

# turnithin cakra.docx

*by - -*

---

**Submission date:** 17-Jun-2025 10:53AM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2701158112

**File name:** turnithin\_cakra.docx (1.12M)

**Word count:** 9104

**Character count:** 59737

## **BABI**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Air merupakan kebutuhan esensial bagi keberlangsungan hidup manusia. Ketersediaan air bersih yang layak konsumsi menjadi sumber daya vital yang memegang peran penting dalam aktivitas sehari-hari. Salah satu solusi praktis dan higienis yang dapat menjawab kebutuhan masyarakat terhadap air minum berkualitas adalah melalui produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Permintaan terhadap produk AMDK terus mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan aktivitas ekonomi, khususnya di wilayah Bali yang memiliki kepadatan penduduk tinggi serta industri pariwisata yang berkembang pesat (Maharani, 2016).

Menurut Badan Pusat Statistik (2023), jumlah masyarakat yang menggunakan air bersih meningkat secara signifikan antara tahun 2018 hingga 2023. Selain itu, lebih dari 50 perusahaan di Bali terlibat dalam industri AMDK. Fakta ini menunjukkan bahwa industri AMDK memiliki potensi pasar yang besar. Namun, pada saat yang sama, tingkat persaingannya juga sangat tinggi. Hal ini menjadikan sektor ini sebagai salah satu industri yang paling kompetitif di Bali. PT Maha Tirta Sejahtera merupakan salah satu produsen AMDK yang beroperasi di Kabupaten Bangli.

PT Maha Tirta Sejahtera berupaya memenuhi kebutuhan air minum berkualitas di wilayah Bali, khususnya di daerah Karangasem, Klungkung, Gianyar, dan Bangli. Wilayah-wilayah tersebut memiliki tingkat permintaan yang cukup tinggi. Namun, PT Maha Tirta Sejahtera masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek distribusi. Distribusi yang belum efisien menjadi hambatan utama dalam menjangkau pasar secara optimal.

Salah satu kendala yang dihadapi adalah ketiadaan infrastruktur distribusi yang memadai. Perusahaan belum memiliki distributor resmi maupun gudang yang strategis di wilayah target pasar. Hal ini menyebabkan pengiriman menjadi lebih lama dan biaya operasional meningkat, terutama untuk lokasi yang jauh dari pusat

produksi. Keterlambatan pengiriman tidak hanya berdampak pada efisiensi, tetapi juga menurunkan kepuasan pelanggan. Jika dibiarkan, hal ini dapat merugikan posisi perusahaan dalam jangka panjang (Riska Aulia, 2024).

Selain persoalan *internal*, perusahaan juga dihadapkan pada tekanan *eksternal* berupa persaingan yang semakin ketat. Banyak perusahaan regional maupun nasional yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang kompetitif. Oleh karena itu, strategi yang tepat sangat diperlukan untuk menghadapi kondisi pasar tersebut. Strategi ini harus mampu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan *internal* sekaligus memanfaatkan peluang *eksternal*. Evaluasi terhadap kondisi ini perlu dilakukan secara terukur dan berbasis data.

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan pendekatan yang sesuai untuk menilai kondisi *internal* dan *eksternal* perusahaan. Metode ini membantu perusahaan dalam menyusun strategi yang lebih objektif dan terarah. Melalui analisis SWOT, PT Maha Tirta Sejahtera dapat mengenali kekuatan seperti loyalitas pelanggan dan kualitas produk. Di sisi lain, perusahaan juga dapat memperbaiki kelemahan seperti kurangnya infrastruktur distribusi. Selain itu, peluang pasar dapat dimanfaatkan sambil tetap mengantisipasi ancaman dari persaingan harga atau regulasi pemerintah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor *internal* dan *eksternal* yang memengaruhi produksi dan distribusi AMDK di PT Maha Tirta Sejahtera. Tujuan lainnya adalah memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. Melalui penerapan strategi yang tepat berbasis analisis SWOT, perusahaan diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Dengan demikian, posisi PT Maha Tirta Sejahtera dalam industri AMDK dapat semakin kuat.

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUKSI DAN DISTRIBUSI AIR MINUM DALAM KEMASAN PT MAHA TIRTA SEJAHTERA”**. Penelitian ini diharapkan PT Maha Tirta Sejahtera dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan produksi dan distribusi AMDK.

16

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) serta faktor *eksternal* (peluang dan ancaman) mempengaruhi produksi dan distribusi PT Maha Tirta Sejahtera?
2. Apa saja kendala utama yang dihadapi PT Maha Tirta Sejahtera dalam proses produksi dan distribusi AMDK?
3. Bagaimana strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi agar lebih kompetitif di pasar?

26

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) serta faktor *eksternal* (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi produksi dan distribusi PT Maha Tirta Sejahtera menggunakan pendekatan SWOT.
2. Mengidentifikasi kendala utama dalam proses produksi dan distribusi AMDK di PT Maha Tirta Sejahtera.
3. Merumuskan strategi pengembangan yang dapat meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi agar lebih kompetitif di industri AMDK.

24

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu di bidang logistik serta menjadi acuan strategis bagi perusahaan. Adapun manfaat tersebut adalah:

1. Memberikan referensi dan wawasan akademis terkait penerapan analisis SWOT dalam strategi pengembangan distribusi, khususnya pada industri air minum dalam kemasan, sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian sejenis di masa mendatang.
2. Memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi PT Maha Tirta Sejahtera dalam meningkatkan efisiensi distribusi dan memperluas

jangkauan konsumen, serta membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif.

3. Mendukung PT Maha Tirta Sejahtera merumuskan strategi produksi dan distribusi AMDK yang lebih efektif dan efisien dengan menentukan langkah yang terarah dan berbasis data untuk meningkatkan daya saing di industri AMDK yang semakin kompetitif.

#### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah ditetapkan agar penelitian dapat berjalan secara terarah dan efisien, serta membantu peneliti memfokuskan kajian pada ruang lingkup yang relevan. Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada analisis faktor-faktor *internal* (kekuatan dan kelemahan) dan *eksternal* (peluang dan ancaman) yang memengaruhi strategi distribusi produk AMDK di PT Maha Tirta Sejahtera.
2. Ruang lingkup penelitian terbatas pada wilayah distribusi PT Maha Tirta Sejahtera dan tidak mencakup aspek pemasaran, promosi, atau strategi ekspansi ke pasar baru.
3. Analisis keuangan, seperti evaluasi *profitabilitas* atau pengaruh strategi distribusi terhadap pendapatan perusahaan, tidak menjadi bagian dari penelitian ini.

**BAB II****GAMBARAN UMUM****2.1 Kondisi Wilayah**

Kabupaten Bangli merupakan salah satu dari delapan kabupaten/kota di Provinsi Bali dengan luas wilayah mencapai 520,81 km<sup>2</sup> atau sekitar 9,24% dari total luas Provinsi Bali. Secara geografis, Bangli terletak di antara 8°08'30" – 8°31'07" Lintang Selatan dan 115°13'43"–115°27'24" Bujur (Badan Pusat Statistik, 2022). Kabupaten ini menjadi satu-satunya wilayah di Provinsi Bali yang tidak memiliki Pantai (Pemerintah Kabupaten Bangli, 2023). Adapun batas-batas wilayahnya adalah Kabupaten Buleleng di utara, Kabupaten Karangasem dan Klungkung di timur, Kabupaten Klungkung dan Gianyar di selatan, serta Kabupaten Badung dan Gianyar di bagian barat.

Secara administratif, Kabupaten Bangli terdiri atas 4 kecamatan dan 72 desa/kelurahan. Keempat kecamatan tersebut adalah Kecamatan Susut, Kecamatan Bangli, Kecamatan Tembuku, dan Kecamatan Kintamani. Pusat pemerintahan atau ibu kota kabupaten berada di Kawasan Perkotaan Bangli. Luas wilayah tiap kecamatan berbeda-beda, dengan Kecamatan Kintamani sebagai wilayah terluas yakni 366,9 km<sup>2</sup>, sementara Kecamatan Tembuku merupakan wilayah terkecil dengan luas 48,3 km<sup>2</sup> (Badan Pusat Statistik, 2022). Kondisi wilayah Kabupaten Bangli berdasarkan kecamatan dan luas area disajikan pada Tabel 2.1.

**Tabel 2.1** Kondisi Wilayah Kabupaten Bangli

No	Kecamatan	Luas Area (Km Persegi)	
		Km	%
1	Susut	49,3	9,47
2	Bangli	56,3	10,81
3	Tembuku	48,3	9,27
4	Kintamani	366,9	70,45

(Sumber: Badan Pusat Statistik Bangli, 2022)

Kondisi Sebagian besar penduduk di Kabupaten Bangli bermata pencaharian di sektor pertanian dan perkebunan. Salah satu komoditas unggulan daerah ini adalah tanaman hortikultura seperti cabai, kubis, tomat, dan bawang

putih, terutama yang berasal dari Kecamatan Kintamani. Dari segi distribusi penduduk, Kecamatan Kintamani memiliki jumlah penduduk terbanyak, yaitu sekitar 114.252 jiwa atau 43,62% dari total penduduk Kabupaten Bangli. Sebaliknya, Kecamatan Tembuku merupakan wilayah dengan jumlah penduduk paling sedikit, yakni sebanyak 44.022 jiwa atau 16,77%.

## 2.2 Kondisi Objek

PT. Maha Tirta Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Perusahaan ini berlokasi di Banjar Tanggahan Tengah, Desa Demulih, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali. Identitas perusahaan salah satunya ditunjukkan melalui logo resmi, sebagaimana diperlihatkan pada Gambar 1.



(Sumber: : PT. Maha Tirta Sejahtera,2025)  
**Gambar 1** Logo PT. Maha Tirta Sejahtera

PT. Maha Tirta Sejahtera didirikan pada tanggal 26 September 2017. Perusahaan ini menempati lahan seluas 1.200 m<sup>2</sup> dengan luas bangunan mencapai 870 m<sup>2</sup>. Fasilitas operasionalnya didukung oleh satu gardu listrik berkapasitas 41.500 VA. Gambar 2 menampilkan tampak depan bangunan gudang PT. Maha Tirta Sejahtera yang menjadi pusat kegiatan produksi dan distribusi perusahaan. PT. Maha Tirta Sejahtera memiliki kemampuan produksi yang memadai dalam bidang air minum dalam kemasan. Produk air mineral yang diproduksi perusahaan dipasarkan dengan merek dagang Vodamin. Produk ini tersedia dalam tiga jenis kemasan, yaitu kemasan gelas berukuran 220 ml, kemasan botol berukuran 330 ml, dan kemasan galon berkapasitas 19 liter.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2025)

**Gambar 2** Foto Bangunan PT. Maha Tirta Sejahtera

Untuk mendukung proses produksi air minum dalam kemasan, PT. Maha Tirta Sejahtera dilengkapi dengan berbagai mesin dan peralatan produksi, termasuk instalasi *water treatment plant* yang menjadi bagian penting dalam sistem pengolahan air. Sumber air berasal dari sumur bor dengan kapasitas terpasang sebesar 7.000 liter per jam. Air dari sumur kemudian melalui tahapan *pre-water treatment* untuk proses demineralisasi dengan kapasitas 6.000 liter per jam.

