



## RANCANGAN USAHA AIR MINUM DALAM KEMASAN MENGUNAKAN MEREK MINERAL SANTRY (DI PONDOK PESANTREN INSAN MANDIRI BATAM)

Pattasang Pattasang<sup>1</sup>, Rika Ampuh Hadiguna<sup>2</sup>

<sup>1</sup>) Universitas Andalas, [pattasang.bl@gmail.com](mailto:pattasang.bl@gmail.com)

<sup>2</sup>) Universitas Andalas, [hadiguna10@gmail.com](mailto:hadiguna10@gmail.com)

Korespondensi Penulis: Pattasang<sup>1</sup>

**Abstrak:** Di wilayah perkotaan kebutuhan air minum yang berkualitas dan layak di konsumsi menjadi masalah, namun permasalahan ini menjadi peluang bisnis untuk memenuhi kebutuhan akan air minum yang layak. Yayasan Insan Mandiri Batam (Pondok Pesantren) terus berinovasi dan meningkatkan sebuah produk di tengah persaingan yang ketat dan tujuannya adalah merancang sebuah kebutuhan dan keinginan pelanggan produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek yang di rencanakan “Mineral *SANTRY*”. Penelitian ini dilakukan dengan beberapa Tempat dan menjadi sebuah perbandingan. Dilihat dari Rancangan Usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dengan menggunakan merek mineral *SANTRY* meskipun tergolong brand yang sangat Baru di kalangan masyarakat kota Batam maka peneliti melihat bahwa pangsanya akan bisa bersaing dengan brand-brand yang lainnya, termasuk Mindi dan sanford yang sudah lama di kota Batam.

**Kata kunci:** AMDK, Rancangan, Usaha.

### INTRODUCTION

#### Latar Belakang Masalah.

Air Minum Dalam Kemasan saat ini merupakan salah satu produk instan yang beredar dipasaran dengan menawarkan berbagai macam keunggulan dan manfaatnya. Dengan adanya persaingan antar perusahaan air minum dalam kemasan akan membuat konsumen benar-benar selektif dalam mengambil keputusan pembelian. Banyak orang memutuskan untuk membeli suatu produk karena dihadapkan dengan kebutuhan. Sehingga saat ini banyak masyarakat yang lebih menyukai produk minuman atau makanan yang lebih alami karena tuntutan kebutuhan. Dan di samping itu karena kesibukan masyarakat sehingga mereka lebih memilih produk instan. Secara jelas masyarakat cenderung bersikap rasional dan selektif terhadap pembelian barang yang diinginkannya baik dari kualitas produk maupun harganya (Kusmayadi, 2019). Walaupun produk yang dipilih oleh seorang konsumen dengan harga yang tinggi namun karena kualitasnya konsumen tetap memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut. Konsumen dalam melakukan rencana pembelian dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan seperti produk. Salah satu unsur produk yang sering

diperhatikan konsumen adalah merek. Oleh karena itu konsumen sering menghadapi kebingungan dalam memilih produk berdasarkan merek yang akan di beli. Keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan produk bukan sekedar karena nilai fungsi awalnya atau untuk mencukupi kebutuhan namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Untuk itu merek menjadi semakin penting karena konsumen tidak lagi puas hanya dengan tercukupi kebutuhannya, namun konsumen mengaitkan atribut dengan manfaatnya(Yudha, 2020).

Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin menggiurkan, karena kebutuhan akan air minum terus meningkat seiring dengan pertumbuhan penduduk. Perusahaan yang menggarap bisnis AMDK pun semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produk-produknya. Kebutuhan masyarakat akan air minum sangat tinggi tetapi ketersediaan air yang layak minum dalam arti berkualitas dan terjamin dari segi kesehatan semakin sulit diperoleh. Saat ini masyarakat, terutama di kota-kota besar tidak bisa lagi lepas dari AMDK(Hengestu & Iskandar, 2017).

Berbagai macam merek air mineral telah banyak dikenal oleh masyarakat Khusus nya Batam antara lain Aqua, Sanford, Mindi, Vit, dan berbagai macam merek air mineral dalam kemasan lainnya. Banyaknya merek air mineral yang beredar di pasaran tentunya membuat konsumen melakukan pertimbangan tertentu dalam memilih merek air minum yang akan dibeli dan yang akan dikonsumsi.

