

## ANALISIS PERSAINGAN PADA INDUSTRI AIR MINUM ISI ULANG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

Nurfri Yolanda<sup>1)</sup>, Jahrizal<sup>2)</sup>, Mardiana<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Riau

<sup>2)</sup> Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Riau  
Email : nurfri.yolanda1864@student.unri.ac.id

**Abstract:** *This study aims to determine the competition in the refill drinking water industry in Tampan District, Pekanbaru City. The data used are primary data and secondary data. The population and sample in this study were the refill drinking water industry in Tampan District, which amounted to 42 business units. This research uses quantitative descriptive analysis. The analytical test tools used in this research are the market structure of CR4, IHH and Porter's Analysis. The results of the market structure research show that CR4 23.75% is a monopoly market and the Herfindahl-Hirschman index value of 346,484 is included in the monopoly category. The results of the study indicate that the conditions of competition in this industry are quite high due to the large number of business actors and almost the same selling prices. There have been no new entrants over the past year, so the barriers to this industry are quite low. Threat of substitute products can pose a threat to profitability and competitiveness. in the industry because the prices offered are not much different, the bargaining power of suppliers is low to play the price because there is a lot of water available, the bargaining power of buyers is not able to control prices.*

**Keywords:** *Industrial Competition, Refill Drinking Water, CR4, IHH, Porter*

### I. PENDAHULUAN

Air merupakan salah satu komponen terpenting dalam tubuh manusia, sehingga manusia tidak dapat hidup tanpa air. Di era modern seperti sekarang ini, kebutuhan akan air bersih akan terus meningkat, begitu juga pencemaran yang akan terjadi, sehingga semakin sulit bagi masyarakat untuk mendapatkan air bersih yang dapat dikonsumsi dan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Air begitu penting terutama di daerah yang kekurangan air bersih. (Novitri, 2019)

Air minum merupakan kebutuhan mendasar dalam melakukan aktivitas masyarakat baik perkotaan maupun pedesaan yang berdampak langsung pada kesehatan dan kesejahteraan fisik, sosial dan ekonomi masyarakat. Air bersih dapat didefinisikan sebagai air yang memenuhi persyaratan baku mutu yang berlaku untuk air bersih. Untuk itu perlu dilakukan perlindungan terhadap air agar tetap dapat bermanfaat bagi kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya.

Dengan begitu pentingnya air bagi kehidupan manusia dan didukung oleh jumlah penduduk yang terus bertambah, maka kebutuhan akan air terutama konsumsi air minum juga semakin meningkat. Kebutuhan harian akan air berbeda untuk setiap tempat dan setiap tahap kehidupan. Semakin tinggi taraf hidup, semakin besar pula kebutuhan akan air (Nurhidayah, 2016).

Seiring dengan kemajuan teknologi disertai dengan lebih aktivitas manusia, orang cenderung memilih yang lebih praktis dengan biaya yang relatif murah untuk memenuhi kebutuhan air minum mereka maka banyak rumah tangga yang beralih ke air minum isi ulang. Ditandai dengan perkembangan jumlah industri air minum isi ulang di Kota Pekanbaru

Namun jika dilihat dari jumlah produksi justru mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun jika dibandingkan antara jumlah produksi dengan jumlah penggunaan tenaga kerja dan modal justru mengalami kesenjangan. Dimana

meskipun jumlah tenaga kerja dan modal menurun diikuti dengan penurunan jumlah usaha tetapi jumlah produksi justru mengalami peningkatan meskipun di tahun 2019 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2018. Dan dapat dilihat juga jumlah tenaga kerja di tahun 2019 bertambah dibanding tahun 2018 dan ditahun tersebut hasil produksi malah menurun walau unit usahanya juga menurun. Hal ini menyebabkan kurang efisiennya dalam proses produksi.

Pangsa pasar terbesar yaitu pada usaha Depot MS sebesar 8,8% artinya usaha ini yang paling dominan menguasai pasar. Jika dilihat dari *Indeks Herfindahl* pada tabel 3 usaha ini termasuk dalam kategori sebagai pasar monopolistik karena indeksnya 100-1000 atau kurang dari 1.500 yaitu sebesar 346,484.

Dan persaingan yang semakin ketat akan menciptakan hambatan masuk pasar dan konsentrasi pasar bagi pengusaha industri. Hal ini akan mempengaruhi bentuk struktur pasar dalam industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Struktur industri akan mempengaruhi perilaku setiap perusahaan/pelaku ekonomi yang ada dalam industri tersebut. Selain itu, agar tetap kompetitif dalam menghadapi persaingan yang semakin , perusahaan industri harus melakukan beberapa perilaku yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja dari industri.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang telah dijelaskan tersebut, maka timbul pertanyaan bagaimana struktur pasar yang terbentuk dari ruang lingkup industri air minum isi ulang tersebut dan bagaimana persaingan pada industri tersebut.

## II. KERANGKA TEORI

### Industri

Menurut Dinas Perindustrian Dan Perdagangan (2011), Industri adalah suatu kegiatan yang mengubah barang dari barang setengah jadi atau barang yang

bernilai lebih rendah menjadi barang yang bernilai lebih tinggi. Sedangkan industri kecil adalah industri yang menggunakan keterampilan seni tradisional yang umumnya hanya dijalankan oleh warga negara Indonesia dan golongan ekonomi lemah.