Dalam proses produksinya, perusahaan mengoperasikan beberapa jenis mesin berdasarkan jenis kemasan yang diproduksi. Untuk produksi air kemasan galon, perusahaan menggunakan satu unit mesin *washer galon* dengan dua *kavity* yang mampu mencuci hingga 300 galon per jam, serta satu unit mesin *filling* dan *capping galon* otomatis dengan empat *nozzle* yang memiliki kapasitas sama, yaitu 300 galon per jam.

Sementara itu, untuk kemasan gelas, PT. Maha Tirta Sejahtera memiliki dua unit mesin pengisi (*filling machine*), yakni mesin *4x1 pneumatic* dengan kapasitas 100 karton per jam dan mesin *4x2 full pneumatic* yang mampu memproduksi hingga 200 karton per jam. Adapun produksi botol didukung oleh mesin dengan kapasitas produksi mencapai 1.000 botol per jam. Gambar 3 memperlihatkan tampilan salah satu mesin pengolahan air minum dalam kemasan yang digunakan dalam proses produksi.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi,2025)

**Gambar 3** Foto Dua Unit Mesin Pengisi (*Filling Machine*)

### BAB III

#### TINJAUAN PUSTAKA

##### 3.1 Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)

AMDK merupakan air yang telah melalui berbagai proses pengolahan sehingga aman untuk dikonsumsi langsung. Berdasarkan penelitian Kusuma (2015), Terdapat berbagai jenis produk AMDK yang beredar di pasaran. Setiap produk tersebut wajib memenuhi standar tertentu guna menjamin kualitas serta keamanan bagi konsumen. Kusuma (2015) juga mengungkapkan bahwa permintaan terhadap AMDK terus mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya air minum yang higienis dan praktis.

Perkembangan industri AMDK di Bali turut mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh pertambahan jumlah penduduk serta kemajuan sektor pariwisata. Data dari BPS menunjukkan bahwa dalam satu dekade terakhir, tingkat konsumsi air minum kemasan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini disebabkan oleh semakin besarnya kebutuhan masyarakat lokal dan wisatawan terhadap air minum yang berkualitas serta praktis dikonsumsi. Dengan permintaan yang terus bertumbuh, industri AMDK terus berkembang, dengan berbagai merek yang bersaing dalam menyediakan produk berkualitas tinggi yang sesuai dengan standar nasional yang berlaku.

Industri AMDK di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi air bersih yang praktis. Menurut laporan BPS konsumsi AMDK di Bali meningkat lebih dari 30% dalam lima tahun terakhir. Hal ini selaras dengan data dari Kementerian Perindustrian yang mencatat peningkatan jumlah produsen AMDK berskala kecil dan menengah yang beroperasi di daerah wisata seperti Denpasar, Badung, dan Gianyar (BPS Bangli, 2023).

Masyarakat memilih untuk mengonsumsi AMDK terutama karena faktor kepraktisan. Dalam kehidupan sehari-hari yang semakin dinamis, kebutuhan akan produk yang mudah diperoleh dan dikonsumsi tanpa melalui proses pengolahan tambahan menjadi pertimbangan utama. AMDK menawarkan kemudahan bagi

masyarakat dalam berbagai situasi, baik saat beraktivitas di luar rumah, bekerja, maupun dalam perjalanan. Selain itu, kemasan yang higienis dan tersedia dalam berbagai ukuran membuat AMDK semakin diminati sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan hidrasi sehari-hari (Mufrodi *et al.*, 2019).

Dari sisi kesehatan, konsumsi AMDK oleh masyarakat juga dapat dikaitkan dengan tingkat pemahaman mereka terhadap pentingnya kualitas air minum yang layak. Faktor ini dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan serta pengalaman individu dalam mengakses informasi kesehatan. Masyarakat dengan tingkat pengetahuan yang lebih tinggi mengenai kualitas air cenderung lebih selektif dalam memilih produk AMDK yang sesuai dengan standar kesehatan. Selain itu, paparan terhadap isu-isu lingkungan dan keamanan pangan turut berkontribusi terhadap preferensi masyarakat dalam memilih AMDK dibandingkan dengan sumber air minum lainnya (Mufrodi *et al.*, 2019).

### 3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan. Tujuan utama dari metode ini adalah untuk mengenali kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal yang dapat memengaruhi operasional bisnis. Dengan melakukan analisis ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih terarah dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, pendekatan SWOT membantu perusahaan dalam mengoptimalkan keunggulan serta mengurangi risiko yang mungkin timbul di masa depan (Hendrawati, 2017).

Arifin & Agustin (2023) dalam penelitiannya mengenai PT Abutama, sebuah perusahaan AMDK di Indonesia, menekankan pentingnya efisiensi distribusi dalam meningkatkan daya saing. Salah satu faktor kunci yang disoroti adalah pemilihan mitra distribusi yang tepat agar perusahaan dapat memperluas jangkauan pasarnya secara optimal.

Menurut Hendrawati (2023), analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk memahami kondisi internal, baik dari segi kekuatan maupun kelemahan,

serta memperhatikan faktor *eksternal* yang berpotensi menjadi peluang atau ancaman. Evaluasi ini mencakup beberapa aspek utama, antara lain:

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan faktor *internal* yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Kekuatan ini dapat berupa stabilitas finansial, reputasi merek yang baik, posisi pasar yang kuat, hubungan yang solid dengan pelanggan dan pemasok, serta keunggulan operasional lainnya.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan mengacu pada faktor *internal* yang dapat menghambat perkembangan perusahaan. Kelemahan ini dapat berupa keterbatasan dalam aspek finansial, kurangnya kapabilitas manajerial, strategi pemasaran yang kurang efektif, hingga citra merek yang belum optimal.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kondisi *eksternal* yang dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. Peluang ini dapat berasal dari pertumbuhan pasar, perubahan regulasi yang menguntungkan, perkembangan teknologi, serta kemitraan strategis dengan pihak lain.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan faktor *eksternal* yang dapat berdampak negatif terhadap perusahaan. Ancaman dapat berupa peningkatan persaingan, perubahan kebijakan pemerintah yang tidak menguntungkan, perkembangan teknologi yang dapat menggantikan produk perusahaan, serta fluktuasi permintaan pasar.

Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih tepat guna mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di industri yang terus berkembang.

### 3.3 Strategi

Strategi adalah konsep yang luas dan digunakan dalam berbagai bidang seperti pendidikan, bisnis, komunikasi, dan manajemen. Secara umum, strategi dapat didefinisikan sebagai suatu perencanaan atau pendekatan sistematis yang

dirancang untuk mencapai tujuan tertentu dengan efisiensi dan efektivitas. Dalam dunia akademik, strategi sering dikaji dalam berbagai konteks sesuai dengan bidang keilmuan yang membahasnya.

Strategi memiliki banyak definisi yang berbeda tergantung pada perspektif yang digunakan. Menurut Saputra (2022) menyatakan bahwa strategi adalah pendekatan atau metode yang digunakan untuk mencapai tujuan pembelajaran secara efektif. Dalam penelitiannya, ia menemukan bahwa pemilihan strategi yang sesuai dalam proses pendidikan dapat berkontribusi pada peningkatan motivasi serta pemahaman peserta didik terhadap materi yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat tidak hanya membantu mencapai hasil belajar yang optimal, tetapi juga dapat meningkatkan keterlibatan dan antusiasme siswa dalam proses pembelajaran. Fariha (2025) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa strategi kepemimpinan yang efektif mencakup perencanaan yang matang, transparansi dalam komunikasi, serta kolaborasi yang baik antar anggota organisasi. Dengan strategi kepemimpinan yang kuat, efektivitas organisasi dapat meningkat secara signifikan.

Strategi pengembangan bisnis yang efektif mencakup perencanaan distribusi yang baik, promosi yang sesuai, serta penerapan strategi pemasaran yang terintegrasi. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa distribusi yang efisien akan meningkatkan pangsa pasar perusahaan dan mempercepat pertumbuhan bisnis (Mahrus *et al.*, 2024). Lebih lanjut, penelitian Husniar (2023) menekankan bahwa strategi pengembangan distribusi harus berorientasi pada pemanfaatan teknologi digital.

### 3.4 Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung dan memperkuat landasan teoritis serta merumuskan posisi penelitian ini, berikut disajikan beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian terdahulu diuraikan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian (Tahun Penelitian)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Analisis	Perbedaan
1.	Herman, Moh hafidz, Pattasang, Anwar, Abd Razak, Siti Aisyah Jamal, Harmen (2025)	Strategi Promosi untuk Meningkatkan Penjualan pada Coffeeshop & Resto dengan Metode SWOT	Analisis SWOT	Kasta Coffeeshop dapat meningkatkan daya saing melalui strategi promosi berbasis kekuatan <i>internal</i> dan peluang pasar	Fokus penelitian pada strategi promosi, bukan distribusi dan produksi AMDK
2.	Yasmine (2025)	Perencanaan Strategi Digital dengan Metode Ward and Peppard pada PT Happify Kebahagiaan Indonesia	SWOT, <i>Value Chain</i> , dan <i>Critical Success Factor</i>	Menggunakan SWOT untuk menentukan strategi digital terbaik bagi perusahaan teknologi	Fokus pada strategi digital, berbeda dengan fokus penelitian ini pada distribusi AMDK
3.	Asfiah, Aries Dwi Indriyanti (2022)	Perencanaan Strategis Sistem Informasi pada Toko Hijab Q-Ya menggunakan Metode Ward and Peppard	SWOT & Sistem Informasi	Menggunakan SWOT untuk merancang strategi digital pada industri hijab	Fokus pada digitalisasi sistem, bukan distribusi fisik

**METODOLOGI PENELITIAN****4.1 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

Studi ini mengandalkan data sekunder serta primer. Untuk data primer didapati secara melaksanakan wawancara serta observasi, lalu data sekunder bersumber dari berkas atau laporan PT Maha Tirta Sejahtera.