Dalam bisnis air minum dalam kemasan kita sangat mengenal merek Aqua. Aqua adalah salah satu merek terkenal dan sebagai pioner air minum dalam kemasan.

**TABEL. 1**  
**Air Minum Dalam Kemasan Mineral Water Terbaik Botol 2021**

| Brand            | Jenis Air         | Kadar TDS          | Tingkat Keasaman | Varian Isi  |
|------------------|-------------------|--------------------|------------------|---|
| EQUIL            | Air Mineral Alami | 89 mg/l            | 7,2              | 380 ml, 760 ml  |
| AQUA Reflection  | Air Mineral Alami | Tidak di ketahui   | Tidak di ketahui | 380 ml, 750 ml  |
| AQUA             | Air Mineral Alami | 88 mg/L – 190 mg/L | 6,7 – 7,2        | 240 ml, 330 ml, 450 ml, 600 ml, 750 ml, 1500 ml, 19000 ml |
| Eternal Plus     | Air Mineral Alami | < 38 mg/L          | >8,3             | 250 ml, 500 ml  |
| Prestine         | Air Mineral Alami | Tidak di ketahui   | 8                | 400 ml, 600 ml, 1500 ml, 19000 ml                         |
| Le Mineral       | Air Mineral Alami | 177 mg/L           | 7,2 - 7,7        | 330 ml, 600 ml, 1500 ml                                   |
| Nestle Pure Life | Air Mineral Alami | Tidak di ketahui   | 6,8 - 7,4        | 330 ml, 600 ml, 1500 ml                                   |
| VIT              | Air               | Tidak              | Tidak            | 220 ml,   |

|  |               |           |           |                                      |
|--|---------------|-----------|-----------|--------------------------------------|
|  | Mineral Alami | diketahui | diketahui | 330 ml, 600 ml,<br>1500 ml, 19000 ml |
|--|---------------|-----------|-----------|--------------------------------------|

### Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang akan di rumuskan masalah yang akan di bahas pada artikel literature review agar lebih focus pada kajian pustaka dan hasil serta pembahasan nanti, yaitu: Bagaimana Merancang Usaha Air dalam Kemasan dan besar pengaruh merek Mineral SANTRY terhadap keputusan pembeli.

### KAJIAN TEORI

Air minum adalah semua air baik yang masih bersifat alami maupun yang telah mengalami proses tertentu, misalnya desalinasi pada air laut dan memenuhi standar air minum yang telah ditetapkan. Standar air minum dibedakan menjadi air minum biasa, air mineral (mineral water), air mineral alami dan air minum dalam kemasan (SII, 1990). Menurut Standar Industri Indonesia (SII) 2040- 90, air minum dalam kemasan (AMDK) didefinisikan sebagai air yang telah diproses, dikemas dan aman untuk diminum langsung(Sujoko et al., 2020)

Air adalah zat kimia atau senyawa kimia yang berguna bagi seluruh bentuk kehidupan yang diketahui sampai saat ini di bumi. Air menutupi hampir 70% permukaan bumi. Terdapat 1,4 triliun kilometer kubik (330 juta mil<sup>3</sup>) tersedia di bumi. Air sebagian besar terdapat di laut (air asin) dan pada lapisan-lapisan es (di kutub dan puncak-puncak gunung), akan tetapi juga dapat hadir sebagai awan, hujan, sungai, muka air tawar, danau, uap air, dan lautan es. Air dalam obyek- obyek tersebut bergerak mengikuti suatu siklus air, yaitu: melalui penguapan, hujan, dan aliran air di atas permukaan tanah (runoff, meliputi mata air, sungai, muara) menuju laut. Air bersih penting bagi kehidupan manusia. Di banyak tempat di dunia terjadi kekurangan persediaan air. Air dapat berwujud padatan (es), cairan (air) dan gas (uap air). Air merupakan satu-satunya zat yang secara alami terdapat di permukaan bumi dalam ketiga wujudnya tersebut. Pengaturan air yang kurang baik dapat menyebabkan kekurangan air(Deril & Novirina, 2014).

Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa mereka dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan competitor yang dapat memberikan value yang lebih besar kepada customer. Pada dasarnya dengan semakin banyaknya pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan apa yang menjadi harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan smart dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas(Dwiwinarno & Ani, 2011).

