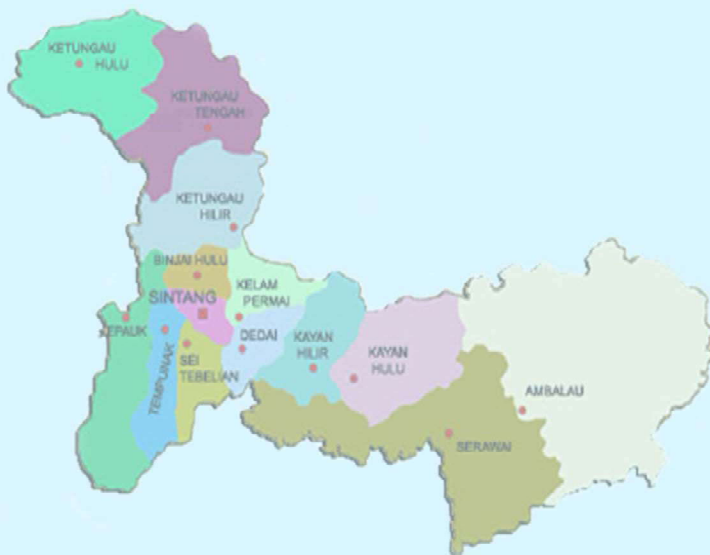


FOKUS

Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar
dan Alumni Universitas Kapuas Sintang


Petrus Atong

APLIKASI/PENERAPAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTANPAJAK BUMI DAN BANGUNAN

Aida Fitriani

EVALUASI PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR EKONOMI WILAYAH (PNPM-PISEW)

A.M. Yadisar

SISTEM PELAYANAN IZIN REKLAME

Evy Ratnasari

SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM ISI ULANG PADA DEPOT R-QUA KOTA SEKADAU KABUPATEN SEKADAU

Yuliana.F. Lilistian

PERAN KEPEMIMPINAN KEPALA KEJAKSAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI

Martinus Syamsudin

KINERJA PEMERINTAHAN DESA

Paulus

PEMASARAN PRODUK

Sopian

STRATEGI PENGATURAN LALU LINTAS DALAM MELINDUNGI KESELAMATAN PENGGUNA JALAN RAYA

Hermansyah

PENGAWASAN, DISIPLIN KERJA, DAN KINERJA PEGAWAI

Venny Adhita Octaviani

PENGARUH IKLAN TV DAN PERSONAL SELLING TERHADAP *PRODUCT KNOWLEDGE* SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Darmansah, Felix Semaun, Sigit Nurmanto

KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

Mikael Mahin

ANALISIS KEBIJAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2005 TENTANG TRANSPARANSI PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN

Yudika Cahyana

PERGESERAN KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT DALAM MENGELOLA SUMBER DAYA ALAM

Jhony Fredy Hahury

EFEKTIVITAS PEMBINAAN PEGAWAI

Iman Asrori

PELAKSANAAN PELAYANAN KREDIT

Diterbitkan oleh :
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Kapuas

FOKUS	Volume 16	Nomor 1	Halaman 1 - 178	Sintang Maret 2018	ISSN 2599 - 3518
--------------	------------------	----------------	----------------------------	-------------------------------	-----------------------------

FOKUS

Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar
dan Alumni Universitas Kapuas Sintang

ISSN 2599 - 3518

Volume 16 Nomor 1, Maret 2018, hlm. 1 - 178

FOKUS. Terbit dua kali setahun pada bulan Maret dan September. Berisi tulisan yang diangkat dari hasil penelitian dan kajian analitis-kritis di bidang sosial dan politik.

Penyunting Utama

Petrus Atong
M. Kurniawan Candra
Abang Zainudin
Kaja
Aida Fitriani

Ketua Penyunting

A.M. Yadisar

Penyunting Pelaksana

Yuliana Fondasoya
Darmansah
Imam Asrori
Paulus
Jhony Fredy Hahury
Evy Ratnasari
Hermansyah
Felix Semaun
Syekh Mochsin
Venny Adhita Octaviani
Mikael Mahin
Yudika Cahyana
Nikodimus

Pelaksana Tata Usaha

Pakaris Subiyakto
Umi Sholeha
Kartika Agus Salim
Lodovika
Tukijo
F. Tijan

Alamat Redaksi dan Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kapuas
Jl. : Y.C. Oevang Oeray Telp. 0565-22256 Faks. : 0565-22256

Redaksi menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam media lain. Naskah diketik diatas kertas HVS A4 spasi ganda sepanjang kurang lebih 20 halaman. Naskah yang masuk dievaluasi dan disunting untuk keseragaman format, istilah dan tata cara lainnya.

Dicetak oleh Perc. Pelangi Sintang. Isi diluar tanggung jawab percetakan.

FOKUS

**Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar
dan Alumni Universitas Kapuas Sintang**

ISSN 2599 - 3518

Volume 16 Nomor 1, Maret 2018, hlm. 1 - 178

Kata Pengantar

FOKUS, Jurnal Ilmu Sosial dan Politik, kali ini memulai tampil dalam kemasan baru. Tampilan dan gaya baru bukanlah berarti menafikkan eksistensi dan substansi keilmuan, terutama ranah kajian administrasi publik. Terbitan ke 16 nomor 1, Maret 2018, tentunya banyak harapan dan tantangan yang masih harus dibenahi oleh Tim Penyunting, terutama yang berkaitan dengan isi, dimana edisi Jurnal kali ini belum dapat menyatukan tulisan dalam satu tofik (monograf). Namun demikian, tidaklah berarti mengurangi telaah substansi pembahasan sebuah persoalan keilmuan.

Kritik yang bermanfaat sangat dihargai, namun bukan berarti kritik yang tidak bermanfaat tidak dihargai, hanya barangkali cara menempatkan kritik itu yang berbeda. Sebab semua kritik tentulah bermanfaat terlebih untuk Jurnal FOKUS ini. Semoga Jurnal FOKUS kedepan akan tampil semakin sempurna dan mampu menggugah kesadaran untuk menampilkan tulisan yang sangat erat terkait dengan ruang lingkup Ilmu Administrasi Publik dan mencapai tujuan bernegara yang bermuara pada penyelesaian persoalan publik (masyarakat), tentunya kontribusi yang tidak sebatas ide semata, namun yang sangat utama tentulah aksi-aksi (actions) konkrit.

