

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Perusahaan

PT. BERKAH TIRTA NUSANTARA adalah perusahaan Distributor Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang telah berjalan sejak tahun 2020. Mendistribusikan Air Minum Dalam Kemasan Galon 19 liter, Botol 330 ml, 600 ml & 1,5 ml dan Gelas/cup 220 ml. PT. BERKAH TIRTA NUSANTARA adalah perusahaan yang berbasis di Jakarta. Kami telah melayani distribusi Air Minum di wilayah Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi) dan sekitarnya. Seiring dengan berjalannya waktu sebagai pengembang dalam pemasaran secara retail, maka manajemen melakukan pembenahan dari segala aspek perusahaan seperti Legalitas, Administrasi Keuangan, Produksi serta tentunya diiringi juga dengan peningkatan kuantitas dan kualitas produksi perusahaan dengan memprioritaskan hasil produksi Air Minum Dalam Kemasan dengan mutu yang tinggi demi tercapainya kepuasan pelanggan perusahaan.

1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut merupakan logo dari usaha PT Berkah Tirta Nusantara



Gambar 1. 1 Logo PT Berkah Tirta Nusantara

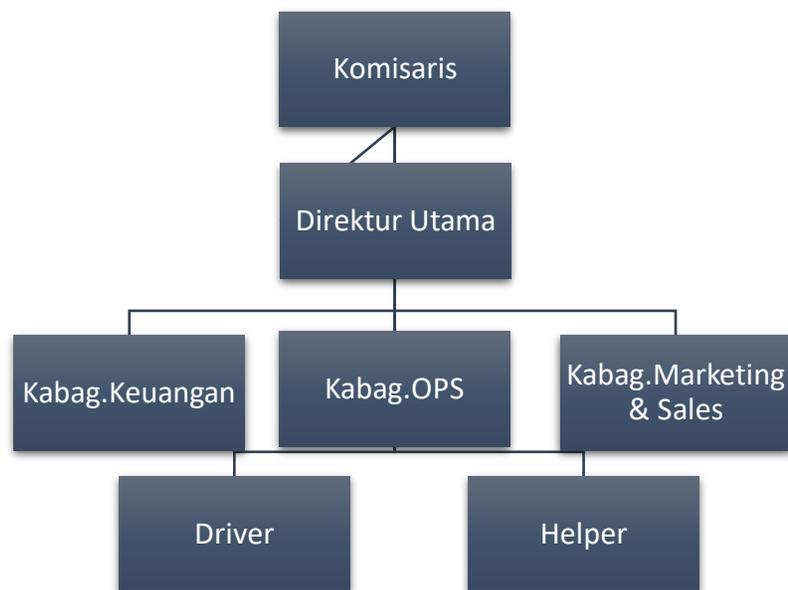
1.1.3 Visi, Misi dan Nilai Utama Perusahaan

Sebelum memasuki visi dan misi, penting untuk kita memahami bahwa visi dan misi adalah dua elemen kunci dalam perencanaan dan strategi organisasi. Perusahaan menggambarkan arah dan tujuan bisnis serta nilai-nilai yang mereka yakini.

Visi : “Menjadi perusahaan air minum yang bisa berkembang untuk bersaing di area Jabodetabek, dalam kurun waktu tidak terbatas.”

Misi : “Memberikan manfaat yang lebih besar kepada masyarakat melalui distribusi yang lebih luas terhadap produk Air Mineral berkualitas tinggi.”