### Strategi

Strategi adalah pendekatan umum uang berhubungan dengan ide, perencanaan, dan pelaksanaan suatu kegiatan selama periode waktu tertentu. Dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja yang temanya memiliki faktor pendukungnya sesuai dengan prinsip pelaksanaan ide yang rasional, efisiensi pendanaan dan taktik untuk mencapai tujuan secara efektif (Tjiptono, 2000).

### Air Minum

Sumber daya air minum di bumi tidak merata, ada daerah yang kaya air, da ada daerah miskin air. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan air bersih, saat ini dimungkinkan untuk mengolah air baku menjadi air siap pakai, yang saat ini banyak diadopsi oleh industri air minum. Air mineral isi ulang adalah respon masyarakat, air minum kemasan biasa didapat dari depot harganya jauh lebih murah, bisa sepertiga dari produk AMDK yang bermerek. Tak heran jika banyak konsumen yang memilih air minum isi ulang, sehingga tempat penampungan air minum berkembang sangat pesat di berbagai kota dan daerah. Depot air minum merupakan perusahaan industri yang mengolah air mentah menjadi air baku yang dapat diminum atau dijual langsung ke konsumen. Proses produksi pada dasarnya terdiri dari filtrasi (penyaringan) dan desinfeksi. Proses filtrasi selain pemisahan padatan tersuspensi juga harus memisahkan koloid, termasuk mikroorganisme didalam air, sedangkan fungsi desinfeksi harus membunuh mikroorganisme yang

merugikan organisme yang tidak tersaring pada proses sebelumnya (Arthena, 2004).

### Struktur Pasar Industri

Struktur pasar adalah elemen strategis yang relatif permanen dari lingkungan bisnis yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perilaku dan kinerja pasar (Dumairy, 2000). Struktur pasar menjadi pembahasan penting untuk menentukan perilaku dan kinerja industri. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi sifat persaingan. Struktur pasar umumnya tercermin dalam ukuran distribusi perusahaan pesaing. Unsur-unsur struktur pasar adalah pangsa pasar, konsentrasi dan hambatan. (Jaya,2001).

### Pasar

Pasar dalam arti sempit adalah tempat bertemunya penjual dan pembeli. Menurut Jaya (2001), pasar adalah suatu bentuk abstrak dari mekanisme di mana pembeli dan penjual bertemu untuk pertukaran. Ciri terpenting dari sesuatu yang dapat disebut pasar adalah adanya pertemuan penjual dan pembeli serta terciptanya transaksi yang menyangkut harga dan kuantitas.

### Pangsa Pasar

Pangsa pasar adalah persentase pendapatan perusahaan dari total pendapatan industri, yang dapat diukur dari 0 hingga 100 persen (Jaya, 2001). Semakin besar pangsa pasar, semakin besar kekuatan pasar perusahaan. Perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang tinggi akan menciptakan monopoli untuk mengejar keuntungan yang sebesar-besarnya. Ketika setiap perusahaan memiliki pangsa pasar yang kecil, maka terjadi persaingan yang efektif.

### Rasio Konsentrasi e-perusahaan (CR)

Rasio konsentrasi (CR) sering digunakan untuk mengukur persentase produksi, penjualan, nilai tambah, jumlah karyawan atau aset dari seluruh industri.

Biasanya jumlah N perusahaan yang dihitung rasio pangsa pasarnya adalah 4, maka disebut CR4.  $P_i$  mewakili pangsa pasar dan merupakan proporsi produksi, pendapatan, nilai tambah, jumlah karyawan atau aset dari total industri yang diwakili oleh perusahaan  $I = 1, 2, \dots$ , dengan  $P_1 \geq P_2 \geq P_3 \geq \dots$ , maka konsentrasi Rasio CRN untuk N perusahaan dihitung sebagai berikut:  $CRN = P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_N$

### Herfindhal – Hirschman Index (HHI)

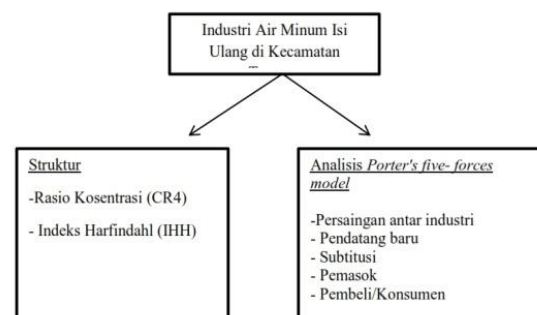
HHI didefinisikan sebagai jumlah kuadrat pangsa pasar dari seluruh perusahaan yang ada dalam industri dan diformulasikan:

$$HI = \sum_{i=1}^{n=k} \left\{ \frac{X_i}{TX} \right\}^2$$

Dimana  $S_i$  = pangsa pasar dari jumlah perusahaan terbesar I. Pangsa pasar adalah persentase pendapatan perusahaan dari total pendapatan industri, yang dapat diukur dari 0 sampai 100 persen (Jaya, 2001). Skor HHI berkisar dari nol hingga 10.000. jika HHI mendekati nol berarti terdapat banyak perusahaan dengan ukuran perusahaan yang hampir sama dan konsentrasi pasar yang rendah (persaingan hampir sempurna). Di sisi lain, ketika HHI mendekati 10.000, industri menjadi lebih monopolistik.

### Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Skema Kerangka Pemikiran



### III. METODOLOGI

#### Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kecamatan Tampan. Pemilihan daerah ini karena kecamatan Tampan merupakan kecamatan yang paling banyak terdapat industri air mineral isi ulang jika dibandingkan dengan kecamatan-kecamatan lain yang berada di kota Pekanbaru. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini sejak tanggal dikeluarkannya izin tugas penelitian dalam kurun waktu 20212022.