Penyunting

FOKUS

Publikasi Ilmiah untuk Mahasiswa, Staf Pengajar dan Alumni Universitas Kapuas Sintang

ISSN 2599 - 3518

Volume 16 Nomor 1, Maret 2018, hlm. 1 - 178

DAFTAR ISI

APLIKASI/PENERAPAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PEMUNGUTANPAJAK BUMI DAN BANGUNAN Petrus Atong	1-37
EVALUASI PROGRAM NASIONAL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR EKONOMI WILAYAH (PNPM-PISEW) Aida Fitriani	38-48
SISTEM PELAYANAN IZIN REKLAME A.M. Yadaris	49-56
SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM ISI ULANG PADA DEPOT R-QUA KOTA SEKADAU KABUPATEN SEKADAU Evy Ratnasari	57-66
PERAN KEPEMIMPINAN KEPALA KEJAKSAAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA PEGAWAI Yuliana.F. Lilistian	67-80
KINERJA PEMERINTAHAN DESA Martinus Syamsudin	81-90
PEMASARAN PRODUK Paulus	91-99
STRATEGI PENGATURAN LALU LINTAS DALAM MELINDUNGI KESELAMATAN PENGGUNA JALAN RAYA Sopian	100-109
PENGAWASAN, DISIPLIN KERJA, DAN KINERJA PEGAWAI Hermansyah	110-120
PENGARUH IKLAN TV DAN PERSONAL SELLING TERHADAP <i>PRODUCT KNOWLEDGE</i> SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Venny Adhita Octaviani	121-132
KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN Darmansah, Felix Semaun, Sigit Nurmanto	133-147
ANALISIS KEBIJAKAN PERATURAN DAERAH NOMOR 4 TAHUN 2005 TENTANG TRANSPARANSI PENYELENGGARAAN PEMERINTAHAN Mikael Mahin	148-154
PERGESERAN KEARIFAN LOKAL MASYARAKAT DALAM MENGELOLA SUMBER DAYA ALAM Yudika Cahyana	155-162
EFEKTIVITAS PEMBINAAN PEGAWAI Jhony Fredy Hahury	163-169
PELAKSANAAN PELAYANAN KREDIT Imam Asrori	170-178
PERSYARATAN NASKAH UNTUK FOKUS	178-1
FORMULIR BERLANGGANAN	178-2

SALURAN DISTRIBUSI AIR MINUM ISI ULANG PADA DEPOT R-QUA KOTA SEKADAU KABUPATEN SEKADAU

Evy Ratnasari

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Kapuas Sintang
Universitas Kapuas Sintang, Jln. Y.C. Oevang Oeray No. 92 Sintang, Kalimantan Barat

Abstrak : Depot air minum isi ulang R-Qua merupakan salah satu produsen air minum isi ulang yang ada di kota Sekadau. Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua sudah memiliki pelanggan tetap yang cukup potensial. Saluran distribusi yang digunakan Depot air minum isi ulang adalah saluran distribusi langsung. Diharapkan Depot R-Qua dapat memenuhi standar air minum isi ulang dan terus menjaga mutu air isi ulang. Diharapkan Depot R-Qua hanya melayani pengisian isi ulang dan tidak melakukan penjualan melalui toko atau warung. Harus ada upaya penertiban dari pemerintah terhadap depot air minum isi ulang yang melanggar ketentuan dan persyaratan tentang usaha depot air minum isi ulang.

Kata Kunci : Saluran Distribusi, Air Minum Isi Ulang.

Kemajuan teknologi di era globalisasi saat ini memang menimbulkan dampak positif dan negatif bagi masyarakat Indonesia, masyarakat diuntut untuk lebih mampu membangun perekonomian ditengah krisis ekonomi yang sedang melanda negeri ini. Pengaruh positif yang mungkin ditimbulkan adalah dengan meningkatnya kreativitas masyarakat dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta memproduksi sesuatu untuk memenuhi kebutuhan hidup, terutama dalam hal kebutuhan pokok. Namun dengan adanya persaingan yang ketat serta usaha yang menjanjikan, menyebabkan banyaknya permasalahan yang sering terjadi pada produsen Depot Air Minum Isi Ulang ini. Banyaknya produsen depot yang ada terkadang tidak memiliki pemahaman yang baik serta aturan-aturan yang telah ditentukan oleh Pemerintah Daerah dalam masalah Pemasaran atau Pendistribusian Air Minum yang diproduksi, hal ini bisa berakibat fatal jika tidak sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh Pemerintah setempat. *Pertama*, Produsen DAMIU harus mendapatkan Izin dari Desa Setempat, *Kedua* terkait dengan usaha Depot, produsen DAMIU diwajibkan untuk mengantongi izin penerbitan Depot. Yang mana DAMIU harus melewati Uji Kesehatan dengan mengambil sampel Air sebagai bahan baku. *ketiga*, setelah melewati Uji Lab melalui Balai Riset dan Standarisasi Industri dan Perdagangan

Pontianak barulah mendapatkan Rekomendasi dari Dinas Kesehatan, DAMIU harus Mendapatkan Izin Rekomendasi Industri dari Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Sekadau, Produsen DAMIU harus mendapatkan HO/Izin Lingkungan, TDI (Tanda Daftar Industri), TDP (Tanda Daftar Perusahaan) sesuai Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (WDP) serta SIUP, yang mana di dapat melalui Unit Pelayanan Terpadu.

Banyaknya prosedur yang harus dilalui serta tidak adanya pemahaman yang jelas akan usaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) membuat sebagian pengusaha Depot Air Minum Isi Ulang tidak melalui tahapan atau prosedur yang harus di miliki didalam mendirikan usaha Depot Air Minum Isi Ulang dan masalah pemasaran atau pendistribusiannya, sehingga keberadaan Depot Air Minum Isi Ulang dan pendistribusian Air Minum yang diproduksi menjadi ilegal dan dapat merugikan pengusaha Depot lainnya yang Legal tentunya. Hal ini sudah tentu harus mendapatkan pengawasan yang baik dari Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM, sebagai instansi yang berwenang dalam melakukan pengawasan terhadap Usaha Depot Air Minum Isi Ulang yang ada.

Keputusan mengenai saluran distribusi dalam pemasaran adalah merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih akan

mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha menyalurkan barang atau jasa tersebut. Menurut Nitisemito (2000:89) “saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen”. Menurut Philip Kotler (2007:122) “Saluran Distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Keegan (2003:110) “Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri”. Dari pandangan para ahli tersebut dapat kita simpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri. Sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai tugas untuk menyampaikan produk ataupun jasa yang diproduksi oleh perusahaan atau produsen kepada para konsumen ataupun konsumen industri.