1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi

1.1.5 Jenis Produk dan Jasa

Tabel 1. 1 Produk PT Berkah Tirta Nusantara

NO	Foto Produk	Penjelasan
1		Galon 19lt
2		Botol 600ml
3		Botol 330ml

NO	Foto Produk	Penjelasan
4		Gelas 220ml

1.2 Latar Belakang

Setiap bisnis harus siap menghadapi persaingan bisnis global yang semakin ketat di era perdagangan yang semakin maju. Dengan persaingan yang semakin kompetitif dan kebutuhan konsumen yang semakin kritis untuk memilih produk, para wirausaha harus lebih kreatif dalam membuat produk. Inovasi produk telah menjadi bagian penting dari kesuksesan bisnis karena bisnis yang tidak melakukannya akan menjadi ketinggalan zaman (Tjiptono, 2021). Untuk tetap memenangkan persaingan dalam bisnis mereka, wirausaha harus dapat memilih strategi yang tepat untuk bersaing. Salah satunya menggunakan pendekatan kreatif untuk membuat produk baru sehingga berbeda dari produk pesaing dan menarik pelanggan baru.

Inovasi produk tidak hanya mencakup pembuatan produk baru, tetapi juga peningkatan kualitas produk dan perubahan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berubah. Inovasi yang sukses dapat meningkatkan nilai produk, pengalaman pelanggan, dan posisi pasar perusahaan sehingga perusahaan tetap disukai pelanggan (Kotler & Keller, 2020). Agar pesaing sulit untuk meniru, inovasi harus menyebar ke seluruh perusahaan. Oleh karena itu, inovasi tidak hanya diukur dengan menciptakan

produk atau layanan baru, tetapi juga dengan melihat cara baru dan lebih efisien untuk mengembangkan, membuat, atau memberikan produk atau layanan.

Inovasi dapat digunakan untuk meningkatkan produk yang sudah ada atau untuk membuat konsep yang benar-benar baru untuk membuat produk yang asli dan inovatif. Inovasi akan menghasilkan berbagai desain produk, meningkatkan pilihan produk dan meningkatkan nilai produk yang diterima oleh pelanggan. Pada akhirnya, ini akan menghasilkan produk dengan keuntungan yang diinginkan pelanggan (Setiawan, 2020). Memastikan bahwa produk yang dibuat sudah sesuai dengan harapan pelanggan adalah salah satu tantangan utama dalam inovasi produk. Wirausahawan dapat kehilangan uang jika mereka membuat inovasi yang tidak diterima target pasar. Akibatnya, penting untuk melakukan upaya untuk mengetahui bagaimana pelanggan melihat produk baru yang dibuat. Keberhasilan produk baru bergantung pada persepsi pelanggan (Sumarwan, 2019).

Menurut penelitian mengenai persepsi konsumen terhadap inovasi produk, konsumen cenderung lebih menerima produk baru jika memiliki keunggulan yang jelas dibandingkan produk yang sudah ada di pasar (Kotler & Keller, 2020). PT Berkah Tirta Nusantara adalah salah satu produsen AMDK (Air Minum Dalam Kemasan) terkenal di Indonesia, terutama di Jakarta. Melihat bahwa inovasi produk baru sangat penting untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar, perusahaan berusaha keras untuk membuat produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan memenuhi standar kualitas (Indriastuti, 2022).

PT Berkah Tirta Nusantara telah melakukan inovasi pada produknya dengan mengeluarkan air minum dalam kemasan yang lebih praktis dan ramah lingkungan untuk pelanggan yang hidup aktif. Inovasi ini termasuk desain kemasan yang praktis dan berbagai ukuran yang dapat dipilih pelanggan sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, perusahaan berfokus pada meningkatkan kualitas air dengan menggunakan teknologi penyaringan terbaru, yang memastikan keamanan dan kesehatan produk.

PT Berkah Tirta Nusantara bersaing dengan merek air minum dalam kemasan terkemuka seperti Aqua, Le Minerale, dan VIT. Aqua memimpin pasar dengan jaringan distribusi dan pengenalan merek yang kuat, sementara Le Minerale berkembang dengan fokus pada mineral alami dan promosi intensif, dan VIT bersaing karena harganya yang lebih murah. Untuk tetap kompetitif dan mengalahkan para kompetitor besar, PT Berkah Tirta Nusantara harus terus mengembangkan produk dan strategi pemasaran.

Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Indonesia saat ini memiliki peluang bisnis yang baik, dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat akan air mineral terus mengalami peningkatan (Mufrodi et al.,2019) Menurut data Asosiasi Perusahaan Air Minum dalam Kemasan Indonesia (Aspadin) pada tahun 2019 masyarakat Indonesia menghabiskan 30 miliar liter air minum dalam kemasan untuk dikonsumsi, jumlah tersebut terus meningkat setiap tahunnya (Aryani, 2019).

Salah satu produk baru yang dirilis dengan tujuan mendukung gaya hidup aktif orang modern adalah air minum berkualitas tinggi yang mudah diakses dan praktis digunakan. Perhatian utama penulisan tugas akhir ini adalah banyaknya air minum dalam kemasan yang ada di Jakarta. Ini menunjukkan bahwa orang-orang di Jakarta memiliki kebebasan untuk berinovasi dan berekspresi melalui usaha. Banyak usaha berasal dari ide-ide inovasi produk yang kemudian membuat pasarnya sendiri, atau mereka berasal dari pengamatan tentang perilaku orang lain.

Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan, penulis berharap semua pelaku pekerja pada PT Berkah Tirta Nusantara menerapkan inovasi baru dalam penciptaan produk-produk usaha. Penulis menginginkan PT Berkah Tirta Nusantara lebih unggul dari usaha air minum dalam kemasan lainnya karena yang menjadi permasalahan pada PT Berkah Tirta Nusantara adalah berkurangnya jumlah pelanggan yang disebabkan adanya persaingan yang semakin ketat dengan maraknya usaha air minum dalam kemasan yang bervariasi. Yang menjadi permasalahan yang penulis

teliti adalah bagaimana cara pandang pelanggan terhadap inovasi produk baru pada PT Berkah Tirta Nusantara. Apakah sudah sesuai dengan kepuasan pelanggan, penulis ingin inovasi produk pada PT Berkah Tirta Nusantara sudah memenuhi kebutuhan dan juga memenuhi ekspektasi pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah penulis jabarkan, penulis perlu melakukan perumusan masalah untuk mencari jawaban atas pertanyaan yang akan dibahas dan sebagai pengarah tujuan penulisan Proyek Akhir ini. Berikut adalah rumusan masalah yang telah penulis kemukakan adalah bagaimana Inovasi produk PT Berkah Tirta Nusantara berdasarkan persepsi pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi Perspektif Pelanggan: Mengetahui kebutuhan, harapan, dan preferensi pelanggan terkait inovasi produk PT Berkah Tirta Nusantara.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penulis berharap laporan ini dapat menambah ilmu pengetahuan bagi mahasiswa jurusan ilmu manajemen pemasaran terkait kajian Inovasi produk baru terhadap mahasiswa angkatan selanjutnya

1.5.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pemimpin usaha untuk mempertimbangkan kebijakannya dalam mengambil keputusan di bidang pemasaran khususnya program Inovasi produk baru yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan pada PT Berkah Tirta Nusantara.

1.6 Batasan Masalah

Penulis akan membatasi masalah yang akan dibahas pada proyek akhir ini. Hal ini dilakukan diharapkan agar penelitian ini dapat terstruktur, teratur, dan terarah agar

pembahasan yang dibahas tidak terlalu luas. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang dijadikan sebagai fokus dalam penelitian ini adalah PT Berkah Tirta Nusantara yang terletak di Jl. TB Simatupang No. 18 Kel. Kebagusan Kec. Pasar Minggu, Jakarta Selatan.
2. Penelitian ini dilakukan pada bulan February 2024 hingga Juli 2024.
3. Jenis metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Penelitian Kualitatif.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian dan sistematika penulisan laporan proyek akhir

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis (bila ada).

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian. Pada penelitian kali ini saya menggunakan metode penelitian kualitatif.