## 1. Data Primer

## a. Permasalahan yang terjadi di lapangan

Data ini diperoleh melalui observasi langsung ke lokasi produksi dan distribusi, serta wawancara dengan pihak manajemen. Informasi yang dihimpun mencakup berbagai hambatan operasional, seperti keterbatasan kapasitas mesin, kesulitan menjangkau wilayah distribusi tertentu, hingga kendala teknis pada proses produksi. Data ini penting untuk memahami tantangan nyata yang dihadapi perusahaan

## b. Faktor-faktor pendukung dan penghambat Perusahaan

Melalui kuesioner dan wawancara, data dikumpulkan terkait faktor *internal* dan *eksternal* yang mendukung atau menghambat perkembangan perusahaan. Faktor pendukung seperti kualitas produk serta faktor penghambat seperti keterbatasan modal usaha, diidentifikasi sebagai bahan utama dalam penyusunan strategi. Informasi ini juga menjadi dasar dalam penyusunan matriks SWOT dan perumusan strategi pengembangan.

## 2. Data sekunder

## a. Data Penjualan

Data ini mencakup informasi mengenai volume dan tren penjualan produk AMDK PT Maha Tirta Sejahtera selama periode tertentu. Data ini penting untuk melihat perkembangan kinerja perusahaan serta mengidentifikasi pola permintaan yang memengaruhi proses produksi dan distribusi.

b. Data ukuran Perusahaan

Meliputi informasi terkait luas lahan, kapasitas produksi dan jumlah karyawan. Data ini memberikan gambaran mengenai skala operasional PT Maha Tirta Sejahtera dan menjadi dasar dalam menilai kemampuan perusahaan untuk berkembang.

c. Publikasi resmi dari BPS terkait pertumbuhan industri AMDK di Indonesia dan Bali.

Merujuk pada data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (2023) terkait pertumbuhan industri AMDK di Indonesia, khususnya di Bali. Data ini membantu peneliti dalam memahami konteks *eksternal* dan potensi pasar yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data pada penelitian ini memakai teknik seperti berikut:

a. Kuesioner

Kuesioner dipakai untuk menghimpun data secara membagikan beberapa pernyataan tertulis untuk setiap partisipan. Dalam studi ini kuesionernya diperuntukan bagi 17 partisipan yang mencakup manajemen perusahaan, staf operasional, serta pihak yang terlibat dalam distribusi PT Maha Tirta Sejahtera. Maksud dibagikanya kuesioner ini untuk memperoleh informasi mengenai faktor kelemahan, kekuatan, ancaman serta peluang yang dihadapi Perusahaan.

Tabel 4.1 menunjukkan faktor-faktor *internal* yang menjadi kekuatan (*strengths*) dari PT Maha Tirta Sejahtera dalam kegiatan produksi dan distribusi air minum dalam kemasan (AMDK).

Tabel 4. 1 Faktor Kekuatan

NO	Faktor Kekuatan	Rating			
		1	2	3	4
1	Kualitas air minum yang didistribusikan memenuhi standar kesehatan				
2	Perusahaan memiliki reputasi yang baik di pasar				
3	Harga produk bersaing di pasar				

Tabel 4.2 menunjukkan faktor-faktor *internal* yang menjadi kelemahan (*weakness*) dari PT Maha Tirta Sejahtera dalam kegiatan produksi dan distribusi air minum dalam kemasan (AMDK).

Tabel 4.2 Faktor Kelemahan

NO	Faktor Kelemahan	Rating			
		1	2	3	4
1	Terdapat keterbatasan dalam kapasitas produksi				
2	Perusahaan mengalami kesulitan dalam memperbarui teknologi distribusi				
3	Perusahaan memiliki keterbatasan modal untuk ekspansi				

Tabel 4.3 memuat beberapa faktor peluang yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memperluas jangkauan, meningkatkan volume penjualan, dan memperkuat posisi pasar.

Tabel 4.3 Faktor Peluang

NO	Faktor Peluang	Rating			
		1	2	3	4
1	Ada peluang untuk memperluas pasar ke wilayah baru				
2	Ada permintaan yang meningkat untuk air minum berkualitas di wilayah distribusi				
3	Tren gaya hidup sehat mendukung peningkatan konsumsi air minum				

Tabel 4.4 menunjukkan faktor ancaman yang dapat menghambat pertumbuhan dan stabilitas operasional perusahaan. Masing-masing ancaman dinilai menggunakan skala rating 1-4.

Tabel 4.4 Faktor Ancaman

NO	Faktor Ancaman	Rating			
		1	2	3	4
1	Ada persaingan ketat dari perusahaan distribusi air lainnya				
2	Ada risiko kenaikan harga bahan baku atau biaya produksi				
3	Perusahaan menghadapi masalah lingkungan, seperti kekurangan sumber daya air				

Kuesioner akan terdiri dari 12 pertanyaan, yang dibagi menjadi: pertanyaan terkait kekuatan perusahaan

- b. 3 pertanyaan mengenai kekuatan Perusahaan
- c. 3 pertanyaan mengenai kelemahan perusahaan
- d. 3 pertanyaan tentang peluang yang dapat dimanfaatkan
- e. 3 pertanyaan terkait ancaman yang dihadapi perusahaan

Jawaban dari kuesioner ini akan digunakan sebagai dasar dalam analisis SWOT untuk menentukan faktor strategis yang paling berpengaruh terhadap pengembangan produksi dan distribusi perusahaan.

b. Wawancara

Wawancara diselenggarakan untuk memahami lebih jauh mengenai kondisi *eksternal* serta *internal* perusahaan. Wawancara dalam studi ini dilaksanakan bersama narasumber, yang mencakup Manajer departemen umum di PT Maha Tirta Sejahtera, untuk mengetahui strategi distribusi dan kendala yang dihadapi dalam operasional, mengamati sebagian aspek *eksternal* serta *internal* yang berpengaruh pada distribusi, dan daya saing produk.

c. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung fasilitas produksi dan pusat distribusi PT Maha Tirta Sejahtera. Melalui observasi ini, peneliti akan mencatat berbagai aspek terkait efisiensi produksi, sistem distribusi, serta kendala yang mungkin terjadi di lapangan. Hasil observasi ini akan digunakan sebagai bahan verifikasi terhadap data yang diperoleh dari wawancara dan kuesioner.

#### **4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam studi ini untuk mengambil sampelnya dipakai teknik *Snowball Sampling*. Alasan penelitian ini menggunakan *Snowball Sampling* didasarkan pada keterbatasan jumlah responden yang memiliki wawasan mendalam terkait strategi distribusi dan produksi di PT Maha Tirta Sejahtera. Selain itu, saat pelaksanaan kuesioner, sebagian besar karyawan masih terikat dengan tugas operasional mereka,

sehingga sulit untuk mengalokasikan waktu dalam menjawab pertanyaan secara langsung. Oleh karena itu, pihak manajer perusahaan merekomendasikan beberapa individu yang dianggap paling kompeten dan memiliki pemahaman yang mendalam mengenai aspek distribusi dan produksi sejumlah 17 responden. Dengan cara ini, penelitian tetap dapat memperoleh data yang valid dan relevan tanpa mengganggu aktivitas operasional perusahaan.

#### 4.3 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran diperuntukan bagi menetapkan pendek panjangnya interval dalam sebuah alat pengukuran yang menghasilkan data kuantitatif. Studi ini akan memakai skala *likert* guna mengukur persepsi, asumsi serta sikap seseorang pada sebuah fenomena. Skala *likert* yang dipakai yaitu sudah dimodifikasi dari 5 golongan jawaban menjadi 4 golongan jawaban.

Menurut Mudatsir (2018), skala *likert* yang dimodifikasi menjadi empat kategori jawaban lebih efektif dibandingkan skala lima kategori karena mengurangi bias responden dalam memilih jawaban netral. Penggunaan skala ini memungkinkan pengukuran yang lebih akurat terhadap kecenderungan sikap individu terhadap suatu fenomena sosial.

Skala nilai yang diberikan pada pertimbangan strategis perusahaan pada skala 1 (buruk) - 4 (sangat baik) untuk variabel kekuatan dan peluang yang berdampak positif pada bisnis. Target rating ini guna menetapkan sejauh mana elemen-elemen strategis perusahaan, seperti peluang dan kekuatan, dapat memberikan pengaruh positif (+) dan untuk menentukan elemen negatif (-) yang dapat berubah menjadi ancaman atau kelemahan. nilai rating diberikan seperti berikut:

- |                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 1. Pengaruh positif sangat kecil | :1 |
| 2. Pengaruh positif kecil        | :2 |
| 3. Pengaruh positif besar        | :3 |
| 4. Pengaruh positif sangat besar | :4 |

Diberikanya nilai bagi variabel ancaman serta kelemahan didasarkan pada tingkat dampak negatifnya terhadap perusahaan. Kedua variabel ini memiliki pengaruh yang bersifat merugikan, dengan skala penilaian seperti berikut:

1. Pengaruh negatif sangat besar :1
2. Pengaruh negatif besar :2
3. Pengaruh negatif kecil :3
4. Pengaruh negatif sangat kecil :4

#### 4.4 Teknik Analisis Data

Analisa data serta metode dipakai untuk merangkum data yang telah dikumpulkan, menampilkan dengan terstruktur, lalu mengelola, menginterpretasikan, dan memahami makna dari data tersebut. Proses analisa data bertujuan untuk menyelesaikan persoalan kajian serta menemukan respon dari pertanyaan yang diusulkan.

Untuk menganalisa datanya akan dipakai teknik kualitatif deskriptif, serta pendekatan EFAS (*External Factors Analysis Summary*) serta IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Lalu analisa SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) juga diterapkan guna membentuk rumus strategi pengembangan yang sesuai. Sebagian teknik analisa yang akan dipakai mencakup:

1. Analisa Deskriptif

Analisa ini berupa metode untuk menafsirkan data guna membagikan ilustrasi yang tepat mengenai ancaman, kelemahan, peluang serta kekuatan dari PT Maha Tirta Sejahtera.