Distribusi adalah bagian dari bauran pemasaran (Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi) yang memegang peranan cukup penting, karena Distribusi berperan dalam pengalokasian barang agar mudah dijangkau oleh konsumen. Dimana distribusi itu sendiri terdiri dari Saluran Distribusi dan Distribusi Fisik. Sedangkan pengertian distribusi menurut Sembiring (1991:39) “Distribusi adalah penyaluran barang dari suatu tempat ketempat lainnya atau dari produsen ke konsumen untuk dimanfaatkan”. Pengertian Distribusi menurut Kotler dan Armstrong (2000:73) adalah “Aktifitas Perusahaan agar produk / jasa mudah didapatkan oleh konsumen sasarannya”. Dalam suatu perusahaan Saluran Distribusi sangat penting untuk dijaga dan dipertahankan dengan baik. Sebab saluran distribusi adalah rangkaian jalur yang membawa produk dari produsen kepada konsumen, apabila saluran distribusi itu tidak efektif dan efisien maka setiap produk yang akan sampai ketangan konsumen akan mengalami kendala yang nantinya akan merugikan produsen sendiri dan konsumen tentunya.

Menurut Stanton (1996:6) “Saluran Distribusi (*Chanel Of Distribution*), kadang juga disebut (*Trade Chanel*). Saluran produk adalah jalur yang dipakai untuk perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai dari kalangan industri”. Sedangkan menurut Saladin (1996:51) “Saluran pemasaran/ Saluran Distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen”. Dari semua definisi diatas kita dapat menarik kesimpulan bahwa yang dinamakan saluran distribusi selalu melibatkan unsur produsen, konsumen , juga perantara yang berfungsi sebagai pemindahan kepemilikan barang. Perantara juga merupakan bagian dari saluran distribusi meskipun mereka tidak memiliki hak atas kepemilikan barang.

Produsen adalah seorang atau kelompok orang maupun badan usaha membuat suatu usaha yang menghasilkan output dalam bentuk barang maupun jasa. Menurut Tjiptono (1997:123) Pengertian produsen adalah “setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi”. Menurut Swastha.B. dan Irawan (2002:98) Bentuk atau wujud dari produsen, adalah : Orang perorangan, yakni setiap individu yang melakukan kegiatan usahanya secara seorang diri. Badan usaha, yakni kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha selanjutnya dapat dikelompokkan kedalam dua kategori, yakni:

Badan hukum. Menurut hukum, badan usaha yang dapat dikelompokkan ke dalam kategori badan hukum adalah yayasan, perseroan terbatas dan koperasi. Bukan badan hukum. Jenis badan usaha selain ketiga bentuk badan usaha diatas dapat dikategorikan sebagai badan usahan bukan badan hukum, seperti firma, atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha secara insidentil.

Produsen dalam ekonomi adalah orang yang menghasilkan barang dan jasa untuk dijual atau dipasarkan. Orang yang memakai atau memanfaatkan barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan adalah konsumen. **Produksi** merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk

menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi [jasa](#). Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan [manusia](#) untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi.

Menurut Saladin (1996:51) “Saluran pemasaran/Saluran Distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknya dari produsen ke konsumen”. Sebelum dijual atau dipasarkan, untuk pertama kali produk air minum harus dilakukan pengujian mutu yang dilakukan oleh Laboratorium yang terakreditasi atau yang ditunjuk oleh pemerintah Kabupaten/Kota atau yang terakreditasi, yang wajib memenuhi persyaratan Keputusan Menteri Kesehatan Nomor : 907/Menkes/SK/VII/2002.

Depot Air Minum hanya diperbolehkan menjual produknya secara langsung kepada konsumen dilokasi Depot dengan cara mengisi wadah yang dibawa oleh konsumen atau disediakan Depot, dilarang memiliki Stock produk air minum dalam wadah yang siap jual, tidak bermerek atau wadah polos. Depot Air Minum tidak boleh menitipkan produknya di toko-toko/warung-warung, mini market maupun supermarket. Tutup wadah yang disediakan oleh Depot Air Minum harus polos/tidak bermerek dan tidak boleh memasang segel/shrink wrap. Menurut Amsyari (1996:24) “Masalah air baku untuk industri air bersih menjadi sangat penting. Kualitas air bersih yang dipengaruhi kualitas air baku tersebut akan berpengaruh pada kesehatan masyarakat yang mengkonsumsinya”. Air Minum adalah air yang melalui proses pengolahan atau tanpa proses pengolahan yang memenuhi syarat kesehatan dan dapat langsung diminum sesuai Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 01/PRT/M/2009 tentang Penyelenggaraan sistem Penyediaan Air Minum bukan Jaringan Perpipaan, dan sesuai dengan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 907/Menkes/SK/VII/2002 tentang Syarat-Syarat dan Pengawasan Kualitas Air Minum yang secara jelas mengatur tentang syarat kualitas air minum dan pembinaan dan pengawasan yang wajib

dilakukan lembaga terkait terhadap pengelola Air Minum yang dalam hal ini adalah Depot Air.

Menurut Peraturan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 01/PRT/M/2009 tentang Penyelenggaraan sistem Penyediaan Air Minum bukan Jaringan Perpipaan, disebutkan bahwa “Penyelenggaraan Air Minum adalah badan usaha milik negara/badan usaha milik daerah, koperasi, badan usaha swasta, usaha perorangan, kelompok masyarakat dan/atau individu yang melakukan penyelenggaraan penyediaan air minum”. Selanjutnya juga ditegaskan bahwa “Air Minum bagi kesehatan apabila memenuhi persyaratan fisika, mikrobiologis, kimiawi dan radioaktif yang dimuat dalam parameter wajib dan parameter tambahan”. Parameter wajib yang dimaksud merupakan persyaratan kualitas air minum yang wajib diikuti dan ditaati oleh seluruh penyelenggara air minum. Parameter tambahan sebagaimana yang dimaksud adalah parameter tambahan yang ditetapkan oleh pemerintah daerah.

Depot Air Minum wajib memiliki Surat Jaminan Pasok Air Bahan Baku dari PDAM atau perusahaan yang memiliki Izin Pengambilan Air dari Instansi yang berwenang. Depot Air Minum dilarang mengambil air baku yang berasal dari air PDAM yang ada dalam jaringan distribusi untuk rumah tangga. Kualitas air bersih sangat erat kaitannya dengan kualitas air bakunya. Umumnya air baku dari air sumber (air tanah) kualitasnya sudah cukup baik sehingga tidak sulit menjadikannya air bersih yang memenuhi persyaratan kesehatan. Pada sisi lain air bersih dalam jumlah banyak harus mengambil dari sumber air yang besar pula. Ini sering terjadi di kota besar dan akhirnya memilih air sungai yang ada di dekatnya sebagai sumber air baku. Kualitas air sungai sebagai air permukaan jelas berbeda dengan air sumber dan air tanah dalam sehingga perlu proses yang lebih banyak. Menurut Amsyari (1996:28) “Pada awalnya proses itu pun tidak begitu berat karena air sungai hanya terkait dengan limbah rumah tangga yang jumlahnya pun terbatas sehingga proses penjernihannya pun relatif sederhana.