#### Populasi dan Sampel

Populasi adalah gabungan dari semua unsur yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang membentuk karakteristik yang serupa yang menjadi fokus perhatian peneliti, karena dianggap sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi penelitian adalah seluruh pengusaha industri air minum isi ulang yang ada di kecamatan Tampan sebanyak 42 responden.

Pada penelitian ini sampel diambil dari seluruh populasi yang terdapat di kecamatan Tampan yaitu sebanyak 42 responden. Sehingga seluruh populasi dijadikan sampel, hal tersebut karena populasinya kurang dari 100, sehingga penentuan sampel dengan metode sensus (Arikunto, 2010).

#### Jenis dan sumber data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder sebagai berikut :

1. Data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau tidak melalui jalur perantara (Nur dan Bambang, 2009). Data primer berasal dari data kuesioner/angket/daftar pertanyaan dan dilengkapi wawancara langsung terhadap objek penelitian
2. Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan untuk melengkapi data primer yang didapatkan untuk mendukung dan menjelaskan masalah

(sasmita dan suki, 2012). Data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain, seperti: Dinas perindustrian dan perdagangan kabupaten kuantan singing; dan BPS Provinsi Riau.

#### Teknik Pengumpulan Data

Di dalam pengumpulan data-data yang diperlukan, digunakan teknik sebagai berikut:

1. Wawancara (*interview*) adalah pengumpulan informasi melalui rumusan lisan dari serangkaian pertanyaan. singkatnya wawancara diartikan sebagai alat pengumpul data melalui penggunaan tanya jawab antara pencari informasi dengan sumber informasi (Nawawi, 2001).
2. Kuesioner yaitu : teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
3. Observasi yaitu : suatu teknik pengumpulan data dimana penulis mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian pada penelitian ini secara langsung.

#### Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Operasional adalah item penelitian yang menjelaskan bagaimana variable lain ditentukan dan bagaimana variabel diukur. Jadi, definisi operasional ini merupakan informasi ilmiah yang dapat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama dan menentukan kebenarannya oleh orang lain berdasarkan variabel yang digunakan.

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013).

### Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan dengan menganalisis strategi bersaing dalam industri air minum isi ulang. Analisis kuantitatif merupakan analisis dimana model matematis divisualisasikan untuk melihat perkembangan industri pengolahan air minum di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

## IV. ANALISA DATA

### Analisis Permasalahan dan Rekomendasi Solusi Untuk Mengatasi Permasalahan Pada Usaha Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

Rata-rata permasalahan dari pemilik industri adalah yakni kendala pembeli yang menurun yang mengakibatkan penjualan ikut menurun, salah satu penyebabnya yaitu selain dari internal perusahaan seperti kualitas air yang menurun, mesin yang sering rusak, gallon yang sering rusak, dan lain-lain, juga terdapat masalah dari eksternal seperti beralihnya konsumen dari depot air minum isi ulang kepada produk lain seperti orang cenderung lebih tertarik kepada air minum dalam kemasan karena kualitas lebih terjamin, harga juga tidak terlalu jauh dengan air minum isi ulanh. Selain itu, keterbatasan tenaga kerja atau susahnya mendapatkan tenaga kerja di industri ini. Dan promosi yang minim juga menjadi hambatan dalam menjalankan usaha ini. Kendala ini pada dasarnya kemungkinan disebabkan oleh keterbatasan modal yang masih mengutamakan modal sendiri dalam menjalankan usahanya.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut harus adanya tindakan dari pelaku usaha dalam meningkatkan penjualannya yaitu dengan meningkatkan kualitas baik dari segi produk maupun pelayanan, melakukan inovasi terhadap produk, memaksimalkan promosi. Untuk permasalahan keterbatasan modal pelaku usaha dapat mencari informasi-informasi seputar *equity crowdfunding*

seperti *gandengtangan.com*, *indiegogo.com* dan *kolase.com* yang merupakan sistem yang digunakan oleh lembaga pendanaan yang fokus untuk mengembangkan usaha umkm jika ada pihak yang berminat dengan usaha yang dijalani.

### Analisis struktur Pasar dan analisis porter Five Forces Model Usaha Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan tampan Kota Pekanbaru

#### Pangsa Pasar

Tabel 1 Perhitungan Pangsa Pasar Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

No.	Nama Usama	Penjualan (Rp)	MS(%)
1	DAM Fadia	6.000.000	1,44
2	Mutiara Aqua	12.500.000	2,99
3	Aqua Gold	3.000.000	0,72
4	BMA	5.000.000	1,20
5	GM Water	2.500.000	0,60
6	Depot M&C	12.000.000	2,87
7	Family Aqua	15.000.000	3,59
8	DAI	10.500.000	2,51
9	RA-15	12.400.000	2,97
10	R2A	3.100.000	0,74
11	Depot Az-Zahra	5.250.000	1,26
12	Hidayah	12.000.000	2,87
13	Arju Water	9.000.000	2,15
14	AMIU MS	36.780.000	8,80
15	Dam Aero	2.480.000	0,59
16	Depot AMH	5.250.000	1,26
17	Damtaqwa	3.000.000	0,72
18	ARZ	6.200.000	1,48
19	Depot H & C	12.000.000	2,87
20	Rio Bening 2	18.250.000	4,37
21	I A F	24.000.000	5,74
22	Amiu Embun Pagi	3.500.000	0,84
23	Ashofa Water	4.000.000	0,96
24	Aby R O	4.000.000	0,96
25	Midori	5.000.000	1,20
26	Barokah	2.500.000	0,60
27	Doraqua	13.500.000	3,23
28	Ibrahim Tirta	16.200.000	3,88
29	NR – 2000	9.300.000	2,22
30	DD Qua	15.500.000	3,71
31	Zaitun 2	14.400.000	3,44
32	Bmm	9.750.000	2,33
33	Kurnia	10.850.000	2,60
34	Tirta Berkah Illahi	12.000.000	2,87
35	SPM 53	5.500.000	1,32
36	Almiyah	13.950.000	3,34
37	Depot Super 88	6.975.000	1,67
38	Gallon	12.000.000	2,87
39	JSN	4.650.000	1,11
40	Delima	6.000.000	1,44
41	Daylax	12.000.000	2,87
42	Air Zaitun	20.250.000	4,84
	Jumlah	418.035.000	100,00