2. Analisa *Eksternal & Internal*

Analisa ini berguna untuk mengidentifikasi aspek kekuatan yang dapat dimanfaatkan serta aspek kelemahan yang perlu diatasi. Evaluasi sebagian aspek ini dilaksanakan memakai matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*). Sebelum menyusun matriks IFAS, terlebih dahulu dilakukan penentuan faktor strategi *internal*. Adapun Matrik Internal Factor Analisis Summary (IFAS) ditampilkan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5** Matrik Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-Faktor <i>Internal</i>	Bobot	Peringkat	Skor
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1,0		

Lalu analisa *eksternal* diselenggarakan untuk mengidentifikasi peluang yang bisa dimanfaatkan serta ancaman yang mesti dicegah. Hasilnya kemudian dievaluasi untuk menilai sejauh mana strategi yang diterapkan selama ini mampu merespons ancaman serta peluang yang ada. Untuk keperluan tersebut, dipakai matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*), sebagaimana ditampilkan berikut ini. Adapun Matrik External Factors Analysis Summary (EFAS) ditampilkan pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6** Matrik External Factors Analysis Summary (EFAS)

Faktor-Faktor <i>Eksternal</i>	Bobot	Peringkat	Skor
Peluang			
Ancaman			
Total	1,0		

Dari Tabel 4.5 dan Tabel 4.6 ini, isi dari kolom pertama seperti variabel strategi perusahaan yang sudah diidentifikasi, meliputi aspek ancaman, kelemahan, peluang serta kekuatan. Lalu kolom kedua, bobot setiap aspek perusahaan diberikan memakai skala *Likert* yang awalnya sudah ditentukan. Selain itu, kolom ketiga memiliki nilai rating untuk variabel peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan sesuai dengan seberapa besar dampaknya terhadap bisnis.

Skor ditentukan dengan mengalikan bobot dikolom kedua dengan nilai dikolom ketiga untuk mengisi kolom keempat. Jumlah dari semua nilai di kolom keempat kemudian digunakan untuk mendapatkan skor tertimbang secara keseluruhan. Tanggapan strategi pemasaran terhadap elemen-elemen strategis yang dinyatakan tercermin dalam skor keseluruhan ini.

#### 4.5 Uji Validitas

Uji validitas merupakan salah satu tahapan penting dalam mengukur sejauh mana isi dari suatu instrumen sesuai dengan tujuan penelitian. Tujuan utama dari uji validitas adalah untuk menilai ketepatan instrumen yang akan digunakan dalam

proses penelitian (Gusti and Syamsurizal, 2021). Sementara itu, menurut Al Hakim, Mustika dan Yuliani (2021), dalam pengembangan model pembelajaran berbasis multimedia, uji validitas berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana media elektronik yang sedang dikembangkan dapat diterapkan dalam suatu model pembelajaran, sehingga dapat diketahui tingkat keakuratan dan relevansi media tersebut.

Dalam proses pengujian validitas suatu instrumen, biasanya dilakukan dengan membandingkan nilai kelayakan ( $r$  hitung) dari item instrumen dengan nilai  $r$  kritis ( $r$  tabel) yang telah ditentukan. Adapun pedoman dalam menentukan validitas item adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka item kuesioner dianggap valid.
2. Jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel, maka item kuesioner dianggap tidak valid.

#### 4.6 Analisis SWOT

Ditahapan ini, dilaksanakan analisa juga penetapan putusan berpendekatan SWOT. Dari hasilnya nanti akan dibentuk rumus beragam alternatif strategi pemasaran untuk PT Maha Tirta Sejahtera terapkan. Strategi ini merupakan kombinasi dari elemen-elemen SWOT yang bertujuan untuk mengembangkan potensi perusahaan, yang meliputi:

1. Strategi SO – Memanfaatkan semua kekuatan yang dimiliki dalam menangkap serta memaksimalkan suatu peluang.
2. Strategi ST – Memakai kekuatan yang dalam mengatasi ancaman yang muncul.
3. Strategi WO – Memanfaatkan peluang yang tersedia secara mengurangi atau mengatasi kelemahan.
4. Strategi WT – Pendekatan defensif yang bertujuan untuk mengurangi kelemahan serta menghindari ancaman yang dapat menghambat perkembangan.

Sesudah dibentuk rumusan strategi, akan dilanjutkan dengan merumuskan program yang tergolong rencana aksi (*action plan*). Adapun Matriks Analisis SWOT ditampilkan pada Tabel 4.7.

**Tabel 4. 7** Matriks Analisis SWOT

<b>IFAS/EFAS</b>	<b>Strengths (S)</b> Faktor-Faktor Kekuatan <i>Internal</i>	<b>Weaknesses (w)</b> Faktor- Faktor Kelemahan <i>Internal</i>
<b>Opportunities (O)</b> Tentukan Faktor Peluang <i>Eksternal</i>	<b>Strategi so</b> Ciptakan strategi yang Memakai kekuatan Dalam Memanfaatkan peluang	<b>Strategi wo</b> Ciptakan strategi yang Meminimalisir kelemahan Dalam memanfaatkan peluang
<b>Threats (T)</b> Tentukan Faktor Ancaman <i>Eksternal</i>	<b>Strategi st</b> Ciptakan strategi yang Memakai kekuatan Dalam Menangani ancaman	<b>Strategi wt</b> Ciptakan strategi yang Meminimalisir Ancaman serta kelemahan

Menyajikan temuan-temuan dari analisis data adalah tahap selanjutnya. Ada dua cara untuk menyampaikan data: secara formal (menggunakan tabel, grafik, dan alat bantu visual lainnya) dan secara informal (menggunakan narasi). Presentasi naratif berusaha untuk menunjukkan taktik yang digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang topik yang dibahas.

Sementara itu, penyajian formal dilaksanakan untuk mengilustrasikan analisa SWOT yang dilaksanakan PT Maha Tirta Sejahtera dalam upaya meningkatkan daya saing perusahaan. Diagram analisisnya dipakai supaya hasil studi bisa dipahami secara lebih jelas, sehingga strategi yang paling sesuai dapat direkomendasikan sebagai solusi bagi objek penelitian.



#### 1. Kuadran I (Positif, Positif)

Posisi ini menampilkan prospek serta kekuatan yang sangat baik dari PT Maha Tirta Sejahtera. Perusahaan dapat terus mengembangkan, memperluas, dan memaksimalkan kesuksesan bisnisnya dengan rencana agresif yang disarankan.

#### 2. Kuadran II (Positif, Negatif)

Bisnis ini memiliki kekuatan dalam peran ini, tetapi juga menghadapi hambatan yang signifikan. Strategi yang direkomendasikan adalah Diversifikasi, yang berarti bahwa perusahaan harus memperluas strategi dan inovasi bisnisnya agar tidak hanya bergantung pada strategi sebelumnya. Hal ini sangat penting untuk mengatasi hambatan dan menjamin ekspansi perusahaan yang berkelanjutan.

#### 3. Kuadran III (Negatif, Positif)

Sikap ini menunjukkan bahwa bisnis tersebut memiliki prospek dan kelemahan yang signifikan. *Turn-around* adalah pendekatan yang disarankan, yang mengharuskan organisasi untuk memodifikasi atau mengganti taktik yang kurang berhasil dalam memanfaatkan peluang sekarang ini serta mengembangkan kinerja dengan keseluruhan.

#### 4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Bisnis berada dalam kondisi genting dan menghadapi hambatan yang signifikan. Pendekatan defensif disarankan, di mana bisnis berkonsentrasi pada kelangsungan hidup dan stabilisasi sambil memperkuat kelemahan *internal* untuk mencegah penurunan di masa depan. Untuk membuat rencana

pemulihan yang lebih efektif, bisnis juga harus melakukan penilaian menyeluruh.

#### 4.7 Bagan Alir Penelitian

Guna memperjelas tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, berikut ditampilkan bagan alir penelitian pada Gambar 5.



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025)

**Gambar 5** Bagan Alir

Dalam studi ini, proses analisis SWOT diawali dengan pelaksanaan observasi lapangan dan wawancara guna mengumpulkan data yang relevan. Observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh terhadap kondisi aktual perusahaan dari berbagai aspek operasional. Sementara itu, wawancara dilakukan untuk menggali informasi langsung dari pihak-pihak terkait, termasuk manajemen dan staf operasional, guna memperoleh data kualitatif yang mendalam. Langkah ini menjadi dasar penting dalam penyusunan analisis *internal* dan *eksternal* perusahaan.

Analisis *internal* difokuskan pada faktor-faktor yang berasal dari dalam perusahaan, seperti sumber daya, kapabilitas, serta kelemahan yang dimiliki. Hasil

dari identifikasi ini kemudian dituangkan ke dalam Matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*), yang menyajikan faktor-faktor kunci secara terstruktur berdasarkan bobot dan ratingnya. Matriks IFAS membantu dalam mengevaluasi sejauh mana kekuatan dan kelemahan internal memengaruhi kinerja perusahaan. Analisis ini menjadi landasan penting untuk perumusan strategi yang realistis dan berbasis data.

Di sisi lain, analisis eksternal menelaah berbagai faktor dari luar perusahaan yang dapat memengaruhi kinerjanya, seperti kondisi industri, tren pasar, regulasi pemerintah, serta potensi ancaman dan peluang. Hasil dari analisis ini disusun dalam Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*), yang berfungsi untuk mengidentifikasi sejauh mana faktor eksternal berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan. Matriks ini mempermudah perusahaan dalam mengenali dinamika lingkungan eksternal secara sistematis. Dengan demikian, perusahaan dapat merespons perubahan lingkungan bisnis secara adaptif.

Tahapan selanjutnya adalah penyusunan Matriks SWOT, yaitu sintesis antara hasil analisis internal (IFAS) dan eksternal (EFAS). Matriks ini membantu perusahaan dalam mengidentifikasi alternatif strategi berdasarkan kombinasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah ditemukan. Melalui Matriks SWOT, perusahaan dapat menentukan strategi yang paling selaras dengan kondisi aktualnya. Strategi yang dihasilkan dari tahap ini berfungsi sebagai dasar untuk perumusan kebijakan pengembangan produksi dan distribusi.

Langkah terakhir adalah melakukan analisis dan interpretasi terhadap hasil keseluruhan guna menarik kesimpulan dari penelitian ini. Kesimpulan yang diperoleh tidak hanya mencerminkan kondisi faktual perusahaan, tetapi juga menjadi pijakan dalam memberikan rekomendasi strategis. Rekomendasi tersebut diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merumuskan kebijakan bisnis yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, strategi yang diambil dapat meningkatkan efektivitas operasional dan daya saing perusahaan di industri AMDK yang kompetitif.



## BAB V

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Faktor Internal Serta Faktor Eksternal Dan Mempengaruhi Produksi Dan Distribusi PT Maha Tirta Sejahtera

Dalam upaya mengembangkan sistem produksi dan distribusi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK), PT Maha Tirta Sejahtera dipengaruhi oleh dua kelompok faktor utama, yakni faktor *internal* yang mencakup kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta faktor *eksternal* yang meliputi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan bisnis.

