

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Air memiliki peranan penting bagi tubuh manusia, sekitar 60% - 70% komponen penyusun tubuh manusia terdiri dari air. Air adalah pelarut universal dari hampir semua jenis zat. Dalam proses metabolisme tubuh air merupakan komponen yang berfungsi untuk melancarkan aliran darah di dalam tubuh. Dengan mengonsumsi air minum yang cukup dapat membantu menjaga kadar cairan tubuh, sehingga kesehatan organ tubuh terjaga dan dapat berfungsi dengan baik. Namun kualitas air yang diminum pun harus diperhatikan, karena tidak semua air baik untuk dikonsumsi (Yuniarsih & Sigalingging, 2024).

Aini et al., (2017) menyatakan bahwa air minum yang layak konsumsi harus memenuhi kriteria seperti air yang tidak memiliki (bau, warna, dan rasa), tidak berada dalam suhu tinggi, tidak mengandung mikroorganisme berbahaya, tidak mengandung bahan logam maupun kimia berbahaya, dan memiliki pH air 6.5–8.5.

Kemajuan teknologi turut berkontribusi dalam upaya pengolahan air menjadi air yang lebih sehat dan higienis yang telah diproses tanpa bahan pangan atau bahan tambahan lainnya yang kemudian diuji secara klinis untuk dikonsumsi sebagai air minum. Pengolahan air melalui beberapa proses tertentu, seperti filtrasi, distilasi, deionisasi, purifikasi yang tinggi, canggih dan modern, menghadirkan produk Air Minum Dalam Kemasan atau biasa disingkat AMDK.

Air minum dalam kemasan (AMDK) telah menjadi salah satu kebutuhan pokok

masyarakat, terutama di daerah perkotaan yang mengalami urbanisasi pesat. Tingginya permintaan akan AMDK disebabkan oleh faktor kemudahan akses dan jaminan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan air keran. Seiring meningkatnya permintaan, persaingan di industri AMDK semakin ketat dengan hadirnya berbagai merek seperti DAXU, Aqua, Le Minerale, dan Cleo, yang masing-masing menawarkan keunggulan dalam hal kemurnian, rasa, serta kandungan mineral. Dalam kompetisi ini, strategi harga menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi pilihan konsumen. Potongan harga, promo bundling, dan program loyalitas menjadi strategi yang sering diterapkan untuk menarik perhatian pasar yang semakin selektif dalam memilih produk berkualitas dengan harga yang lebih kompetitif.

Daxu sendiri adalah merek Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sleman, Yogyakarta. Diluncurkan pada tahun 2018, Daxu diambil dari istilah "Dari Air Kaliurang" yang mencerminkan sumber air yang digunakan yaitu dari wilayah Kaliurang. Produk ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air minum berkualitas dan tersedia dalam berbagai kemasan, termasuk cup, botol dan galon.

PDAM Sleman juga telah melaksanakan berbagai strategi pemasaran untuk memperkenalkan Daxu kepada masyarakat. Langkah awal dilakukan melalui sosialisasi kepada perangkat desa, kecamatan, dan instansi pemerintah agar mereka mengenal dan menggunakan produk ini dalam kegiatan resmi. Selain itu, PDAM juga memasarkan Daxu ke berbagai retail dan swalayan di seluruh wilayah Sleman dan sekitarnya dengan melakukan pemberian sampel dan surat penawaran. Selain

itu mereka juga memberikan produk gratis ketika membeli dalam jumlah banyak serta potongan harga jika melakukan pemberian rutin.

Meskipun memiliki potensi yang baik dan menjanjikan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan air minum berkualitas, Daxu saat ini mengalami kendala yang signifikan terkait dengan terbatasnya pemasaran produk tersebut. Saat ini, distribusi Daxu masih terbatas pada wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah, yang mengakibatkan aksesibilitas produk ini belum optimal di pasar yang lebih luas. Hal ini menjadi tantangan bagi PDAM Sleman untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka agar dapat meningkatkan penjualan.

Salah satu strategi pemasaran yang umum digunakan untuk meningkatkan penjualan adalah potongan harga. Potongan harga dapat berfungsi sebagai insentif bagi konsumen untuk memilih produk tertentu, terutama dalam pasar yang dipenuhi oleh berbagai merek dan varian produk. Penelitian yang dilakukan (Harefa, 2017) menunjukkan bahwa potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, karena dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian impulsif. Dengan menawarkan potongan harga DAXU dapat meningkatkan daya tarik produknya di mata konsumen, terutama saat bersaing dengan merek-merek besar lainnya.

Dengan harga yang kompetitif dan kualitas yang terjamin, penerapan strategi potongan harga diharapkan dapat meningkatkan penetrasi pasar DAXU. Selain itu, dukungan dari instansi pemerintah dan komunitas lokal juga menjadi faktor penting dalam mempromosikan produk ini. Melalui kebijakan potongan harga yang tepat sasaran, DAXU tidak hanya dapat meningkatkan penjualannya tetapi juga

membangun loyalitas konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, menjadi pertimbangan penulis untuk mengetahui lebih lanjut strategi potongan harga dalam meningkatkan penjualan pada AMDK DAXU. Dengan demikian judul laporan tugas akhir yaitu “Strategi Potongan Harga dalam Meningkatkan Penjualan pada AMDK DAXU”.

B. Batasan Masalah

Tugas Akhir ini membatasi masalah berupa bagaimana strategi potongan harga dapat meningkatkan penjualan pada AMDK DAXU pada bulan Agustus hingga Oktober 2024.

C. Tujuan

Berdasarkan uraian mengenai latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, adapun tujuan penulisan tugas akhir ini yaitu:

1. Untuk mengetahui implementasi strategi potongan harga dalam meningkatkan penjualan pada AMDK DAXU.
2. Untuk mengetahui dampak penerapan strategi potongan harga dalam meningkatkan penjualan pada AMDK DAXU.

D. Manfaat

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai dasar pemahaman lebih lanjut terhadap teori yang telah diperoleh sehingga dapat lebih mengerti dan memahami tentang strategi potongan harga yang terjadi di PDAM AMDK DAXU.

2. Bagi Perusahaan

Laporan tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi manajemen DAXU dalam merumuskan strategi pemasaran jangka panjang DAXU.

3. Bagi Pembaca

Dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang akan menyusun laporan tugas akhir dengan pembahasan yang serupa dan menambah wawasan bagi pembaca mengenai strategi potongan harga.