Air baku yang digunakan Depot Air Minum harus memenuhi standar mutu atau wajib memenuhi persyaratan kualitas air minum yang ditetapkan dalam peraturan Menteri Kesehatan dan/atau diperiksa di Laboratorium yang ditunjuk oleh pemerintah Kabupaten/kota atau yang terakreditasi sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan sekali. Berdasarkan Keputusan Menteri

Kesehatan Republik Indonesia Nomor: 907/Menkes/SK/VII/2002 tentang Syarat-Syarat dan Pengawasan Kualitas Air Minum, “Depot Air Minum harus melakukan Pengawasan secara periodik terhadap mutu air baku yang ditunjukkan dengan hasil uji laboratorium dari pemasok, pengujian mutu air baku dilakukan minimal: Satu kali dalam tiga bulan dianalisa; Dua kali dalam setahun untuk analisa kimia dan fisika secara lengkap mutu air”.

Depot Air Minum Isi Ulang harus mempunyai sarana dan prasarana Transportasi air baku dari lokasi sumber air baku ke Depot Air Minum harus menggunakan tangki pengangkut air yang bahan tara pangan (*food grade*). Mesin peralatan produksi yang digunakan dalam Depot Air Minum terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain : seluruh mesin dan peralatan yang kontak langsung dengan air harus terbuat dari bahan tara pangan (*food grade*), tahan korosi dan tidak bereaksi dengan bahan kimia. Untuk kelancaran Pemasaran atau Pendistribusian Air Minum hasil produksi, sarana dan prasarannya bisa menggunakan mobil Pick Up atau minimal kendaraan roda dua atau Sepeda motor yang dilengkapi tempat membawa Galon Air Isi Ulang untuk sampai pada pelanggan yang memesan untuk konsumsi rumah tangga bukan untuk dipasarkan kembali.

Siapa yang dilihat sebagai konsumen dari perusahaan tergantung dari nilai-nilai bisnis yang dijalankan perusahaan. Kotler & Keller (2007:145) mendefinisikan “konsumen sebagai seseorang yang membeli dari orang lain”. Banyak perusahaan yang tidak mencapai kesuksesan karena mengabaikan konsep konsumen. Konsumen, saluran distribusi, dan pasar adalah objek biaya yang memiliki keragaman pada produk. Konsumen dapat mengkonsumsi aktivitas yang digerakkan oleh konsumen yaitu frekuensi pengiriman, penjualan dan dukungan promosi.

Sehingga untuk mengetahui biaya yang dikeluarkan untuk melayani konsumen dengan tingkat kebutuhan yang berbeda-beda, perusahaan memperoleh informasi yang berguna dalam penetapan harga, penentuan bauran konsumen dan peningkatan profitabilitas. Menurut Kotler dan Keller (2007:250) terdapat lima tipe pasar konsumen, yaitu : Pasar konsumen, terdiri dari individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Pasar bisnis, membeli barang dan jasa untuk diproses lebih lanjut atau digunakan dalam proses produksi mereka. Pasar penjual, membeli barang dan jasa untuk dijual lagi dengan mengambil laba. Pasar pemerintah, terdiri dari kantor pemerintah yang membeli barang dan jasa untuk menyediakan fasilitas umum atau menghasilkan barang dan jasa kepada pihak lain yang membutuhkan. Pasar internasional, terdiri dari pembeli di luar negeri termasuk konsumen, produsen, penjual dan pemerintah.

Setiap tipe pasar memiliki karakteristik sendiri-sendiri yang perlu bagi perusahaan untuk diperhatikan dengan cermat. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Mungkin mereka tidak memahami motivasi mereka lebih mendalam, sehingga mereka sering bereaksi untuk mengubah pemikiran mereka pada menit-menit terakhir sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Untuk itu para pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini diperlukan bagi para pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasarannya seperti pengembangan produk beserta ciri-ciri, harga, saluran distribusi, iklan, dan hal lain yang berhubungan dengan pemasaran produk. Dibiidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan.

Semakin majunya perekonomian dan teknologi, berkembang pula strategi yang harus dijalankan perusahaan, khususnya di bidang pemasaran. Untuk itu perusahaan perlu memahami atau mempelajari perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut. Dalam menentukan jenis produk atau jasa, konsumen selalu mempertimbangkan tentang produk atau jasa apa yang dibutuhkan, hal ini dikenal dengan perilaku konsumen. Menurut Handoko (2000:10) “Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa tersebut di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”. Perilaku

konsumen mempelajari dimana dalam kondisi apa dan bagaimana kebiasaan seseorang dalam membeli produk atau jasa tertentu dengan merk tertentu. Perilaku konsumen mempengaruhi konsumen di dalam mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa. Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Konsumen adalah seseorang yang menggunakan barang atau jasa. Konsumen diasumsikan memiliki informasi atau pengetahuan yang sempurna berkaitan dengan keputusan konsumsinya. Mereka tahu persis kualitas barang, kapasitas produksi, teknologi yang digunakan dan harga barang di pasar. Mereka mampu memprediksi jumlah penerimaan untuk suatu periode konsumsi.

Salah satu aspek yang penting dari organisasi pemasaran adalah mengetahui, memilih dan menguasai kesempatan pemasaran yang berubah-ubah guna memuaskan kebutuhan konsumen. Banyak faktor yang menentukan keberhasilan penjualan produk diantaranya kualitas produk itu sendiri, kegunaan, kemasan, harga dan tidak kalah pentingnya adalah saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk selalu menyesuaikan diri dalam menghadapi persaingan yang semakin tajam dan untuk dapat meningkatkan penjualan. Konsep saluran distribusi itu sendiri menurut Swastha dan Irawan (2005:285) adalah sebagai berikut : “Saluran distribusi adalah suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen”. Sedangkan menurut Saladin (2004:153) mendefinisikan saluran distribusi yaitu sebagai berikut “Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi”.