##### 5.1.1 Faktor Internal (Kekuatan Dan Kelemahan)

Berdasarkan hasil analisis dan observasi di lapangan, PT Maha Tirta Sejahtera memiliki sejumlah kekuatan yang dapat dijadikan fondasi dalam pengembangan usaha. Salah satu kekuatan utama terletak pada kualitas produk air minum yang dihasilkan, karena telah melalui proses penyaringan, sterilisasi, dan pengujian sesuai standar kesehatan nasional. Keunggulan ini memberikan daya saing bagi produk Vodamin, terutama di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konsumsi air yang higienis dan aman. Selain itu, perusahaan memiliki reputasi yang baik di pasar lokal, khususnya di wilayah Bangli dan sekitarnya, yang tercermin dari loyalitas pelanggan yang terus meningkat. Dukungan harga yang bersaing juga menjadi kekuatan tambahan, di mana harga yang terjangkau mampu menarik konsumen dari segmen menengah ke bawah tanpa mengorbankan kualitas.

Meskipun memiliki sejumlah kekuatan, PT Maha Tirta Sejahtera juga dihadapkan pada beberapa kelemahan *internal* yang cukup signifikan. Salah satu kelemahan utama adalah keterbatasan kapasitas produksi, yang menyebabkan perusahaan kesulitan memenuhi lonjakan permintaan pada periode tertentu. Hal ini berdampak pada keterlambatan distribusi dan ketidakseimbangan antara permintaan dan pasokan. Selain itu, keterbatasan modal usaha membatasi ruang gerak perusahaan dalam melakukan ekspansi maupun pengadaan peralatan

produksi yang lebih modern dan efisien. Kelemahan-kelemahan tersebut perlu segera diatasi agar tidak menghambat pengembangan usaha secara berkelanjutan.

#### 5.1.2 Faktor *Eksternal* (Peluang Dan Ancaman)

Dari sisi *eksternal*, PT Maha Tirta Sejahtera menghadapi sejumlah peluang strategis yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi perusahaan di pasar. Salah satu peluang utama adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pola hidup sehat, yang berkontribusi pada meningkatnya permintaan terhadap air minum berkualitas. Masyarakat kini lebih selektif dalam memilih produk air minum, dengan kecenderungan menghindari air isi ulang yang tidak memiliki label atau jaminan kesehatan. Kondisi ini memberikan peluang bagi perusahaan untuk menonjolkan kualitas dan keamanan produknya sebagai nilai jual utama.

Peluang lain yang dapat dimaksimalkan adalah potensi perluasan pasar ke wilayah baru, khususnya di daerah seperti Klungkung, Karangasem, dan Gianyar. Pertumbuhan penduduk serta peningkatan aktivitas pariwisata di wilayah-wilayah tersebut turut mendorong kenaikan kebutuhan terhadap air minum dalam kemasan. Situasi ini membuka ruang bagi perusahaan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas jaringan distribusi. Jika dikelola secara tepat, peluang ini dapat menjadi faktor pendorong pertumbuhan perusahaan dalam jangka menengah hingga panjang.

Namun demikian, di balik adanya peluang tersebut, PT Maha Tirta Sejahtera juga dihadapkan pada sejumlah ancaman *eksternal* yang tidak dapat diabaikan. Persaingan dalam industri AMDK semakin ketat, khususnya dari perusahaan berskala nasional yang memiliki keunggulan dalam distribusi, promosi, dan kekuatan modal. Untuk tetap kompetitif, perusahaan harus mampu bersaing tidak hanya dari sisi kualitas produk, tetapi juga dalam aspek kecepatan distribusi dan strategi pemasaran yang efektif. Tanpa inovasi dan efisiensi operasional, posisi perusahaan berisiko tergerus oleh kompetitor yang lebih mapan.

Ancaman lainnya berasal dari fluktuasi harga bahan baku dan biaya operasional, seperti plastik kemasan dan bahan bakar untuk distribusi. Ketidakstabilan biaya tersebut dapat berdampak pada struktur biaya dan menekan margin keuntungan perusahaan. Selain itu, isu lingkungan terkait ketersediaan

sumber daya air juga menjadi tantangan jangka panjang yang memerlukan perhatian serius. Oleh karena itu, perusahaan perlu merancang strategi konservasi air dan memastikan penggunaan sumber daya yang berkelanjutan agar keberlangsungan usaha tetap terjaga.

### **5.2 Kendala Utama Yang Dihadapi PT Maha Tirta Sejahtera Dalam Proses Produksi Dan Distribusi AMDK**

Dalam proses operasional sehari-hari, PT Maha Tirta Sejahtera menghadapi berbagai kendala yang berdampak langsung terhadap efektivitas produksi dan distribusi. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan kapasitas produksi, di mana mesin yang tersedia saat ini belum mampu memenuhi peningkatan permintaan pasar secara optimal. Akibatnya, terjadi keterlambatan pengiriman dan penumpukan permintaan pelanggan di sejumlah wilayah distribusi. Selain itu, sistem distribusi masih bersifat konvensional, karena perusahaan mengandalkan armada dan tenaga *internal* tanpa dukungan teknologi digital. Hal ini menyebabkan rendahnya efisiensi distribusi dan keterbatasan dalam menjangkau daerah-daerah terpencil secara cepat dan tepat waktu.

Ketiadaan gudang cabang atau titik distribusi di luar wilayah Bangli juga memperparah situasi distribusi yang tidak strategis dan berkontribusi pada tingginya biaya operasional. Di sisi lain, keterbatasan modal usaha menjadi hambatan serius dalam mendukung pengembangan teknologi, perluasan armada distribusi, maupun peningkatan kapasitas produksi. Kondisi ini menghambat kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi maupun bersaing secara agresif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Tanpa adanya dukungan pembiayaan *eksternal* atau strategi kemitraan yang tepat, perusahaan berisiko terjebak dalam lingkaran operasional yang stagnan. Oleh karena itu, diperlukan langkah strategis untuk mengatasi berbagai kendala tersebut agar keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dapat terwujud.

### **5.3 Hasil Observasi Lapangan**

Observasi lapangan ini dilaksanakan untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi operasional dan distribusi pada objek penelitian, yaitu PT Maha Tirta Sejahtera. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi pabrik dan distribusi

yang berada di Banjar Tanggahan Tengah, Desa Demulih, Kecamatan Susut, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali.

Dari hasil observasi, terlihat bahwa akses menuju lokasi perusahaan berada di wilayah dengan lalu lintas yang cenderung sepi, namun cukup strategis untuk menjangkau wilayah distribusi utama seperti Bangli, Gianyar, dan Klungkung. Aktivitas produksi berjalan secara berkala sesuai permintaan pasar, dan proses distribusi dilakukan melalui kendaraan operasional milik perusahaan secara langsung ke konsumen maupun agen.

Selain itu, kondisi infrastruktur seperti ruang produksi, area pengisian, serta fasilitas pendukung lainnya terpantau memadai, meskipun masih terdapat keterbatasan dalam pengelolaan sistem distribusi seperti penyimpanan, pelacakan pengiriman, dan struktur penyaluran barang yang belum sepenuhnya terintegrasi. Dokumentasi berupa foto dan catatan lapangan digunakan oleh peneliti sebagai bukti untuk memperkuat data observasi ini.

Dengan adanya observasi ini, peneliti mendapatkan data yang lebih akurat untuk menganalisis strategi pengembangan produksi dan distribusi AMDK di PT Maha Tirta Sejahtera melalui pendekatan SWOT, serta merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan efisiensi dan cakupan distribusi produk.

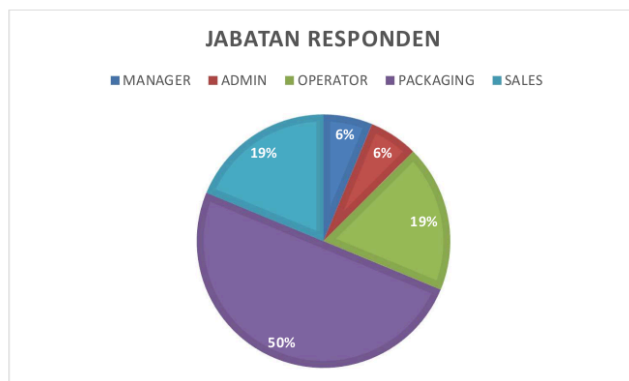
#### **5.4 Hasil Kecakupan Data**

Dalam rangka memperoleh data yang relevan dan mendalam untuk keperluan analisis strategi pengembangan produksi dan distribusi pada PT Maha Tirta Sejahtera, peneliti juga melakukan penyebaran kuesioner sebagai salah satu instrumen utama pengumpulan data. Penelitian ini menggunakan metode snowball sampling, yaitu teknik pengambilan sampel di mana responden awal yang dipilih kemudian merekomendasikan responden lain yang memiliki relevansi atau pengetahuan yang dibutuhkan dalam penelitian.

Teknik ini dipilih karena jumlah pegawai yang memahami secara detail proses produksi dan distribusi di perusahaan tergolong terbatas, serta sebagian besar dari mereka masih aktif bekerja di lapangan sehingga tidak seluruhnya dapat dilibatkan secara langsung. Oleh sebab itu, pihak manajemen turut membantu

dalam merekomendasikan sejumlah responden yang dianggap representatif untuk memberikan informasi terkait kondisi aktual di lapangan.

Responden dalam penelitian ini meliputi perwakilan dari bagian produksi, bagian distribusi, administrasi logistik, serta pengemudi kendaraan distribusi. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh berasal dari sumber yang kompeten dan memahami permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan, sehingga hasil analisis SWOT dapat mencerminkan kondisi aktual secara objektif dan kredibel.



(Sumber: Olah data Pribadi,2025)

**Gambar 6** Diagram Persentase Jabatan Responden

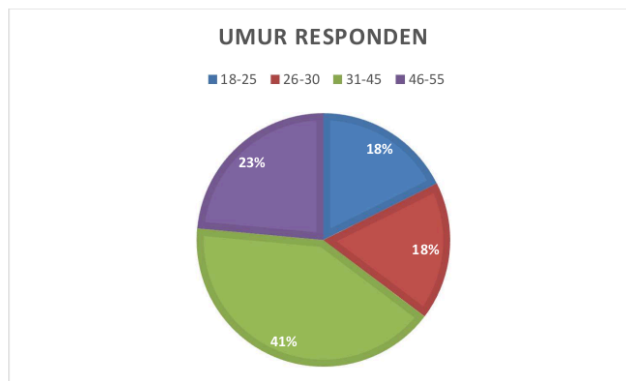
Penelitian ini melibatkan sebanyak 17 responden dari lingkungan kerja PT Maha Tirta Sejahtera yang dipilih secara selektif berdasarkan peran dan relevansinya terhadap proses produksi dan distribusi AMDK. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada pegawai dari berbagai jabatan agar diperoleh sudut pandang yang beragam dan representatif mengenai kondisi aktual di perusahaan.