Sumber: *Data Olahan Primer, 2022.*

# ANALISIS PERSAINGAN PADA INDUSTRI AIR MINUM ISI ULANG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

Dapat dilihat pada tabel 1 dari hasil perhitungan pangsa pasar pada industri isi ulang air minum di kecamatan tampan kota pekanbaru tingkat penguasa pasar tertinggi yaitu pada usaha Air Minum Isi Ulang MS dengan tingkat market share sebesar 8,80 % dan tingkat market share terendah yaitu pada usaha DAM Aero yaitu sebesar 0,59 %. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan dalam penjualan, persaingan harga, dan lain-lain.

Tabel 2 Perhitungan Ratio Kosentrasi CR4 Pada Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru

No.	Nama Usaha	MS (%)
1	AMIU MS	8,8
2	I A F	5,74
3	Air Zaitun	4,84
4	Rio Bening 2	4,37
Jumlah		23,75

Sumber: *Data Olahan Primer, 2022.*

$$\begin{aligned} CR4 &= MS1 + MS2 + MS3 + MS4 \\ &= 8,8 \% + 5,74 \% + 4,84 \% + 4,37 \% \\ &= 23,75 \% \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan rasio konsentrasi nilai CR4 pada usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru yaitu sebesar 23,75%. Hal ini mengidentifikasikan bahwa struktur pasar pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru merupakan pasar monopolistik dengan pendekatan nilai  $0 < CR4 < 40$  (Jaya, 2001). Pada pasar ini tingkat persaingan cukup tinggi, baik dalam harga, kualitas, maupun layanan. Sehingga pelaku usaha yang tidak mempunyai modal dan pengalaman yang cukup akan cepat keluar dari pasar.

## Perhitungan IHH (*Indeks Herfindhal Hirschman*)

Berdasarkan perhitungan IHH pada persaingan usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam 346,484. Ini artinya persaingan pada industri ini termasuk dalam kategori persaingan monopolistik dengan pendekatan nilai IHH antar 100-1000 atau <1.500. Pelaku usaha yang menduduki posisi

pertama yang tingkat IHH paling tinggi yaitu AMIU MS sebesar 77,41 artinya perusahaan AMIU MS merupakan perusahaan yang paling tinggi dalam menguasai pasar pada industri ini.

Tabel 3 Perhitungan IHH (*Indeks Herfindhal hirschman*) Pada Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru

No.	Nama Usama	Penjualan (Rp)	MS(%)	IHH
1	DAM Fadia	6.000.000	1,44	2,06
2	Mutiara Aqua	12.500.000	2,99	8,94
3	Aqua Gold	3.000.000	0,72	0,52
4	BMA	5.000.000	1,20	1,43
5	GM Water	2.500.000	0,60	0,36
6	Depot M&C	12.000.000	2,87	8,24
7	Family Aqua	15.000.000	3,59	12,88
8	DAI	10.500.000	2,51	6,31
9	RA-15	12.400.000	2,97	8,80
10	R2A	3.100.000	0,74	0,55
11	Depot Az-Zahra	5.250.000	1,26	1,58
12	Hidayah	12.000.000	2,87	8,24
13	Arju Water	9.000.000	2,15	4,64
14	AMIU MS	36.780.000	8,80	77,41
15	Dam Aero	2.480.000	0,59	0,35
16	Depot AMH	5.250.000	1,26	1,58
17	Damtaqwa	3.000.000	0,72	0,52
18	ARZ	6.200.000	1,48	2,20
19	Depot H & C	12.000.000	2,87	8,24
20	Rio Bening 2	18.250.000	4,37	19,06
21	I A F	24.000.000	5,74	32,96
22	Amiu Embun Pagi	3.500.000	0,84	0,70
23	Ashofa Water	4.000.000	0,96	0,92
24	Aby R O	4.000.000	0,96	0,92
25	Midori	5.000.000	1,20	1,43
26	Barokah	2.500.000	0,60	0,36
27	Doraqua	13.500.000	3,23	10,43
28	Ibrahim Tirta	16.200.000	3,88	15,02
29	NR – 2000	9.300.000	2,22	4,95
30	DD Qua	15.500.000	3,71	13,75
31	Zaitun 2	14.400.000	3,44	11,87
32	Bmm	9.750.000	2,33	5,44
33	Kurnia	10.850.000	2,60	6,74
34	Tirta Berkah Illahi	12.000.000	2,87	8,24
35	SPM 53	5.500.000	1,32	1,73
36	Almiyah	13.950.000	3,34	11,14
37	Depot Super 88	6.975.000	1,67	2,78
38	Gallon	12.000.000	2,87	8,24
39	JSN	4.650.000	1,11	1,24
40	Delima	6.000.000	1,44	2,06
41	Daylax	12.000.000	2,87	8,24
42	Air Zaitun	20.250.000	4,84	23,47
	Jumlah	418.035.000	100,00	346,484