### Proses Penyaringan Air

Penyaringan adalah proses pemisahan partikel-partikel dari cairan dengan melewati cairan melalui bahan yang permeabel. Medium saringan yang berpori adalah bahan permeabel yang memisahkan partikel-partikel dari cairan yang melaluinya, dan dikenal sebagai penyaring. Berikut beberapa alternatif cara sederhana untuk mendapatkan air bersih dengan cara penyaringan air

1. Saringan Katun
2. Saringan Kapas
3. Aerasi
4. Saringan Pasir Lambat (SPL)
5. Saringan Pasir Cepat (SPC)
6. Gravity-Fed Filtering System
7. Saringan Arang
8. Saringan Keramik
9. Saringan Cadas/Jempeng/Lumpang Batu
10. Saringan Air Sederhana/Tradisional

### Penjernihan Air

Air yang dikonsumsi oleh manusia harus terbebas dari zat pencemaran seperti lumpur koloidal, zat warna, limbah detergen, dan pestisida. Pengolahan air dari air keruh menjadi air bersih dilakukan oleh industri pengolahan air PDAM. Dalam melakukan tugas pengolahan air bersih, PDAM menerapkan sifat-sifat koloid berupa koagulasi dan adsorpsi. Bahan-bahan yang diperlukan berupa tawas, pasir, kaporit atau klorin, kapur tohor, dan karbon aktif. Tawas berfungsi mengumpulkan lumpur koloidal dan membentuk koloid  $Al(OH)_3$ . Koloid  $Al(OH)_3$  dalam air berfungsi untuk mengadsorpsi zat warna atau pencemaran seperti detergen dan pestisida. Karbon aktif berfungsi membantu tawas menghilangkan kekeruhan. Pasir berfungsi sebagai penyaring. Kaporit atau klorin berfungsi membunuh kuman (*desinfektan*). Kapur tohor berfungsi menetralkan keasaman karena penggunaan tawas (Dewa, 2015).

### TAHAPAN DESAIN

Terdapat 3 tahapan proses desain, yaitu conceptual design, embodiment design, dan detail design. Masing-masing tahapan dijelaskan sebagai berikut. (I Gede et al., 2020)

1. Conceptual Design Tahap ini merupakan proses pembuatan berbagai macam konsep desain untuk memenuhi tujuan dari desain tersebut. Misalnya, kemasan untuk air minum maka diperlukan konsep desain yang khas, berkesan milenial dengan format produk cair, dan bentuk kemasan yang berstandar sesuai kebutuhan konsumen. Botol kemasan dilengkapi tutup yang kuat dengan cekungan yang diperhitungkan kenyamanannya untuk dipegang. Label yang berisikan merek dan informasi tentang produk. Semua konsep desain tersebut bertujuan agar konsumen dapat menggunakannya secara praktis. Dari berbagai macam konsep desain, kemudian dipilih yang paling tepat, sehingga dapat dilanjutkan ke tahap embodiment design.
2. Embodiment Design Tahap ini merupakan pengembangan lanjutan dari desain konsep yang dipilih. Konsep desain yang sudah dipilih harus diberikan bentuk atau

body. Body ini meliputi bentuk geometri, komponen kemasan, dan material yang digunakan. Dalam hal ini, perlu dipertimbangkan keberhasilan perwujudan desain kemasan, dan secara ekonomi masih bisa dipertanggungjawabkan. Setelah melalui tahap ini, kemasan telah mempunyai bentuk dan dilanjutkan ke tahap detail design.

3. Detail Design Pada tahap ini, bentuk, ukuran, dan toleransi kemasan diputuskan secara matang. Selain itu, ditentukan pula material yang digunakan dan metode pembuatan kemasan.

## METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan studi literature atau Library Research. Mengkaji Buku-buku literature sesuai dengan teori yang di bahas khususnya di lingkup Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK). Disamping itu menganalisis artikel-artikel ilmiah yang bereputasi dan juga artikel ilmiah dari jurnal yang belum bereputasi. Semua artikel ilmiah yang di citasi bersumber dari Mendeley dan Scholar Google. menjelaskan tentang alur penelitian yang memberikan gambaran langkah-langkah dari proses penelitian mulai dari tahap penentuan topic sampai dengan pembuatan artikel ini. Selanjutnya dibahas secara mendalam pada bagian yang berjudul” Pustaka Terkait” (*Related Literature*) atau Kajian pustaka(“*Review of Literature*”), sebagai dasar perumusan hipotesis dan selanjutnya akan menjadi dasar untuk melakukan perbandingan dengan hasil atau temuan-temuan yang terungkap dalam penelitian, (Ali & Limakrisna, 2013).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengumpulan Data

Air minum dalam kemasan (AMDK) di Indonesia bermula dari orang asing yang tak bisa mengonsumsi air rebusan. Seorang mantan pegawai Pertamina memiliki ide dan kemudian membuat pabrik AMDK. Kini, hampir semua orang di perkotaan meminumnya. Aqua, Ades, Pure Life, Mindi(Batam) dan Sanford(Di Batam). Beberapa produk air minum dalam kemasan (AMDK) itu sudah menjadi barang familiar. Hampir setiap hari dijumpai dan diminum oleh orang-orang di perkotaan seperti Batam dan daerah-daerah lainnya.

### Nama nama air minum kemasan di Indonesia

Tabel 2 Nama nama air minum kemasan di Indonesia

| No | Nama Air                  |
|----|---------------------------|
| 1  | Air mineral Aqua          |
| 2  | Air mineral Amidis        |
| 3  | Air mineral Eternal Plus+ |
| 4  | Air mineral Nestle        |
| 5  | Air mineral Ades          |
| 6  | Air mineral Pristine      |
| 7  | Air mineral Le Minerale   |
| 8  | Air mineral Le Minerale   |
| 9  | Air mineral Total 8+      |
| 10 | Air mineral Club          |
| 11 | Air mineral Vit           |

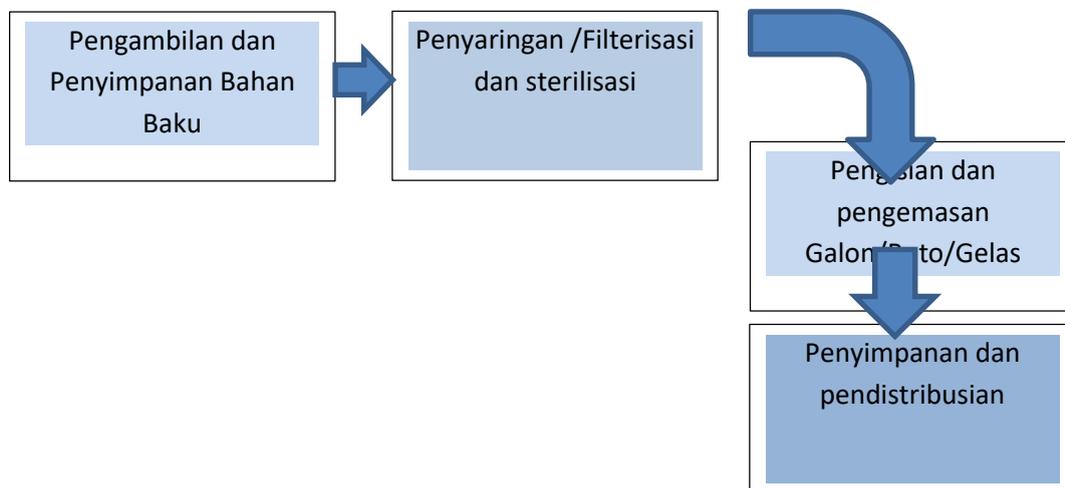
|  |  |
|--|--|
|  |  |
|--|--|

### Nama nama air minum kemasan di Batam

Tabel 1 Nama nama air minum kemasan di Batam

| No | Nama Air                 |
|----|--------------------------|
| 1  | PT Sanford Indonesia     |
| 2  | Wahana Tirta Milenia. PT |
| 3  | Batam Spring Water       |
| 4  | Mindy Mineral Water      |
| 5  | AGEN MILAGROS BATAM      |

### ALUR SEDERHANA USAHA AIR MINUM KEMASAN



Gambar 1 Alur Usaha

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan rumusan artikel dan pembahasan maka dapat di di rumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya:

Paparan data dan pembahasan hasil penelitian di atas, dapat diungkapkan kesimpulan yaitu: pada saat Masyarakat mengkonsumsi air minum dalam kemasan (AMDK). Dengan adanya hal ini bisa dikatakan hampir mencapai 85% dari total jumlah masyarakat Kota Batam dan daerah-daerah lainnya yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan baik kaya maupun miskin. kenaikan konsumsi Air Minum dalam Kemasan (AMDK) selalu mengalami peningkatan yang cukup signifikan, kenaikan tersebut, jika dilihat dari total keseluruhan konsumsi masyarakat di kota dan daerah-daerah lainnya.