Dari hasil rekapitulasi, sebagian besar responden berasal dari bagian packaging, yakni sebanyak 8 orang atau sekitar 47% dari total responden. Hal ini mencerminkan bahwa bagian tersebut merupakan lini operasional yang paling besar

keterlibatannya dalam proses produksi, sehingga memiliki pemahaman yang cukup mendalam terhadap tantangan dan potensi pengembangan sistem produksi dan distribusi.

Selanjutnya, terdapat 3 orang responden dari bagian operator (17%) dan 3 orang dari bagian sales (18%), yang masing-masing berperan dalam aktivitas produksi langsung serta proses pemasaran dan penyaluran produk ke konsumen. Kehadiran mereka memberikan kontribusi penting dalam memberikan informasi teknis dan distribusional.

Sementara itu, jabatan lainnya yang juga berpartisipasi dalam pengisian kuesioner meliputi manager, admin, dan personalia, masing-masing berjumlah 1 orang atau setara 6% dari total responden. Ketiga jabatan ini dinilai penting karena mampu menyampaikan informasi dari perspektif manajerial, administratif, dan pengelolaan sumber daya manusia, sehingga turut melengkapi hasil analisis secara menyeluruh.



(Sumber: Olah data Pribadi,2025)

**Gambar 7** Umur Responden

Dari hasil rekapitulasi, sebagian besar responden berusia dari umur 31-45, yakni sebanyak 7 orang atau sekitar 41% dari total responden. Usia pegawai paling sedikit dari umur 18-25 tahun dan 26-30 tahun masing-masing sebanyak 3 responden atau sekitar 18% dari total responden

Distribusi responden berdasarkan jabatan ini memberikan dasar yang kuat dalam melakukan analisis SWOT secara objektif, karena melibatkan unsur-unsur penting dari struktur organisasi perusahaan. Dengan demikian, data yang diperoleh mencerminkan kondisi faktual yang terjadi di lapangan.

### 5.5 Uji Validitas

Uji validitas terhadap kuesioner yang telah disebarkan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mampu menggambarkan data yang dibutuhkan dalam analisis SWOT. Validitas menunjukkan sejauh mana instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Salah satu metode untuk menguji validitas adalah dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total dari responden.

Pengujian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak *SPSS for Windows*. Dalam penelitian ini, uji validitas hanya diterapkan pada empat faktor yang terkait dengan analisis SWOT. Keputusan mengenai validitas suatu item ditentukan berdasarkan nilai *r hitung* (Corrected Item-Total Correlation) yang harus lebih besar dari *r tabel*, yaitu 0,154, dengan derajat kebebasan (df) sebesar 15 ( $n = 17$ , sehingga  $df = 17 - 2$ ) dan tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Jika nilai *r hitung* melebihi nilai *r tabel*, maka item pertanyaan dinyatakan valid; sebaliknya, jika lebih kecil, maka item tersebut dianggap tidak valid.

**Tabel 5. 1** Uji Validitas Faktor Kekuatan

Butir	Nilai Corrected Item-Total Correlation / $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	0.789136	0.514	Valid
2	0.923133	0.514	Valid
3	0.886702	0.514	Valid

**Tabel 5. 2** Uji Validitas Faktor Kelemahan

Butir	Nilai Corrected Item-Total Correlation / $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	0.521817	0.514	Valid
2	0.536236	0.514	Valid
	0.554951	0.514	Valid

5 **Tabel 5. 3 Uji Validitas Faktor Peluang**

Butir	Nilai Corrected Item-Total Correlation / $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	0.523676	0.514	Valid
2	0.575554	0.514	Valid
3	0.560391	0.514	Valid

8 **Tabel 5. 4 Uji Validitas Faktor Ancaman**

Butir	Nilai Corrected Item-Total Correlation / $r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kriteria
1	0.748109	0.514	Valid
2	0.575045	0.514	Valid
3	0.720932	0.514	Valid

### 5.6 Strategi Yang Dapat Diterapkan Untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi Dan Distribusi Agar Lebih Kompetitif Di Pasar.

63 Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi faktor *internal* dan *eksternal* guna merumuskan strategi pengembangan yang tepat bagi PT Maha Tirta Sejahtera. Melalui analisis ini, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang, menghindari ancaman, serta mengatasi kelemahan yang ada. Dalam penelitian ini, SWOT diterapkan untuk menyusun strategi pengembangan produksi dan distribusi AMDK, agar perusahaan dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing di industri AMDK.

#### 5.6.1 Analisis Faktor Strategis *Internal*

4 Analisis terhadap faktor *internal* dalam penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh PT Maha Tirta Sejahtera, khususnya dalam proses produksi dan distribusi AMDK. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui aspek-aspek *internal* yang paling berpengaruh terhadap kinerja perusahaan serta sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan ke depan.

15 Untuk memperoleh data yang akurat, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden *internal* yang dipilih secara selektif, yaitu karyawan dan staf yang memahami langsung proses produksi maupun distribusi. Setiap responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap sejumlah pernyataan yang mewakili

faktor-faktor *internal*, baik berupa kekuatan (Strength) maupun kelemahan (Weakness), menggunakan skala tingkat signifikansi sebagai berikut:

1 = Tidak penting

2 = Cukup penting

3 = Sangat penting

Tahapan pertama yang dilakukan setelah mencantumkan nilai tingkat signifikan untuk S1 dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Menentukan tingkat signifikan faktor S1 berdasarkan nilai rata-rata hasil kuesioner tingkat signifikan seperti ditunjukkan pada Tabel 5.5.

Tabel 5. 5 Tingkat Signifikan Faktor

No	Faktor	Nilai Responden		Rata-Rata
S1	Kualitas air minum yang didistribusikan memenuhi standar kesehatan	3	3	3

2. Perhitungannya dilanjutkan dengan menghitung bobot dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Bobot} &= \frac{\text{Tingkat signifikan faktor S1}}{\text{Jumlah tingkat signifika}} \\ &= \frac{3}{15} \\ &= 0.2\end{aligned}$$

3. Langkah berikutnya yaitu mencari nilai skor pada faktor S1 dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Skor} &= \text{nilai bobot} \times \text{nilai rating} \\ &= 0.2 \times 3.11 \\ &= 0.62\end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, didapatkan nilai skor dari faktor S1 yaitu 0.62. Perhitungan nilai IFAS dilaksanakan sesuai dengan perhitungan pada Tabel 5.5. Dengan cara yang sama perhitungan dilakukan untuk semua faktor. Pada Tabel 5.6 dibawah ini merupakan penilaian terhadap nilai IFAS

9  
Tabel 5. 6 Analisis Faktor Strategis *Internal*

No	Faktor <i>Internal</i>	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor Bobot
<b>Kekuatan</b>					
1	Kualitas air minum yang didistribusikan memenuhi standar kesehatan	3	0.2	3.11	0.62
2	Perusahaan memiliki reputasi yang baik di pasar	2.5	0.16	3.17	0.52
3	Harga produk bersaing di pasar	3	0.2	3.11	0.62
Jumlah Kekuatan		8.5			1.77
<b>Kelemahan</b>					
1	Terdapat keterbatasan dalam kapasitas produksi	2	0.13	2.17	0.29
2	Perusahaan mengalami kesulitan dalam memperbarui teknologi distribusi	2	0.13	2.17	0.29
3	Perusahaan memiliki keterbatasan modal untuk ekspansi	2.5	0.16	2	0.33
Jumlah Kelemahan		6.5			0.913
TOTAL IFAS		15			0.862

### 5.6.2 Analisis Faktor Strategis *Eksternal*

Analisis terhadap faktor *eksternal* dalam penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dimiliki oleh PT Maha Tirta Sejahtera, khususnya dalam proses produksi dan distribusi AMDK. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui aspek-aspek *eksternal* yang paling berpengaruh terhadap kinerja perusahaan serta sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan ke depan.

Untuk memperoleh data yang akurat, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden *eksternal* yang dipilih secara selektif, yaitu karyawan dan staf yang memahami langsung proses produksi maupun distribusi. Setiap responden diminta untuk memberikan penilaian terhadap sejumlah pernyataan yang mewakili faktor-faktor *eksternal*, baik berupa peluang maupun ancaman, menggunakan skala tingkat signifikansi sebagai berikut:

1 = Tidak penting

2 = Cukup penting

3 = Sangat penting

Tahapan pertama yang dilakukan setelah mencantumkan nilai tingkat signifikan untuk S1 dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Menentukan tingkat signifikan faktor S1 berdasarkan nilai rata-rata hasil kuesioner tingkat signifikan seperti ditunjukkan pada Tabel 5.7

**Tabel 5. 7** Tingkat Signifikan Faktor

No	Faktor	Nilai Responden		Rata-Rata
S1	Kualitas air minum yang didistribusikan memenuhi standar kesehatan	3	3	3

2. Perhitungannya dilanjutkan dengan menghitung bobot dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Bobot} &= \frac{\text{Tingkat signifikan faktor S1}}{\text{Jum tingkat signifi}} \\ &= \frac{3}{16} \\ &= 0.18 \end{aligned}$$

3. Langkah berikutnya yaitu mencari nilai skor pada faktor S1 dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor} &= \text{nilai bobot} \times \text{nilai rating} \\ &= 0.18 \times 1.7 \\ &= 0.31 \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, didapatkan nilai skor dari faktor S1 yaitu 0.62. Perhitungan nilai IFAS dilaksanakan sesuai dengan perhitungan pada Tabel