Lebih lanjut Saladin (2004:153) mengemukakan bahwa ada sembilan fungsi utama saluran distribusi dalam menunjang penjualan yaitu sebagai berikut : Informasi, Yaitu sebagai pengumpul dan penyebar informasi riset pemasaran tentang potensi dan kemampuan pasar, pesaing dan kekuatan-kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran. Promosi, Sebagai pengembang

promosi yang bersifat persuasif atau yang sifatnya mengajak dan membujuk konsumen serta penyebar komunikasi berupa informasi detail produk. Negosiasi, Yaitu usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan lain-lain yang berhubungan dengan hak milik seperti kesepakatan syarat-syarat. Pesanan, Yaitu komunikasi pengiriman saluran barang/produk mengenai minat pembeli oleh anggota saluran pemasaran. Pendanaan, Yaitu permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya saluran distribusi tersebut. Pengambilan resiko, Yaitu perkiraan besar resiko berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi tersebut. Kepemilikan fisik, Yaitu sarana atau prasarana yang digunakan dalam kegiatan saluran distribusi tersebut. Pembayaran, Yaitu arus pembayaran atau uang kepada penjual atas jasa atau produk yang diperoleh. Hak milik, Yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran kelembagaan pemasaran lainnya.

Pencapaian tujuan penjualan sangat penting bagi kesuksesan perusahaan dalam menjalankan operasional produksi dan pemasaran sehingga perusahaan benar-benar dapat mencari saluran distribusi yang tepat untuk meningkatkan pencapaian tujuan penjualan. Penjualan merupakan tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Untuk tercapainya tujuan penjualan produk sesuai dengan keinginan perusahaan, perusahaan harus dapat mempengaruhi dan membujuk konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Menurut Kotler (2001:140) “saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi”. Menurut Winardi (2000:299) yang dimaksud “saluran distribusi merupakan suatu kelompok perantara yang berhubungan erat satu sama lain dan yang menyalurkan produk-produk kepada pembeli”. Nitisemito (2000:173) mengemukakan bahwa “saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen”.

Swastha dan Sukotjo (1998:200) mengemukakan bahwa “distribusi adalah proses penyaluran barang yang digunakan produsen kepada konsumen atau pemakai industri”. Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Distribusi adalah suatu proses

penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu, tempat, dan pengalihan hak milik. Saluran distribusi merupakan berbagai aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan produknya kepada konsumen yang membutuhkan dan menginginkan pada tempat dan waktu yang tepat. Saluran distribusi ini menghubungkan antara produsen dan konsumen. Adanya kemajuan dalam program pemasaran, hal ini menuntut suatu perusahaan untuk menetapkan kebijakan-kebijakan dalam saluran distribusi. Perusahaan harus bisa menetapkan suatu saluran distribusi yang tepat sehingga saluran distribusi ini benar-benar menjadi suatu jembatan penghubung bagi perusahaan dalam menyalurkan produknya. Selanjutnya konsep saluran distribusi itu sendiri menurut Swastha dan Irawan (2005:285), adalah sebagai berikut: “Saluran distribusi adalah suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada konsumen”.

Pemilihan saluran distribusi yang akan digunakan dalam saluran distribusi harus ditentukan berdasarkan pertimbangan laba, selain faktor-faktor penunjang lainnya. Ini berarti perusahaan dituntut membuat keseimbangan antara biaya penggunaan jenis penyalur yang berbeda dengan pendapatan yang dihasilkan metode distribusinya. Tujuan saluran distribusi harus ditetapkan berdasarkan tingkat *service output* yang telah ditargetkan. Karena berbagai segmen pasar membutuhkan tingkat *service output* yang berbeda-beda, maka agar dapat menetapkan tujuan saluran distribusi secara efektif, maka harus ditentukan segmen mana yang akan dilayani dan saluran mana yang paling tepat untuk melayaninya. Sistem pemasaran *konvensional* (SPK) adalah sistem yang menggambarkan saluran pemasaran sebagai jaringan yang terpisah-pisah, dimana hubungan antara produsen, grosir, dan pengecer sangat longgar atau berdiri sendiri. Jadi, sistem pemasaran *konvensional* (SPK) tidak menggambarkan suatu kepaduan antara produsen, grosir, dan pengecer tetapi masing-masing terpisah-pisah.

METODE

Menurut Nazir (1999:63) “penelitian deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, yang bertujuan untuk

mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku”. Di dalamnya terdapat upaya untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis dan menginterpretasikan kondisi yang sedang terjadi serta mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat dalam situasi tertentu termasuk hubungan kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan dari suatu fenomena. Dalam penelitian ini informan atau subjek penelitian sebanyak 10 orang terdiri dari: Pemimpin Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua Sekadau. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua Sekadau, sebanyak 3 orang dalam menentukannya menggunakan teknik *purposive sampling*. Masyarakat pengguna Air Minum Isi Ulang R-Qua, sebanyak 6 orang yang dalam penentuannya penulis menggunakan teknik *accidental sampling*.

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penulisan ini adalah: Wawancara (*interview*), Observasi/Pengamatan, Dokumentasi/Kajian Pustaka. Dalam penelitian ini yang menjadi alat pengumpul data adalah sebagai berikut: Pedoman Wawancara (*interview guide*), Catatan Lapangan, Menggunakan alat bantu untuk mengumpulkan informasi dan data, seperti *handphone*, *flash disk*, dan alat lainnya yang dapat membantu dan mendukung dalam pendokumentasian. Data yang kita peroleh hasil wawancara dan pengumpulan dokumen di lapangan, dilakukan pengkategorian bertujuan agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri, mudah dalam melakukan klasifikasi data, untuk kemudian diolah, dianalisis dan ditarik kesimpulan. Lokasi penelitian ini dilakukan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua Kota Sekadau.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Produsen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah produsen air minum isi ulang, yang hanya dapat menjual air minum dalam kemasan langsung kepada konsumen dan tidak boleh menjual di warung-warung, toko-toko atau swalayan. Sebagai produsen air minum isi ulang, maka Depot Air Minum Isi Ulang harus mempunyai sarana dan prasarana Transportasi air baku dari lokasi sumber air baku ke Depot Air Minum harus menggunakan tangki pengangkut air yang bahan tara pangan (*food grade*). Berdasarkan hasil wawancara dengan Pemilik Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua Sekadau diperoleh informasi bahwa sebagai produsen air minum isi ulang maka perusahaan