Sumber: *Data Olahan Primer, 2022*

# ANALISIS PERSAINGAN PADA INDUSTRI AIR MINUM ISI ULANG DI KECAMATAN TAMPAN KOTA PEKANBARU

## Variabel Persaingan

Tabel 4 Harga Jual, Jumlah Produksi dan Nilai Penjualan Pada Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru

No.	Nama Usama	Harga Jual (Rp)	Produksi (galon)	Nilai Penjualan(Rp)
1	DAM Fadia	3.500 - 4.000	1.500	6.000.000
2	Mutiara Aqua	3.000 - 4.000	4.500	12.500.000
3	Aqua Gold	3.000 - 4.000	750	3.000.000
4	BMA	4.000 - 5.000	1.000	5.000.000
5	GM Water	4.000 - 5.000	600	2.500.000
6	Depot M&C Family	4.000 - 5.000	3.000	12.000.000
7	Aqua	3.000 - 4.000	3.000	15.000.000
8	DAI	4.000 - 5.000	2.100	10.500.000
9	RA-15	4.000 - 5.000	3.000	12.400.000
10	R2A	3.000 - 4.000	600	3.100.000
11	Depot Az-Zahra	4.000 - 5.000	1.050	5.250.000
12	Hidayah	4.000 - 5.000	2.400	12.000.000
13	Arju Water	4.000 - 5.000	1.800	9.000.000
14	AMIU MS	4.000 - 5.000	9.000	36.780.000
15	Dam Aero	3.000 - 4.000	600	2.480.000
16	Depot AMH	3.000 - 4.000	1.550	5.250.000
17	Damtaqwa	4.000 - 5.000	750	3.000.000
18	ARZ	4.000 - 5.000	1.500	6.200.000
19	Depot H & C	4.000 - 5.000	2.400	12.000.000
20	Rio Bening 2	4.000 - 5.000	3.750	18.250.000
21	I A F	3.000 - 4.000	6.000	24.000.000
22	Amiu Embun Pagi	3.000 - 4.000	1.050	3.500.000
23	Ashofa Water	3.000 - 4.000	1.500	4.000.000
24	Aby R O	4.000 - 5.000	780	4.000.000
25	Midori	4.000 - 5.000	1.000	5.000.000
26	Barokah	3.000 - 4.000	600	2.500.000
27	Doraqua	3.000 - 4.000	3.750	13.500.000
28	Ibrahim Tirta	4.000 - 5.000	3.600	16.200.000
29	NR - 2000	4.000 - 5.000	2.000	9.300.000
30	DD Qua	3.000 - 3.500	4.500	15.500.000
31	Zaitun 2	4.000 - 5.000	3.000	14.400.000
32	Bmm	3.000 - 4.000	3.000	9.750.000
33	Kurnia	3.000 - 4.000	2.250	10.850.000
34	Tirta Berkah Illahi	3.000 - 4.000	3.000	12.000.000
35	SPM 53	4.000 - 5.000	1.350	5.500.000
36	Almiyah	3.000 - 4000	3.750	13.950.000
37	Depot Super 88	3.000 - 4.000	2.250	6.975.000
38	Gallon	3.000 - 4.000	3.000	12.000.000
39	JSN	4.000 - 5.000	1.000	4.650.000
40	Delima	3.000 - 4.000	2.250	6.000.000
41	Daylax	3.000 - 4.000	3.000	12.000.000
42	Air Zaitun	4.000 - 5.000	6.500	20.250.000

Sumber: *Data Olahan Primer, 2022.*

Harga jual dari produk air minum isi ulang merupakan faktor persaingan. Dari tabel 8 dapat dilihat harga jual produk air minum isi ulang di kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dari semua usaha bervariasi dan berbedabeda sesuai dengan cara memperolehnya. Pada air minum isi ulang harga produk yang diantar langsung ke alamat akan lebih mahal dari pada konsumen langsung membeli ke tempat usaha.

## Variabel Pendetang Baru

Variabel pendatang baru merupakan ancaman masuknya pendatang baru ke dalam industri tergantung pada rintangan masuk yang ada, digabung dengan reaksi dari para pesaing yang sudah ada yang dapat diperkirakan oleh si pendatang baru. Masuknya pesaing baru ke pasar juga akan melemahkan industri tersebut. Modal merupakan salah satu faktor produksi dalam melakukan kegiatan suatu usaha. Semakin banyak modal usaha hal ini akan berpengaruh pula dalam penambahan produksi suatu perusahaan.

## Modal

Dilihat bahwa modal terbesar pada usaha industri air minum isi ulang yaitu AMIU MS yaitu sebesar Rp 150.000.000 sedangkan modal usaha yang terkecil yaitu Mutiara Aqua sebesar Rp 18.000.000. Secara keseluruhan pada industri air minum isi ulang, penggunaan modal dalam usaha ini tergolong pada modal yang kecil/rendah maka persaingan pada industri air minum isi ulang juga tinggi.

## Jumlah Pendetang Baru dalam 1 Tahun Terakhir

Ancaman masuknya pendatang baru juga dapat dilihat dari jumlah pendatang baru dalam satu tahun terakhir. Adanya pendatang baru membuat persaingan dalam pasar semakin ketat. Variabel pendatang baru pada industri isi ulang air minum di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru tidak terdapat usaha baru dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Dan berdasarkan

pengamatan peneliti di lapangan, hasil survei ini didapat dari jawaban *interview* yang diajukan kepada pelaku usaha tentang lama berdirinya usaha dan pertanyaan tersebut bersinggungan dengan ancaman pendatang baru.

