua mendominasi pasar dengan penguasaan sebesar 50%. Merek-merek lain seperti Le Minerale, dan Cleo memiliki pangsa pasar masing-masing sekitar 5%. Sementara itu, terdapat kontribusi yang cukup besar dari merek-merek lain yang jumlahnya sangat banyak, yaitu lebih dari 7000 merek yang menguasai 28% pangsa pasar. Dalam kelompok ini, merek TGM99 termasuk kedalam segmen pasar tersebut. Dengan berada di pasar 28% tersebut TGM99 mengalami tantangan visibilitas dan diferensiasi produk, serta kesiapan bersaing dengan ribuan produsen lain yang menawarkan karakteristik produk serupa.

Di wilayah Sumedang data pangsa pasar berdasarkan hasil survei lapangan yang dilakukan pada beberapa agen, pengecer, dan konsumen di wilayah Kabupaten Sumedang, diketahui bahwa pangsa pasar Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di daerah Sumedang didominasi oleh beberapa merek utama. Merek nasional seperti Le Minerale, AQUA masih menempati posisi teratas dalam preferensi konsumen, yang ditunjukkan oleh tingkat ketersediaan produk yang luas serta volume penjualan yang relatif tinggi di tingkat agen dan pengecer. Selain merek nasional, merek regional seperti Minola, RON88 dan TGM99 juga memiliki pangsa pasar yang cukup signifikan, terutama pada daerah dan segmen konsumen tertentu

Industri AMDK menghadapi tekanan serius dari sisi kepercayaan publik akibat sejumlah kasus terkait transparansi sumber air dan klaim produk. Kasus ini mencuat karena muncul dugaan bahwa klaim sumber air yang dipromosikan tidak sepenuhnya sesuai dengan kenyataan, sehingga memicu hilangnya kepercayaan konsumen. Kasus ini berlanjut hingga DPR RI memanggil beberapa perusahaan besar untuk mengklarifikasi sumber air yang digunakan (CNBC Indonesia, 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa tekanan dalam industri tidak hanya datang dari pesaing atau produk substitusi, tetapi juga dapat muncul dari konsumen sebagai pembeli yang semakin kritis terhadap kualitas dan kejujuran informasi produk.

Melihat besarnya tantangan dan dinamika yang terjadi dalam industri AMDK, pelaku industri baik produsen nasional maupun lokal seperti TGM99 dihadapkan dalam pembuatan strategi yang tepat agar mampu bertahan dan bersaing dalam industri ini. Mempertimbangkan persaingan industri yang semakin ketat diperlukan analisis yang menyeluruh terhadap kondisi eksternal yang memengaruhi daya saing perusahaan. Setiap tekanan yang muncul di dalam industri perlu dipahami oleh perusahaan. Tekanan tersebut bisa datang dari berbagai arah, seperti pesaing dari produsen lain, pemasok yang memengaruhi kelancaran produksi melalui harga, ketersediaan bahan baku, serta konsumen yang kini semakin selektif dalam memilih produk, perusahaan juga harus memperhatikan keberadaan produk pengganti yang terus berkembang dan dapat membuat konsumen beralih, serta kemungkinan munculnya pemain baru yang siap masuk ke pasar dan menambah persaingan. Dengan memahami semua ini dengan baik, perusahaan dapat menyusun strategi bersaing yang tepat dan mampu bertahan dalam persaingan.

Kebutuhan akan analisis eksternal ini menjadikan kerangka Porter's Five Forces sebagai alat analisis yang tepat karena mampu memberikan gambaran lengkap mengenai posisi perusahaan di tengah persaingan industri. Pendekatan ini juga memungkinkan perusahaan untuk mengetahui faktor mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kinerja bisnis dan potensi pertumbuhan perusahaan. Selain itu, analisis ini membantu mengungkap peluang yang dapat dimanfaatkan serta ancaman yang perlu diantisipasi.

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dianalisis bagaimana TGM99 dapat memanfaatkan kondisi pasar AMDK yang semakin kompetitif untuk merumuskan strategi bersaing yang tepat dan efektif. Kekuatan tawar menawar pembeli, tawar menawar pemasok, kehadiran produk substitusi, persaingan dalam industri dan kehadiran pesaing merek baru membuat TGM99 harus mampu menyesuaikan diri agar dapat terus bersaing dan berkembang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memahami kekuatan dan tekanan eksternal menjadi sangat penting agar mampu mempertahankan keberlanjutan usaha ditengah persaingan yang ketat. Usaha menghadapi persaingan ini menuntut TGM99 untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi Keputusan strategi bersaing. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik mengangkat penelitian berjudul **“Analisis Strategi Bersaing AMDK TGM99 Menggunakan Pendekatan Porter’s Five Forces Di Kabupaten Sumedang”**.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus pada penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi bersaing AMDK TGM99 berdasarkan lima aspek dalam Porter’s Five Forces. Diantaranya, ancaman pendatang baru, kekuatan tawar menawar pembeli, kekuatan tawar menawar pemasok, ancaman produk pengganti, persaingan dalam industri sejenis

Sehingga penelitian ini diarahkan untuk memahami dan mengidentifikasi kondisi persaingan serta faktor-faktor eksternal yang memengaruhi posisi kompetitif perusahaan.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka peneliti mengidentifikasi masalah yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum perusahaan TGM99?
2. Bagaimana kondisi persaingan industri AMDK yang dihadapi TGM99 ditinjau dari lima kekuatan pesaing menurut Porter's Five Forces?
3. Strategi bersaing apa yang diterapkan oleh TGM99 dalam meningkatkan daya saing dan bertahan di tengah kompetisi industri AMDK?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan gambaran umum perusahaan TGM99.
2. Untuk mengetahui kondisi persaingan industri AMDK yang dihadapi TGM99 dengan pendekatan porter's five forces.
3. Untuk mengetahui strategi bersaing yang diterapkan oleh TGM99.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan juga menjadi pengetahuan, wawasan dalam penerapan teori Ilmu Administrasi Bisnis.

2. Secara Praktik

- 1) Bagi peneliti

Penelitian ini memberikan pemahaman bagi peneliti mengenai konsep strategi bersaing, analisis industri dan teori teori yang dipelajari dalam konteks nyata

2) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan Keputusan strategi bersaing.

3) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi atau referensi bagi peneliti selanjutnya ataupun pihak terkait yang mengkaji industri AMDK, strategi bersaing atau penerapan analisis Porter's five forces.

## **1.6 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.6.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu berada di Jl. Mayor Mansu, Sindangpakuon, Kec. Cimanggung, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.

### **1.6.2 Lamanya Penelitian**

Lamanya penelitian direncanakan selama 6 bulan. mulai dari bulan oktober sampei dengan bulan maret untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam tabel dibawah.