harus memiliki peralatan-peralatan yang menunjang untuk kegiatan tersebut. Mesin peralatan produksi yang digunakan dalam Depot Air Minum terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain: Bahan Mesin dan peralatan, Seluruh mesin dan peralatan yang kontak langsung dengan air harus terbuat dari bahan tara pangan (*food grade*), tahan korosi dan tidak bereaksi dengan bahan kimia. Jenis Mesin dan Peralatan. Mesin dan Peralatan dalam proses produksi di Depot Air Minum sekurang-kurangnya terdiri dari : Bak atau Tangki penampung air baku; Unit pengolahan air (*water treatment*) terdiri dari : *Prefilter* (saringan pasir = *sand filler*). Fungsi *Prefiler* adalah menyaring partikel-partikel yang kasar, dengan bahan dari pasir atau jenis lain yang efektif dengan fungsi yang sama. *Karbon filter*. Fungsi *Karbon filter* adalah sebagai penyerap bau, rasa, warna, sisa klor dan bahan organik. *Filter* lain. Fungsi filter lain adalah saringan halus berukuran maksimal 10 (sepuluh) micron, dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan tertentu. Alat *desinfektan* (ozonisasi dan atau UV dengan panjang gelombang 254 nm atau 2537°A). Fungsi desinfektan adalah untuk membunuh kuman patogen. Alat pengisian Mesin dan alat untuk memasukan air minum kedalam wadah.

Untuk kelancaran Pemasaran atau Pendistribusian Air Minum hasil produksi, sarana dan prasarannya bisa menggunakan mobil Pick Up atau minimal kendaraan roda dua atau Sepeda motor yang dilengkapi tempat membawa Galon Air Isi Ulang untuk sampai pada pelanggan yang memesan untuk konsumsi rumah tangga bukan untuk dipasarkan kembali. Sarana dan prasarana ini sangat menentukan kualitas air galon isi ulang yang diproduksi.

Perusahaan sebagai produsen air minum isi ulang sudah memiliki sarana dan prasarana yang memadai guna menunjang operasional perusahaan. Perusahaan sudah dapat memproduksi air minum isi ulang sebanyak 100 galon per hari yang disalurkan ke konsumen yang sudah merupakan pelanggan tetap produk R-Qua. Selama menjadi pelanggan R-Qua belum pernah kecewa, baik dari mutu air maupun pelayanan yang diberikan. Setiap hari distribusi air sampai kepada pelanggan secara teratur, sehingga sirkulasi air yang digunakan konsumen juga lancar dan sesuai dengan waktu pendistribusian. Air minum isi ulang yang didistribusikan ke konsumen sangat membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat akan air minum bersih dengan harga terjangkau.

Cukup banyak produsen air minum isi ulang yang beroperasi di kota Sekadau, sehingga ini merupakan persaingan tersendiri yang harus diatasi oleh R-Qua guna tetap mempertahankan konsumen sebagai langganan dan berusaha mencari pelanggan baru. Selain R-Qua sebagai produsen air minum isi ulang yang beroperasi di kota Sekadau, masih terdapat sekitar 7 buah perusahaan sejenis yang terdaftar di Kabupaten Sekadau, dan khusus untuk dalam kota Sekadau terdapat 3 perusahaan sejenis disamping R-Qua. Produsen air minum isi ulang harus memenuhi beberapa persyaratan yang pertama yaitu proses perizinannya, perusahaan depot air minum isi ulang yang akan menjalankan usahanya harus memperoleh surat dari Kepala Desa setempat, dimana Pengusaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) harus mengisi data-data yang telah ditetapkan oleh Desa setempat guna mendapatkan izin kelayakan lingkungan di dalam mendirikan Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU).

Kedua, setelah mendapatkan izin Standar Kelayakan Lingkungan, Pengusaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) harus melakukan Uji Tes Kesehatan pada Dinas Kesehatan Kabupaten Sekadau, di mana Petugas kesehatan akan mengambil sampel dari sumber air minum sebagai bahan baku untuk di uji di Laboratorium pada Balai Riset Standarisasi Industri dan Perdagangan Pontianak, setelah sesuai dengan standar kesehatan maka barulah Dinas Kesehatan setempat memberikan Rekomendasi Kesehatan untuk mendapatkan Rekomendasi Tanda Daftar Industri (TDI) pada Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Sekadau.

Ketiga, Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Sekadau, merupakan Instansi yang berfungsi mengawasi pengusaha Depot Air Minum Isi Ulang (DAMIU) yang ada di lingkungan Kabupaten Sekadau, setiap Pengusaha DAMIU yang akan memulai usahanya harus mendapatkan Rekomendasi Industri dari Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM Kabupaten Sekadau. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan legalitas dalam usahanya karena merupakan *Home Industri* (Industri Rumahan). Keempat, setelah melalui prosedur ketiga diatas, Pengusaha DAMIU harus mendapatkan Surat Izin Tempat Usaha (HO) pada Lingkungan Hidup, TDI (Tanda Daftar Industri), TDP (Tanda Daftar Industri) sesuai Undang-Undang tentang Wajib Daftar Perusahaan (WDP) serta SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) pada Kantor Pelayanan

Perzinan Terpadu Kabupaten Sekadau. Setelah melalui beberapa Prosedur diatas barulah pengusaha DAMIU bisa membuka serta mendapatkan legalitas dari usahanya, hal tersebut bertujuan untuk memberikan produk yang berkualitas serta memenuhi standar yang telah ditentukan dan Pemasaran atau Pendistribusiannya sesuai aturan yang berlaku.

Pendistribusi Air Minum hasil produksi Depot R-Qua diupayakan memenuhi atau sesuai ketentuan tentang Depot, untuk memuaskan konsumen atau untuk memenuhi permintaan konsumen Depot R-Qua memberikan pelayanan pesan antar sepanjang untuk dikonsumsi rumah tangga bukan untuk dipasarkan kembali. Untuk mencapai konsumen atau pelanggan Depot R-Qua menggunakan mobil Pick Up sebagai alat pendistribusian dan ada juga kendaraan roda dua untuk mengantar kerumah-rumah disekitar Depot. Dalam rangka pembinaan setiap 1 (satu) tahun wajib melaporkan usahanya. Setiap usaha/kegiatan yang tidak memenuhi kewajiban sebagaimana diatur dalam Peraturan Bupati ini dapat dikenakan sanksi administratif dan/atau sanksi pidana, setelah melalui peringatan tertulis dan Penyidikan ke lapangan. Izin Depot Air Minum Isi Ulang diberikan atas nama pemohon.