### **Variabel Produk Substitusi**

Berdasarkan survei di lapangan dapat dilihat dari tabel 11 di atas harga AMDK (*Refill*) terbesar yaitu merek Aqua yang dijual dengan harga 19.000 dipasaran. Serta harga terendah untuk AMDK yaitu 11.000 dengan merek Crytalline. selain dari harga kualitas dari produk AMDK juga lebih unggul dari produk air minum isi ulang. Maka persaingan pada produk *subtitusi*/pengganti dengan produk air minum isi ulang dapat dikatakan ketat.

### **Variabel Pemasok**

Variabel pemasok atau input dapat dilihat dari bahan baku utamanya yaitu air. Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap para peserta industri dengan mengancam akan menaikkan harga atau menurunkan mutu produk atau jasa yang dibeli karena pemasok karena dengan meningkatnya harga bahan baku maka juga akan berpengaruh terhadap harga jual produk itu sendiri. Indikator variabel pemasok dapat dilihat dari sumber bahan baku, ketersediaan bahan baku dan cara mendapatkan bahan baku tersebut. Pada industri isi ulang air minum di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru semua pengusaha air minum isi ulang mendapatkan bahan bakunya yaitu berasal dari air tanah atau dengan sumur bor ditempat usaha itu sendiri. Dan ketersediaan bahan bakunya pun banyak dan mudah untuk didapatkan.

### **Variabel Pembeli**

Variabel pembeli dapat dilihat dalam beberapa indikator yaitu harga jual produk, promosi dan Lokasi industri. Harga jual produk merupakan salah satu faktor yang menentukan pembeli atau konsumen dalam memutuskan pilihannya dalam membeli suatu produk. Promosi adalah salah satu cara

untuk mengenalkan produk kepada konsumen dalam indikator ini dilihat yaitu melalui apa pelaku usaha tersebut memasarkan produknya. Serta Lokasi juga menentukan dalam menjalankan usaha karena lokasi ini bisa saja jauh dari jangkauan konsumen atau mudah dijangkau konsumen selain itu yang menjadi pertimbangan konsumen adalah waktu tempuh menuju lokasi usaha dan strategisnya suatu lokasi usaha.

### **Harga Jual**

Harga pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan memiliki tingkat persaingan yang cukup tinggi. Para pengusaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan menjual harga air minum isi ulangnya relatif sama dan terjangkau sesuai pemasarannya. Dari hasil penelitian harga isi ulang air minum di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dijual atau ditentukan oleh pengusaha depot air minum isi ulang berdasarkan cara konsumen dalam membeli yaitu diantar langsung ke alamat konsumen atau dijemput ke tempat lokasi usaha itu sendiri. harga tersebut berkisarkan antara Rp 3.000-4.000 dan Rp 4.000-5.000 per galon. Perbedaan harga tersebut terjadi karena adanya biaya tambahan jika diantar ke alamat konsumen.

### **Promosi/Pemasaran**

Promosi merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan pengusaha untuk menyampaikan atau memperkenalkan produknya kepada konsumen. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh pengusaha air minum isi ulang di Kecamatan Tampan umumnya menggunakan promosi dari mulut ke mulut dan *personal selling*. Hal ini dikarenakan promosi dari mulut ke mulut merupakan promosi yang cukup efektif. Promosi dari mulut ke mulut mempunyai pengaruh besar terhadap konsumen lain tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.



Konsumen akan lebih yakin karena konsumen langsung bias bertanya secara verbal atau langsung untuk memutuskan apakah ingin membeli produk tersebut. Selain itu biasanya pengusaha air minum usaha juga mengandalkan aplikasi whatsapp dalam memasarkan produknya. Adapun pemasaran dilakukan pelaku usaha air minum isi ulang di kecamatan tampan yaitu dengan bekerja sama dengan beberapa pihak seperti kerja sama dengan pemilik kos-kosan dan lain-lain.

### **Lokasi**

Lokasi industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru memiliki wilayah yang cukup strategis yang dekat dengan pemukiman sehingga juga mempermudah konsumen untuk membeli air minum isi ulang. Pemilihan setiap lokasi usaha oleh setiap pelaku usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam memiliki alasan yang bervariasi seperti strategisnya lokasi, dekat dengan perumahan/kos-kosan, dengan dengan jalan dan sebagainya.

### **Analisis Struktur Pasar Usaha Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa persaingan usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru dengan menggunakan alat analisis struktur pasar yaitu mengukur berdasarkan rasio konsentrasi 4 perusahaan terbesar CR4 dan IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*). Perhitungan struktur pasar dengan menggunakan rasio konsentrasi pasar CR4 mendapatkan hasil 23,75%. Yang artinya bahwa struktur pasar pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru merupakan pasar monopolistik dengan pendekatan nilai  $0 < CR4 < 40$ . (Gwin, 2000). Kondisi pasar dalam pasar persaingan monopolistik in ada

sejumlah besar perusahaan yang menghasilkan produk-produk terdiferensiasi dengan demikian mengandung persaingan sempurna karena terdapat banyak penjual dan tidak ada satu pun yang mendapat pangsa pasar cukup besar. Hal ini membuktikan bahwa pasar pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam memiliki persaingan yang cukup tinggi. Sedangkan berdasarkan perhitungan IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*) pada persaingan usaha industri isi ulang air minum di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru yang terbesar adalah pada usaha DAMIU MS dengan nilai IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*) sebesar 77,41.dan nilai IHH (*Indeks Hirschman Herfindahl*) yang terkecil dimiliki oleh pelaku usaha DAM Aero sebesar IHH yang bernilai 0,35. Untuk total nilai IHH keseluruhan usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru yaitu bernilai 346,484. Hal ini berarti mengindikasikan persaingan usaha industri air minum isi ulang berdasarkan struktur pasar persaingan monopolistik yakni menggunakan pendekatan IHH antara 100-1.000 atau  $< 1500$ .