5.7. Dengan cara yang sama perhitungan dilakukan untuk semua faktor.

Pada Tabel 5.8 dibawah ini merupakan penilaian terhadap nilai IFAS

<sup>25</sup>  
Tabel 5.8 Analisis Faktor Strategis Eksternal

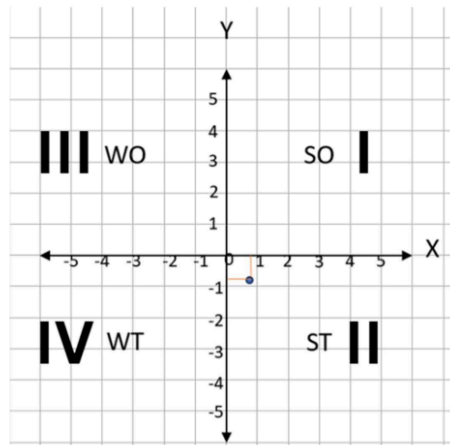
No	Faktor Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang					
1	Ada peluang untuk memperluas pasar ke wilayah baru	3	0.18	1.7	0.31
2	Ada permintaan yang meningkat untuk air minum berkualitas di wilayah distribusi	2	0.12	1.94	0.24
3	Tren gaya hidup sehat mendukung peningkatan konsumsi air minum	3	0.18	2.52	0.47
Jumlah Peluang		8			1.036
Ancaman					
1	Ada persaingan ketat dari perusahaan distribusi air lainnya	3	0.18	3.29	0.61
2	Ada risiko kenaikan harga bahan baku atau biaya produksi	2	0.12	3.47	0.43
3	Perusahaan menghadapi masalah lingkungan, seperti kekurangan sumber daya air	3	0.18	3.41	0.63
Jumlah Ancaman		8			1.691
TOTAL IFAS		16			-0.654

### 5.7 Diagram SWOT

<sup>86</sup>  
Berdasar perhitungan dari faktor *internal* dan *eksternal*, output yang akan didapat berupa titik koordinat dimana yang terletak pada Sumbu X dan Y. Pencarian sumbu X dan Y ini berasal dari pengurangan jumlah sub total dari setiap faktor. Berikut hasil perhitungannya:

$$\text{Sumbu X: } \frac{S-W}{2} = \frac{1.77-0.913}{2} = 0.862$$

$$\text{Sumbu Y: } \frac{O-T}{2} = \frac{1.036-1.691}{2} = -0.654$$



(Sumber: Olah Data Pribadi, 2025)  
**Gambar 8** Diagram SWOT

Gambar 8 adalah letak titik pada diagram SWOT dimana yang telah ditentukan dengan cara perhitungan yang telah dilakukan, titik tersebut terletak pada koordinat (0.862 dan -0.654) dan berada di kuadran II untuk penentuan nilai kecenderungan yang telah dilakukan perhitungan sebelumnya.

#### 5.7.1 Hasil Analisis Matriks SWOT

Matriks yang ditampilkan pada Tabel 5.9 menggambarkan hasil analisis terhadap faktor-faktor *internal* dan *eksternal* yang memengaruhi penyusunan strategi pengembangan pada proses produksi dan distribusi air minum dalam kemasan (AMDK) di PT Maha Tirta Sejahtera.

Melalui matriks SWOT ini, dirumuskan strategi-strategi berdasarkan kombinasi antara kekuatan dan peluang (strategi SO), kelemahan dan peluang (strategi WO), kekuatan dan ancaman (strategi ST), serta kelemahan dan ancaman (strategi WT). Rincian dari masing-masing kombinasi strategi tersebut dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan strategis yang lebih terarah dan sesuai dengan kondisi aktual perusahaan.

67  
Tabel 5. 9 Matriks SWOT

<p>IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p><b>STRENGTH-S</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Kualitas air minum yang didistribusikan memenuhi standar kesehatan</li> <li>2) Perusahaan memiliki reputasi yang baik di pasar</li> <li>3) Harga produk bersaing di pasar</li> </ol>	<p><b>WEAKNESS-W</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Terdapat keterbatasan dalam kapasitas produksi</li> <li>2) Perusahaan mengalami kesulitan dalam memperbarui teknologi distribusi</li> <li>3) Perusahaan memiliki keterbatasan modal untuk ekspansi</li> </ol>
<p>56</p> <p><b>OPPORTUNITIES-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ada peluang untuk memperluas pasar ke wilayah baru</li> <li>2) Ada permintaan yang meningkat untuk air minum berkualitas di wilayah distribusi</li> <li>3) Tren gaya hidup sehat mendukung peningkatan konsumsi air minum</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Memperluas pasar ke wilayah baru dengan mengedepankan kualitas air yang telah memenuhi standar kesehatan.</li> <li>2) Menyasar konsumen dengan gaya hidup sehat melalui kampanye produk higienis dan berkualitas.</li> <li>3) Meningkatkan volume distribusi di wilayah permintaan tinggi dengan memanfaatkan reputasi perusahaan.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menjalin kerja sama distribusi dengan mitra lokal untuk mengatasi keterbatasan kapasitas dan modal ekspansi.</li> <li>2) Mengadopsi teknologi sederhana dan bertahap untuk mengatasi kesulitan pembaruan teknologi.</li> <li>3) Menyesuaikan strategi distribusi berdasarkan tren permintaan air minum berkualitas dan gaya hidup sehat.</li> </ol>
<p><b>THREATS-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ada persaingan ketat dari perusahaan distribusi air lainnya</li> <li>2) Ada risiko kenaikan harga bahan baku atau biaya produksi</li> </ol>	<p><b>STRATEGI S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menjaga loyalitas konsumen dan memperkuat citra merek untuk menghadapi persaingan ketat.</li> </ol>	<p><b>STRATEGI W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menyederhanakan proses operasional dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya agar tetap dapat</li> </ol>

3) Perusahaan menghadapi masalah lingkungan, seperti kekurangan sumber daya air	2) Menekan biaya distribusi dengan efisiensi rute dan mengoptimalkan sistem logistik <i>internal</i> . 3) Membangun sistem manajemen air baku yang berkelanjutan untuk mengantisipasi kekurangan sumber daya air.	beroperasi meskipun dengan modal terbatas. 2) Fokus pada pasar lokal dengan jalur distribusi pendek untuk menekan biaya di tengah ancaman kenaikan bahan baku. 3) Mengembangkan program CSR terkait pelestarian air sebagai bagian dari mitigasi risiko lingkungan.
---	--	---

Strategi ST dinilai paling tepat diterapkan pada PT Maha Tirta Sejahtera berdasarkan hasil analisis yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan *internal* yang signifikan, namun di saat yang sama juga menghadapi tekanan *eksternal* yang cukup besar. Strategi ini sesuai dengan kondisi di mana perusahaan perlu mengoptimalkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengatasi berbagai ancaman dari lingkungan *eksternal*.

Dalam konteks PT Maha Tirta Sejahtera, penerapan strategi ST dilakukan dengan memanfaatkan keunggulan berupa kualitas produk yang tinggi, reputasi merek yang baik di pasar lokal, serta harga yang kompetitif. Kekuatan-kekuatan tersebut digunakan untuk menghadapi tantangan utama seperti meningkatnya persaingan di industri AMDK, kenaikan biaya produksi, dan potensi krisis ketersediaan sumber daya air. Dengan strategi ini, perusahaan diharapkan mampu mempertahankan posisinya di pasar dan meningkatkan ketahanan operasional dalam jangka panjang.

1. Menjaga loyalitas konsumen dan memperkuat citra merek untuk menghadapi persaingan ketat.

Salah satu kekuatan utama PT Maha Tirta Sejahtera adalah kualitas produk air minum yang telah memenuhi standar kesehatan dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan lokal. Strategi menjaga loyalitas konsumen sangat penting dalam menghadapi ancaman persaingan ketat, terutama dari produsen AMDK berskala besar yang memiliki jaringan distribusi dan promosi yang lebih kuat. Dalam hal ini, perusahaan dapat

memaksimalkan pendekatan berbasis komunitas dan komunikasi langsung dengan pelanggan tetap melalui edukasi kualitas produk, promosi berbasis testimoni, serta penggunaan kemasan ramah lingkungan sebagai nilai tambah merek. Strategi ini sejalan dengan penelitian Hengestu & Iskandar (2017) bahwa untuk menghadapi persaingan yang ketat perlu mempertahankan dan meningkatkan citra merek dan menjaga posisi agar tetap mampu menjadi market leader dalam bisnis AMDK.

2. Menekan biaya distribusi dengan efisiensi rute dan mengoptimalkan sistem logistik *internal*.

Ancaman lain yang dihadapi PT Maha Tirta Sejahtera adalah kenaikan biaya bahan baku dan logistik. Mengingat distribusi menjadi salah satu aspek termahal dalam industri AMDK, strategi efisiensi distribusi sangat diperlukan. Perusahaan dapat mulai dengan menganalisis ulang jalur pengiriman, mengelompokkan wilayah distribusi berdasarkan frekuensi dan volume permintaan, serta memanfaatkan teknologi navigasi untuk menentukan rute tercepat dan hemat bahan bakar.

Penambahan gudang kecil atau titik transit di wilayah strategis seperti Klungkung dan Gianyar dapat mengurangi waktu tempuh distribusi sekaligus menekan biaya operasional. Selain itu, pengelolaan inventaris berbasis digital dapat membantu memantau stok dan pengiriman dengan lebih akurat dan cepat. Penggunaan pelacak GPS sederhana untuk kendaraan distribusi juga bisa menjadi langkah awal menuju logistik yang transparan dan efisien. Strategi ini sejalan dengan hasil penelitian Titus Kristanto dan Erma Suryani (2015) dalam jurnal mereka yang menyatakan bahwa perkembangan perekonomian nasional telah menciptakan iklim persaingan yang ketat antarperusahaan. Dalam kondisi seperti ini, setiap perusahaan dituntut untuk melakukan perencanaan dan pengendalian biaya, khususnya dalam sektor logistik. Mereka menekankan bahwa efisiensi distribusi sangat diperlukan untuk menekan biaya operasional, dan salah satu pendekatan yang efektif adalah penggunaan teknologi informasi dalam pengelolaan logistik.

3. Membangun sistem manajemen air baku yang berkelanjutan untuk mengantisipasi kekurangan sumber daya air.

Sebagai perusahaan AMDK, PT Maha Tirta Sejahtera sangat bergantung pada ketersediaan air bersih yang berkualitas. Di tengah ancaman lingkungan seperti kekurangan sumber daya air, penting bagi perusahaan untuk membangun sistem pengelolaan air baku yang berkelanjutan. Strategi ini mencakup pengukuran debit air sumur secara berkala, penggunaan teknologi hemat air dalam proses produksi, serta pelestarian lingkungan di sekitar sumber air.