Dalam Izin Depot Air Minum Isi Ulang memuat ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi dan dipatuhi oleh pemegang izin sebagaimana diatur dalam Peraturan Perundang-Undangan termasuk ketentuan Peraturan Bupati. Pendirian atau perluasan tempat usaha, dan atau perubahan jenis usaha wajib mengajukan izin baru. Selain perizinan yang harus dipenuhi oleh pengusaha depot air minum isi ulang, juga harus memenuhi standar mengenai kemasan atau wadah air minum isi ulang tersebut. Wadah yang digunakan adalah wadah yang terbuat dari bahan tara pangan (*food grade*) dan bersih harus dilakukan pembilasan, pencucian dan sterilisasi wadah. Contoh kemasan atau wadah air minum isi ulang tersebut sebagaimana gambar berikut:

Depot Air Minum wajib memeriksa wadah yang dibawa konsumen dan menolak wadah yang dianggap tidak layak untuk digunakan sebagai tempat air minum. Wadah yang akan diisi harus disanitasi dengan menggunakan Ozon atau air ozon (air yang mengandung ozon) bilamana dilakukan pencucian maka harus dilakukan dengan menggunakan berbagai jenis deterjen tara pangan (*food grade*) dan air bersih dengan suhu berkisar (60 - 85° C), kemudian dibilas dengan air minum/

air produk secukupnya untuk menghilangkan sisa-sisa deterjen yang digunakan untuk mencuci. Depot Air Minum Isi Ulang hanya diperbolehkan menyediakan wadah tidak bermerek atau wadah polos. Depot Air Minum hanya diperbolehkan menjual produknya secara langsung kepada konsumen dilokasi Depot dengan cara mengisi wadah yang dibawa oleh konsumen atau disediakan Depot, dilarang memiliki stok produk air minum dalam wadah yang siap jual, tidak bermerek atau wadah polos. Depot Air Minum tidak boleh menitipkan produknya di toko-toko/warung-warung, Mini market maupun Supermarket.

Tutup wadah yang disediakan oleh Depot Air Minum harus polos/tidak bermerek dan tidak boleh memasang segel/*shrink warp*. Pendistribusian hasil Produksi Depot R-Qua hanya melayani pengisian galon yang dibawa konsumen dan langsung diisi ditempat, juga untuk memenuhi permintaan konsumen didalam kota khususnya kota Sekadau Kabupaten Sekadau, Depot R-Qua melayani pesan antar untuk konsumsi rumah tangga bukan untuk dipasarkan kembali. Ruang lingkup pemasaran hasil produksi Depot R-Qua hanya di dalam kota Sekadau Kabupaten Sekadau sesuai peraturan tentang pendirian Depot yang hanya boleh dilakukan pengisian air hasil produksinya di depot itu saja.

Depot air minum isi ulang R-Qua merupakan salah satu produsen air minum isi ulang yang cukup potensial, hal ini dapat dilihat dari jumlah produksinya setiap hari dan banyak tenaga kerja yang ada untuk ukuran perusahaan kecil. Selain R-Qua terdapat beberapa perusahaan sejenis yang terdaftar di Kabupaten Sekadau. Dari 8 perusahaan produsen air minum isi ulang yang ada di Kabupaten Sekadau, sebanyak 4 perusahaan berada di Kecamatan Sekadau Hilir atau di kota Sekadau, sedangkan sisanya sebanyak 4 perusahaan berada di Kecamatan Belitang Hilir Kabupaten Sekadau. Jadi pesaing depot R-Qua ada sebanyak 3 perusahaan produsen air minum isi ulang, belum ditambah dengan perusahaan-perusahaan air minum isi ulang yang sudah bermerk dan memiliki pelanggan tersendiri.

Depot air minum isi ulang R-Qua merupakan salah satu produsen air minum isi ulang yang ada di kota Sekadau. Depot R-Qua sudah memiliki peralatan yang cukup memadai sehingga sudah mampu memproduksi air minum isi ulang sebanyak 100 galon per hari, yang habis terdistribusi setiap hari, karena perusahaan sudah memiliki

konsumen tetap sebagai pelanggan yang terdiri dari rumah makan, hotel dan bengkel, disamping untuk konsumen rumah tangga. Depot air minum isi ulang R-Qua menjual langsung produksi air galonnya langsung ke konsumen, dan tidak melayani penjualan melalui warung-warung atau toko-toko. Masyarakat yang menginginkan air minum isi ulang dapat memesan langsung ke depot, dan karyawan depot R-Qua akan mendistribusikan secara langsung ke pelanggan, baik pelanggan rumah makan, hotel, bengkel atau rumah tangga.

Perusahaan sudah memiliki beberapa pelanggan tetap. Para pelanggan R-Qua terdiri dari beberapa rumah makan, beberapa hotel dan bengkel. Selain itu depot R-Qua juga memiliki pelanggan rumah tangga yang cukup signifikan jumlahnya, namun pelanggan rumah tangga ini sifatnya fluktuatif, berubah-ubah. Perusahaan sudah mampu menjual air minum isi ulang R-Qua per hari minimal 100 galon. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan produk air minum isi ulang R-Qua, depot memproduksi sebanyak 100 galon per hari dan ini semua habis terdistribusikan ke konsumen-konsumen yang sudah berlangganan tetap. Produk R-Qua yang diproduksi setiap hari selain disalurkan ke konsumen tetap juga disalurkan ke konsumen-konsumen rumah tangga yang ditawarkan oleh karyawan pemasaran dengan cara berkeliling kota Sekadau.

Mereka tertarik menjadi pelanggan R-Qua karena kualitas air yang baik dan distribusi yang lancar, tidak pernah terjadi keterlambatan pendistribusian air minum isi ulang ke pelanggan. Sedangkan untuk konsumen rumah tangga merasakan kemudahan untuk memperoleh R-Qua karena setiap hari ada saja karyawan depot yang menawarkan air minum isi ulang R-Qua di sudut-sudut kota Sekadau. Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua sudah memiliki pelanggan tetap yang cukup potensial, karena pelanggan-pelanggan yang ada memang membutuhkan stok air minum isi ulang yang cukup besar, sehingga sangat menguntungkan bagi perusahaan R-Qua tersebut. Selain sudah memiliki pelanggan tetap yang secara rutin diantar air minum isi ulang, perusahaan juga menjual kepada konsumen rumah tangga secara langsung secara *door to door* dengan menggunakan sepeda motor atau mobil pick up keliling kota Sekadau setiap hari.