### **Analisis Persaingan Industri Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru menurut Porter Five Forces Model**

Berdasarkan hasil olahan data-data primer yang didapat dari responden usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru. Terlihat beberapa indikator yang menunjukkan kondisi persaingan pada responden usaha industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampam Kota Pekanbaru.

### **Persaingan Antar Usaha Dalam Industri**

Dari data-data yang sudah didapat berdasarkan data primer yang kemudian diolah, hasil penelitian peneliti diketahui jumlah pesaing atau usaha di dalam Pekanbaru cukup banyak, yaitu 42 usaha industri air minum isi ulang. Hal ini menunjukkan persaingan yang cukup tinggi baik dari harga jual produk air minum isi ulang yang harganya hampir sama di setiap usaha. Hal ini menandakan persaingan pada industri air minum isi ulang “cukup tinggi”.

### **Ancaman Pendetang Baru**

Dari data-data yang sudah didapat berdasarkan data primer yang kemudian diolah. Hasil penelitian peneliti, diketahui kebutuhan akan modal investasi untuk mendirikan usaha industri kecil air minum isi ulang cukup kecil/rendah dengan berbagai faktor produksi yang menyebabkannya. Jika calon pendatang baru memiliki modal besar maka memiliki kesempatan untuk masuk ke dalam industri ini lalu melakukan pengembangan produk dan penetrasi pasar, sehingga memudahkan bagi pendatang baru untuk masuk ke dalam industri, terlebih jika pendatang baru melakukan inovasi pada produk dipasar. Hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha yang sudah ada di dalam industri dan perusahaan yang sudah ada dipasar harus mencari solusi agar pelanggannya tetap bertahan.

Dengan analisis maka dapat dikatakan bahwa hambatan untuk masuk ke dalam industri termasuk cukup rendah. Menurut teori ini, pendatang baru akan menjadi sebuah ancaman bagi usaha industri isi ulang air minum di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dan persaingan akan semakin tinggi

### **Ancaman Produk Substitusi**

Dari data-data yang sudah didapat berdasarkan data primer yang kemudian diolah, diketahui ada beberapa produk jasa substitusi produk air minum isi ulang yaitu berupa air minum dalam kemasan (AMDK), berdasarkan survei peneliti ada 5 merek AMDK yang terjual dipasaran di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. Harga dari produk AMDK berbeda dengan harga produk air minum isi ulang dan sedikit lebih mahal dari air minum isi ulang namun sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Sehingga ada pertimbangan bagi konsumen untuk mengganti ke produk lain. Hal ini dapat menjadi ancaman terhadap tingkat profitabilitas dan daya saing perusahaan dalam industri..

### **Kekuatan Daya Tawar Pemasok**

Dari data-data yang sudah didapat berdasarkan data primer yang kemudian diolah, hasil penelitian peneliti diketahui sumber bahan baku air berasal dari air tanah atau dengan sumur bor ditempat usaha itu sendiri. Ketersediaan bahan baku air tersedia banyak. Hal ini menandakan daya tawar pemasok rendah untuk memainkan harga karena air tersedia banyak dan menurut responden jumlah pemasok banyak dan cukup mudah diperoleh. Sehingga kekuatan dari pemasok dapat dikatakan "lemah" menurut teori.

### **Kekuatan Daya Tawar Pembeli**

Dari data-data yang sudah didapat berdasarkan data primer yang kemudian diolah, hasil penelitian peneliti, diketahui harga jual produk air minum isi ulang di setiap usaha hampir sama. Hal ini menandakan usaha air minum isi ulang sangat

sangat bersaing dari segi harga. Semua pengusaha industri air minum isi ulang tidak ada yang melakukan promosi. Tetapi memberikan informasi harga pada usahanya. Hal ini akan membuat pembeli dapat informasi harga setiap produk air minum isi ulang. Lokasi semua usaha mudah di akses oleh pembeli sehingga pembeli mudah untuk memilih produk mana yang ingin dibeli. Dari hasil wawancara dengan responden, bahwa pembeli tetap membeli produk dengan harga yang sudah ditetapkan. Hal ini menandakan pembeli tidak mampu untuk mengendalikan harga, sehingga tidak ada pengaruh terhadap penjualan dan profitabilitas usaha industri air minum isi ulang.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan maka diperoleh kesimpulan:

1. Masalah yang dihadapi industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru yang menjadi penghambat proses produksi dan perkembangan usaha air minum isi ulang dikarenakan susah dalam mencari pekerja dan turunnya kinerja karyawan sehingga proses produksi atau proses dalam pengantaran air tersebut lambat atau tidak maksimal. Selain itu promosi juga salah satu hambatan dalam usaha ini, kurangnya promosi yang dilakukan para pengusaha-pengusaha depot air minum isi ulang, promosi yang dipakai secara keseluruhan yaitu promosi dengan mulut ke mulut walaupun cukup efektif dipakai sebagai pemasaran namun adanya keterbatasan cakupan promosi jika hanya dilakukan dengan mulut ke mulut.
2. Didapatkan struktur pasar pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru dengan tingkat penguasaan tertinggi sebesar 8,80 %

yaitu usaha Air Minum Isi Ulang MS dan penguasaan terendah sebesar 0,59% yaitu usaha DAM Aero. Penelitian terhadap konsentrasi empat perusahaan (CR4) pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru sebesar 23,75% dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai  $0, CR4 < 40$  maka struktur pasar industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru berada pada pasar monopolistik. Sedangkan *indeks herfindahl hirschman (IHH)* sebesar 346,484 Ini artinya persaingan pada industri ini termasuk dalam kategori persaingan monopolistik dengan pendekatan nilai IHH antara 100-1000 atau  $< 1.500$ .