11  
**BAB VI**  
**PENUTUP**

**6.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. PT Maha Tirta Sejahtera dipengaruhi oleh faktor *internal* dan *eksternal* dalam kegiatan produksi dan distribusinya. Secara *internal*, perusahaan memiliki kekuatan berupa kualitas produk yang memenuhi standar kesehatan, reputasi pasar yang baik, dan harga yang kompetitif, namun juga menghadapi kelemahan seperti keterbatasan kapasitas produksi, teknologi distribusi yang belum optimal, serta keterbatasan modal. Dari sisi *eksternal*, terdapat peluang seperti meningkatnya kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat dan potensi perluasan pasar, namun juga terdapat ancaman berupa persaingan ketat, fluktuasi biaya produksi, dan risiko kelangkaan sumber daya air.
2. Kendala utama dalam proses produksi dan distribusi AMDK di PT Maha Tirta Sejahtera meliputi keterbatasan infrastruktur distribusi, kurangnya integrasi sistem distribusi berbasis digital, serta ketiadaan gudang cabang di luar wilayah Bangli. Selain itu, keterbatasan modal menjadi faktor penghambat dalam pengembangan teknologi dan kapasitas produksi. Kondisi ini berdampak pada keterlambatan pengiriman, peningkatan biaya operasional, dan keterbatasan daya jangkau distribusi ke wilayah-wilayah potensial lainnya.
3. Strategi ST (*Strength-Threat*) dinilai paling tepat untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi PT Maha Tirta Sejahtera, karena mampu memanfaatkan kekuatan *internal* seperti kualitas produk, harga bersaing, dan reputasi merek untuk menghadapi ancaman *eksternal*. Strategi ini difokuskan pada penguatan distribusi, peningkatan kapasitas produksi, dan efisiensi operasional, sehingga perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di industri AMDK.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Perusahaan disarankan untuk memperkuat sistem distribusi melalui pembukaan titik distribusi baru dan optimalisasi rute pengiriman, serta mulai mengadopsi teknologi informasi guna meningkatkan efisiensi logistik. Peninjauan kapasitas produksi dan pemeliharaan mesin juga perlu dilakukan secara berkala agar mampu mengantisipasi lonjakan permintaan. Selain itu, pengembangan program konservasi air baku penting untuk menjaga keberlanjutan sumber daya dan membangun citra perusahaan yang peduli lingkungan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar cakupan penelitian diperluas tidak hanya pada aspek produksi dan distribusi, tetapi juga mencakup strategi pemasaran digital dan digital supply chain guna memperkaya perspektif analisis.
3. Program Studi Manajemen Logistik dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi aplikatif dalam pembelajaran analisis SWOT dan pengambilan keputusan strategis logistik, serta mendorong praktik lapangan atau magang mahasiswa di perusahaan terkait seperti PT Maha Tirta Sejahtera



# turnithin cakra.docx

## ORIGINALITY REPORT

<b>17%</b> SIMILARITY INDEX	<b>16%</b> INTERNET SOURCES	<b>9%</b> PUBLICATIONS	<b>7%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

## PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>text-id.123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>tambahpinter.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>ojs.unublitar.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>6</b>	<b>takterlihat.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>7</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>repositori.umsu.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>id.123dok.com</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>10</b>	<b>repository.ub.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>11</b>	<b>repo.palcomtech.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>12</b>	<b>repository.stieykpn.ac.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>

13	<a href="http://radartulungagung.co.id">radartulungagung.co.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://e-theses.iaincurup.ac.id">e-theses.iaincurup.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://berkas.dpr.go.id">berkas.dpr.go.id</a> Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	<1 %
17	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://digilib.unila.ac.id">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
19	Submitted to itera Student Paper	<1 %
20	<a href="http://ejournal.anotero.org">ejournal.anotero.org</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<1 %
22	<a href="http://repository.ummat.ac.id">repository.ummat.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="https://doi.org/10.18848/25976198456608_373a83b1565951f1ff5e249de8">1884825976198456608_373a83b1565951f1ff5e249de8</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://adoc.pub">adoc.pub</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://repository.unja.ac.id">repository.unja.ac.id</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://sipora.polije.ac.id">sipora.polije.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1 %

28	<a href="https://dspace.uc.ac.id">dspace.uc.ac.id</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="https://artikelpendidikan.id">artikelpendidikan.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="https://ejournal.urindo.ac.id">ejournal.urindo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
31	<a href="https://ar.scribd.com">ar.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
32	<a href="https://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	<1 %
33	Submitted to iGroup Student Paper	<1 %
34	<a href="https://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1 %
35	<a href="https://jrmb.ejournal-feuniat.net">jrmb.ejournal-feuniat.net</a> Internet Source	<1 %
36	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
37	<a href="https://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id">ejurnal.stmik-budidarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %
38	<a href="https://karyailmiah.narotama.ac.id">karyailmiah.narotama.ac.id</a> Internet Source	<1 %
39	<a href="https://jurnal.uns.ac.id">jurnal.uns.ac.id</a> Internet Source	<1 %
40	Hapsari, Indri Barianti. "Optimalisasi Manajemen Proyek Untuk Keberhasilan Pelaksanaan Proyek Pelebaran Jalan (Studi Kasus : Proyek Pelebaran Jalan Palir S.D Kaliancar di Ngaliyan Semarang)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024 Publication	<1 %

41	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	<1 %
42	Submitted to Landmark University Student Paper	<1 %
43	Submitted to Sekolah Pelita Harapan Student Paper	<1 %
44	Umiyati Kaimudin, William George M Louhenapessy, Geradin Rehatta. "The Influence of Second-hand Clothing Product Quality on Consumer Satisfaction at Mardika Market, Ambon City", JENDELA PENGETAHUAN, 2025 Publication	<1 %
45	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	<1 %
46	perpustakaan.menlhk.go.id Internet Source	<1 %
47	Submitted to Universitas Binawan Student Paper	<1 %
48	jurnal.undhirabali.ac.id Internet Source	<1 %
49	redaksi.waspada.co.id Internet Source	<1 %
50	repo.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
51	scholar.unand.ac.id Internet Source	<1 %
52	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %

53 Viva Arfana Perdana, Zenny Fatimah Hunusalela, Aliffia Teja Prasasty. "Penerapan Metode Saving Matrix Dan Algoritma Nearest Neighbor Dalam Menentukan Rute Distribusi Untuk Meminimalkan Biaya Transportasi Pada PT. XYZ", JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri, 2020  
Publication <1 %

---

54 [es.scribd.com](https://es.scribd.com)  
Internet Source <1 %

---

55 [journal.unesa.ac.id](https://journal.unesa.ac.id)  
Internet Source <1 %

---

56 [repository.iainpalopo.ac.id](https://repository.iainpalopo.ac.id)  
Internet Source <1 %

---

57 [sakup.pertanian.go.id](https://sakup.pertanian.go.id)  
Internet Source <1 %

---

58 Lestari Daswan. "ANALISIS STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN SWOT ANALYSE PADA PT. PERTAMINA EP ASSET 5 BALIKPAPAN", Robust: Research of Business and Economics Studies, 2021  
Publication <1 %

---

59 [digilibadmin.unismuh.ac.id](https://digilibadmin.unismuh.ac.id)  
Internet Source <1 %

---

60 [eprints.kwikkiangie.ac.id](https://eprints.kwikkiangie.ac.id)  
Internet Source <1 %

---

61 [fr.scribd.com](https://fr.scribd.com)  
Internet Source <1 %

---

62 [hamzahnur.wordpress.com](https://hamzahnur.wordpress.com)  
Internet Source <1 %

---

63 [jurnal-stiepari.ac.id](https://jurnal-stiepari.ac.id)  
Internet Source <1 %

64	<a href="http://pdfcoffee.com">pdfcoffee.com</a> Internet Source	<1 %
65	<a href="http://perkim.id">perkim.id</a> Internet Source	<1 %
66	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source	<1 %
67	<a href="http://seru-seruan-seru-seruan.blogspot.com">seru-seruan-seru-seruan.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
68	Irman Firmansyah, Ridho Riadi Akbar, Rama Chandra Jaya. "Strategi Pemasaran Umkm Warung Nasi Sunda Ibu Titing Melalui Pendekatan Analisis Swot dan Marketing Mix", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 Publication	<1 %
69	Muhammad Kemalvin Akbar Nugraha. "Strategy of Ciplukan Fruit Agribusiness Development (Physalis peruviana) At Waaida Farm, West Java", AGRIFOR, 2018 Publication	<1 %
70	<a href="http://digilib.ptdisttd.ac.id">digilib.ptdisttd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
71	<a href="http://ejournal.bsi.ac.id">ejournal.bsi.ac.id</a> Internet Source	<1 %
72	<a href="http://eprints.polsri.ac.id">eprints.polsri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
73	<a href="http://indonesiasetara.org">indonesiasetara.org</a> Internet Source	<1 %
74	<a href="http://itdc.co.id">itdc.co.id</a> Internet Source	<1 %

[itsbuah.com](http://itsbuah.com)

75	Internet Source	<1 %
76	<a href="http://jurnal.feb.unila.ac.id">jurnal.feb.unila.ac.id</a> Internet Source	<1 %
77	<a href="http://jurnal.pnk.ac.id">jurnal.pnk.ac.id</a> Internet Source	<1 %
78	<a href="http://repository.its.ac.id">repository.its.ac.id</a> Internet Source	<1 %
79	<a href="http://shizayadhy.blogspot.com">shizayadhy.blogspot.com</a> Internet Source	<1 %
80	<a href="http://sites.google.com">sites.google.com</a> Internet Source	<1 %
81	Bima Rizky Rahmat Maulana, Ridho Riadi Akbar, Ridwan Muttaqin. "Strategi Pengembangan Bisnis Pada Umkm Daging Segar Kios PD Rai Raka di Pasar Caringin", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025 Publication	<1 %
82	Yosiko Hizkia Panambunan, Agnes E. Loho, Eyverson ., Ruauw. "STRATEGI PENGEMBANGAN AGROINDUSTRI BERBAHAN BAKU BUAH SEGAR (STUDI KASUS SOP BUAH ICA DI MANADO)", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2016 Publication	<1 %
83	Ireyne Olivia Eman, Benny Adrian Berthy Sagay, Sherly Gladys Jocom. "STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DANAU LINOUW TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH (PAD) KOTA TOMOHON", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2018 Publication	<1 %

84

Kasmanto Miharja. "Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk", Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis, 2018

Publication

<1 %

85

Susanti Ratna Sari, Devin Nabillah Ramadanty Wibowo, Nabila Aulia Nafisca, Rusdi Hidayat N, Indah Respati Kusumasari. "Strategi Pengambilan Keputusan Berdasarkan Analisis SWOT: Studi pada Usaha UMKM Gajah Nasional di Sampang", Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perencanaan Kebijakan, 2024

Publication

<1 %

86

Yoseph ., Reressy, Leonardus R. Rengkung, Theodora M. Katiandagho. "STRATEGI PENGEMBANGAN SUBSEKTOR PERIKANAN DI KABUPATEN MALUKU TENGGARA BARAT, PROPINSI MALUKU", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2016

Publication

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off