Dilihat dari Rancangan Usaha Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dengan menggunakan merek mineral SANTRY meskipun tergolong brand yang sangat Baru di kalangan masyarakat kota Batam maka peneliti melihat bahwa pansa pasarnya akan bisa bersaing dengan brand-brand yang lainnya, termasuk Mindi dan sanford yang sudah lama di kota Batam, maka Mineral SANTRY ini di bawah yayasan Insan Mandiri Batam, Pondok Pesantren Insan Mandiri Batam akan mencoba memasarkan di kalangan Pondok-pondok pesantren, Masjid-masjid dan Masyarakat Muslim yang tentu saja menjadi bagian dari ideologi yang sama, dan Brand Mineral SANTRY akan mempertahankan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas untuk bisa bersaing dengan brand yang lainnya.

### Saran

Berdasarkan Kesimpulan di atas, maka saran pada artikel ini adalah bahwa Masyarakat bisa lebih bijak dalam memilih Air Minum dalam Kemasan sebagai minuman konsumtif dalam kehidupan sehari-hari, dan langkah baiknya bisa mengurangi AMDK dengan membawa Air Minum sendiri dari rumah, meskipun dengan Air minum isi ulang, dan penggunaan AMDK bisa digunakan pada acara-acara tertentu seperti acara seminar proposal, sidang munaqosyah, ataupun kegiatan resmi. Selanjutnya bagi pengurus atau karyawan Yayasan Insan Mandiri Batam, Pondok Pesantren Insan Mandiri Batam diharapkan selalu mengawasi kebersihan lingkungan termasuk rencana akan di bangun tempat Air Minum Dalam Kemasan Mineral SANTRY, mengingat sangat tingginya tingkat konsumsi Air Minum dalam Kemasan (AMDK) yang dilakukan oleh masyarakat.

### DAFTAR RUJUKAN

- Deril, M., & Novirina, H. (2014). Uji Parameter Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) di Kota Surabaya. *Envirotek: Jurnal Ilmiah Teknik Lingkungan*, 6(1), 1–6.
- Dewa, R. P. (2015). Analisa Kandungan Timbal (Pb) dan Kadmium (Cd) Pada Air Minum Dalam Kemasan Di Kota Ambon. *Majalah Biam*, 11(2), 76–82.
- Dwiwinarno, T., & Ani, A. (2011). Studi kelayakan bisnis air minum dalam kemasan PDAM Kabupaten Kulonprogo. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 2(2), 124–135.
- Hengestu, N., & Iskandar, D. A. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 363–372.
- I Gede, A. S., AA Gde Bagus, U., Ida Bagus Ketut, T., Cokorda, A. A., I Putu, A. J., Wahyu, I., Made, G. A., & Dewa, G. S. (2020). *PERANCANGAN LOGO, MEREK, LABEL, DAN KEMASAN AIR MINUM PERUMDA AIR MINUM TIRTA SANJIWANI*. Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia Denpasar bekerjasama dengan ....
- Kusmayadi, I. (2019). KELAYAKAN KEUANGAN PENGEMBANGAN USAHA AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) DI PULAU LOMBOK. *Jurnal Riset Manajemen*, 19(2), 110–121.
- Sujoko, A., Saleh, A. M., & Azzuhri, M. (2020). Perancangan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Q-Zulal Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *Journal of Innovation and Applied Technology*, 6(1), 966–980.

Yudha, P. (2020). *ANALISIS KELAYAKAN BISNIS USAHA AIR MINUM DALAM KEMASAN (STUDI KASUS PADA BUM DESA LANCAR JAYA DESA LAMBUR KECAMATAN MREBET KABUPATEN PURBALINGGA)*. IAIN Purwokerto.