3. Persaingan pada industri air minum isi ulang di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru menggunakan lima kekuatan porter (*Porter Five Forces*) yaitu:
  - a. persaingan antar usaha, jumlah pesaing atau usaha di dalam Pekanbaru cukup banyak, yaitu 42 usaha, persaingan yang cukup tinggi baik dari harga jual produk air minum isi ulang yang harganya hampir sama di setiap usaha Hal ini menandakan persaingan pada industri air minum isi ulang “cukup tinggi”.
  - b. Ancaman pendatang baru, Hasil penelitian peneliti, diketahui kebutuhan akan modal investasi untuk mendirikan usaha industri air minum isi ulang kecil/rendah dengan berbagai faktor produksi yang menyebabkannya Dengan analisis di atas maka dapat dikatakan bahwa hambatan untuk masuk ke dalam industri termasuk “cukup tinggi”.
  - c. Ancaman produk substitusi, harga dari produk substitusi yaitu AMDK berbeda dengan harga produk air minum isi ulang dan sedikit lebih mahal dari air minum isi ulang. Namun sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Sehingga adanya pertimbangan konsumen untuk mengganti ke produk lain. Hal ini dapat menjadi ancaman

- terhadap tingkat profitabilitas dan daya saing perusahaan dalam industri
- d. Kekuatan daya tawar pemasok, daya tawar pemasok rendah untuk memainkan harga karena air tersedia banyak dan menurut responden jumlah pemasok banyak dan cukup mudah diperoleh. Sehingga kekuatan dari pemasok dapat dikatakan "lemah".
  - e. Kekuatan daya tawar pembeli, Lokasi semua usaha mudah di akses oleh pembeli sehingga pembeli mudah untuk memilih produk mana yang ingin dibeli. Dari segi harga, pembeli tetap membeli produk dengan harga yang sudah ditetapkan. Hal ini menandakan pembeli tidak mampu untuk mengendalikan harga, sehingga tidak ada pengaruh terhadap penjualan dan profitabilitas usaha industri air minum isi ulang.

### Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas, maka dapat dirumuskan saran dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan atau memaksimalkan hasil produksi jika kinerja karyawan menurun yang perlu dilakukan para pelaku usaha yaitu berikan *feedback* yang jelas kepada karyawan beritahu apa yang harus diperbaiki karyawan tersebut dan cari tahu solusi untuk mengatasi tersebut
2. Untuk persaingan pada usaha industri air minum isi ulang yang perlu dilakukan yaitu perbanyak cakupan promosi/pemasaran tidak hanya dengan mulut ke mulut namun dapat juga dilakukan melalui *platform* lainnya sehingga usaha lebih dikenal dan dapat bersaing tidak hanya di sekitar usaha, hal ini juga akan meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Selain itu juga perbanyak kreativitas dan inovasi agar ada diferensiasi produk dengan perusahaan lain baik dari segi harga atau pelayanan sehingga ada pertimbangan konsumen, dan untuk mempertahankan pelanggan pelaku usaha juga harus menjaga kualitas dalam memproduksi air minum isi ulang.
3. Untuk pemerintah dan instansi terkait diharapkan dapat lebih memperhatikan

usaha-usaha depot air minum isi ulang agar terus berkembang dan dapat melakukan pengawasan agar kualitas air yg diproduksi terjamin dan tidak merugikan masyarakat

### VI. DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2010), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Candra, S. (2013), Aplikasi Model Lima Kekuatan Porter Pada Restoran Drupadi, *Jurnal Manajemen, Sekolah Bisnis Manajemen*, Universitas Binus.
- David, F.R. (2006), *Manajemen Strategi Konsep*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- David, F.R. (2012), *Manajemen Strategis Konsep*. Buku 1, Edisi 12, Jakarta.
- Tjiptono, F. (2000), *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
- Dumairy, (2000), *Perekonomian Indonesia*, Erlangga, Jakarta.
- Jaya, W. K., (2001), *Ekonomi Industri; Konsep Dasar, Struktur, Perilaku dan Kinerja Pasar*, edisi 2, BPFE, Yogyakarta.
- Jaya W.K. (2008), *Ekonomi Industri*, BPFE, Yogyakarta.
- Nawawi, H. (2001), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Keempat, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Novitri, R. (2019). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Minum Isi Ulang di Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi", *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi*, Universitas Riau.

Nurhidayah, H. (2016).” Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Air Minum Isi Ulang Di Banjarmasin Tengah”, *Jurnal STIE Indonesia Banjarmasin*, Volume 8 Nomor 2.

Porter, M.E. (1998), *Strategi Bersaing*, Erlangga, Jakarta

Sasmita, Jumiati, Mohd S. N. (2012), *Metodelogi Penelitian*, Edisi Pertama, UR Press, Pekanbaru.

Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian*, Alfabeta, Bandung