Cara yang dilakukan oleh perusahaan cukup efektif, karena semakin banyak rumah tangga yang mengenal dan menggunakan R-Qua sebagai air minum. Saat ini hampir setiap rumah tangga menggunakan air minum isi ulang di

rumahnya masing-masing, ini tentu saja merupakan pangsa pasar yang potensial untuk dimaksimalkan, dan depot air minum isi ulang R-Qua cukup jeli menembus pasar rumah tangga ini dengan sistem penjualan langsung ke konsumen rumah tangga dengan menggunakan pick up dan sepeda motor berkeliling kota Sekadau setiap hari. Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi langsung, yaitu dari depot air minum isi ulang langsung dipasarkan ke konsumen, tidak melalui perantara. Hal ini sudah sesuai dengan ketentuan dalam usaha depot air minum isi ulang, dimana depot air minum isi ulang tidak boleh menjual air minum isi ulang-nya di toko atau warung. Dalam menyalurkan produk R-Qua, depot langsung menjual kepada konsumen tanpa perantara. Terhadap pelanggan atau konsumen tetap, air minum isi ulang R-Qua akan disalurkan ke pelanggan setiap hari sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan perusahaan juga tidak memiliki stok air minum isi ulang dalam galon. Pengisian galon dilakukan pada malam hari untuk disalurkan pada pagi harinya ke konsumen-konsumen, terkadang ada juga konsumen yang langsung membawa galon kosong dan mengisi air minum di depot, namun saat ini hal tersebut relatif jarang sekali, konsumen lebih senang menelpon dan minta diantar air minum isi ulang ke rumah. Konsumen lebih senang membeli air minum isi ulang R-Qua yang ditawarkan melalui mobil pick up yang keliling menawarkan air minum isi ulang R-Qua. Setelah mendapat informasi dari pemerintah bahwa jangan membeli air minum isi ulang dari depot rumah tangga yang berada di jual di toko atau warung, maka konsumen lebih nyaman membeli langsung dari pengusaha depot yang ada di kota Sekadau. Saluran distribusi yang digunakan Depot air minum isi ulang adalah saluran distribusi langsung, dimana depot langsung menjual kepada konsumen tanpa perantara, ini dilakukan sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku. Depot air minum isi ulang tidak boleh menjual air minum isi ulang dalam kemasan galon di warung atau toko, yang artinya air minum isi ulang harus langsung dijual kepada konsumen tanpa ada penimbunan. Air minum isi ulang dalam kemasan galon produk rumah tangga, tidak dapat disimpan terlalu lama dalam galon karena sistem pengelolaan yang sederhana, sehingga air minum isi ulang yang terlalu lama disimpan dalam kemasan galon kurang baik untuk kesehatan, karena air sudah terkontaminasi bakteri. Namun dalam kenyataannya masih ada warung, toko bahkan mini market juga menjual air minum isi ulang produk

rumah tangga yang belum tentu higienis dan baik untuk kesehatan masyarakat.

Usaha Depot Air Minum Isi Ulang cukup menjanjikan dan cukup menguntungkan juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, sehingga makin banyak usaha Depot air minum isi ulang yang berdiri yang tidak memenuhi ketentuan yang berlaku dan menimbulkan persaingan yang tidak sehat, konsumen harus jeli atau teliti memilih Depot mana yang memenuhi syarat atau ketentuan yang berlaku. Untuk memberikan rasa aman kepada masyarakat, pengawasan terhadap Depot Air Minum Isi Ulang meliputi penggunaan air baku, proses produksi, mesin dan peralatan, serta perdagangannya harus ditingkatkan. Pengawasan terhadap mutu produk Depot Air minum dilaksanakan oleh Laboratorium Pemeriksaan Kualitas Air yang ditunjuk Pemerintah Kabupaten/Kota atau yang terakreditasi. Masih lemahnya pengawasan oleh Dinas terkait yang ditunjuk, serta kurang memberikan sosialisasi tentang Depot Air Minum Isi Ulang, dan pengawasan terhadap mutu, hasil produk dan pemasarannya. Dinas terkait kurang terjun langsung ke lapangan untuk menertibkan depot-depot yang marak berdiri dan tidak memiliki izin usaha depot air minum isi ulang sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

KESIMPULAN DAN SARAN

Depot air minum isi ulang R-Qua merupakan salah satu produsen air minum isi ulang yang ada di kota Sekadau. Depot R-Qua sudah memiliki peralatan yang cukup memadai sehingga sudah mampu memproduksi air minum isi ulang sebanyak 100 galon per hari, dan habis terdistribusi setiap hari. Depot Air Minum Isi Ulang R-Qua sudah memiliki pelanggan tetap yang cukup potensial, karena pelanggan-pelanggan yang ada memang membutuhkan stok air minum isi ulang yang cukup besar, sehingga sangat menguntungkan bagi perusahaan R-Qua tersebut. Selain sudah memiliki pelanggan tetap yang secara rutin diantar air minum isi ulang, perusahaan juga menjual kepada konsumen rumah tangga secara langsung secara *door to door* dengan menggunakan sepeda motor atau mobil pick up keliling kota Sekadau setiap hari. Saluran distribusi yang digunakan Depot air minum isi ulang adalah saluran distribusi langsung, dimana depot langsung menjual kepada konsumen tanpa perantara, ini dilakukan sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.

Diharapkan Depot R-Qua dapat memenuhi standar air minum isi ulang dan terus menjaga mutu air isi ulang. Diharapkan Depot R-Qua hanya melayani pengisian isi ulang dan tidak melakukan penjualan melalui toko atau warung. Harus ada upaya penertiban dari pemerintah terhadap depot air minum isi ulang yang melanggar ketentuan dan persyaratan tentang usaha depot air minum isi ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, T.H. 2000. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks, Gramedia.
- _____. 2001. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehallindo.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nitisemito, A. S. 2000. *Marketing*. Jakarta. Ghalia Indonesia.
- Saladin, D. 1996. *Unsur-unsur Inti Pemasaran*”. Surabaya: Linda Karya.
- _____. 2004. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Pengendalian*. Surabaya: Linda Karya.
- Stanton, W. 1993. *Strategi Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Gramedia
- Swastha, B. dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : CV. Andi.
- Peraturan Perundang-undangan:
- Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 492/MENKES/PER/IV/2010 tentang *Persyaratan Kualitas Air Minum*.
- Keputusan Menteri Kesehatan Nomor : 907/Menkes/SK/VII/2002 tentang *Pengujian Mutu Air Minum*.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 705/MPP/Kep/11/2003 tentang *Persyaratan Teknis Industri Air Minum Dalam Kemasan dan Perdagangannya*.
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 651/MPP/Kep/10/2004 tentang *Persyaratan Teknis Depot Air Minum*.