

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT. Ades Waters Indonesia Tbk, didirikan dengan nama PT. Alfindo Putrasetia di tahun 1985. Nama Perseroan telah diubah beberapa kali terakhir di tahun 2004, ketika nama Perseroan diubah menjadi PT. Ades Waters Indonesia Tbk. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan adalah pengelohan dan distribusi air minum dalam kemasan. Untuk menghindari kesamaan nama dengan produk perusahaan, PT. Ades Waters Indonesia (Ades) berubah nama menjadi PT. Akasha Wira International Tbk. Pergantian nama dilakukan untuk menghindari keidentikan dengan produk yang dihasilkannya mereka mempunyai multiproduk, bukan hanya air mineral Ades. Perseroan bergerak dalam industri air minum dalam kemasan (AMDK) yang memproduksi serta menjual produk air minum dalam kemasan dengan merek dagang Ades yang dimiliki oleh The Coca Cola Company. Dari data yang ada PT. Akasha Wira Internasional Tbk telah diakuisisi oleh cocacola dan memiliki beberapa produk minuman, antara lain:

Air minum dalam kemasan (AMDK) merupakan produk minuman yang sudah tidak lagi asing dikalangan masyarakat khususnya di Indonesia. Hampir semua kalangan pernah membeli atau mengkonsumsi air minum dalam kemasan dalam merek apapun. Air minum dalam kemasan sangat praktis untuk dibawa kemana-kemana dan memiliki varian ukuran produk sesuai kebutuhan. Jadi tidak heran apabila banyak masyarakat mulai beralih ke air minum dalam kemasan. Total volume produksi air minum dalam kemasan pada tahun lalu mencapai 24,7 miliar liter. Banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan juga menyebabkan meningkatnya produksi botol plastik di Indonesia yang nantinya akan menyebabkan penimbunan sampah botol air minum dalam kemasan di

berbagai faktor tersebut saat ini bisnis Air Minum Dalam Kemasan terus mengalami peningkatan. (Marketeers.com, 2020).

PT. Ades Waters Indonesia Tbk, didirikan dengan nama PT. Alfindo Putrasetia di tahun 1985. Nama Perseroan telah diubah beberapa kali terakhir di tahun 2004, ketika nama Perseroan diubah menjadi PT. Ades Waters Indonesia Tbk. Berdasarkan anggaran dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan perusahaan adalah pengolahan dan distribusi air minum dalam kemasan. Untuk menghindari kesamaan nama dengan produk perusahaan, PT. Ades Waters Indonesia (Ades) berubah nama menjadi PT. Akasha Wira International Tbk. Pergantian nama dilakukan untuk menghindari keidentikan dengan produk yang dihasilkannya mereka mempunyai multiproduk, bukan hanya air mineral Ades. Perseroan bergerak dalam industri air minum dalam kemasan (AMDK) yang memproduksi serta menjual produk air minum dalam kemasan dengan merek dagang Ades yang dimiliki oleh The Coca Cola Company. (ganti dari ades)

Pada Tahun 2011 ADES mengganti Logo baru dan kemasan yang menggunakan hijau sebagai warna dasarnya. Logo Ades juga berubah, yakni menjadi gambar daun dan berwarna hijau yang berbentuk seperti kincir, menandakan kemasan ADES telah mengurangi penggunaan plastik hingga 8% tanpa mempengaruhi kualitas air. Warna dan Kemasan baru ADES ini diluncurkan pada 18 April 2012 bersamaan dengan program kampanye peduli lingkungan.



Sumber : (<http://coca-colaamatil.co.id>, 2020)

ADES saat ini berusaha memperbaiki positioning di pasar dengan memperbanyak point of sale, edukasi dan komunikasi via sosial media. Strategi itu cukup berhasil meningkatkan pertumbuhan penjualan di semester satu 2019 dengan membukukan Rp 403,1 miliar sepanjang paruh pertama ini, meningkat 2,68% jika dibandingkan dengan pendapatan semester pertama tahun lalu Rp Rp 392,57 miliar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh *green packaging* terhadap Keputusan Pembelian Produk air mineral Ades?
2. Apakah ada pengaruh *green advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk air mineral Ades?
3. Apakah ada pengaruh *green packaging* dan *green advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk air mineral Ades?

1.3 Ruang Lingkup

1.3.1 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini Pengaruh *green packaging* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan ades.

1.3.2 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek yang diteliti konsumen yang melakukan pembelian produk air mineral Ades.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah di kota Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Penelitian ini dilakukan periode 2020-2021.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sehubungan dengan masalah yang telah

dirumuskan di atas sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui pengaruh *green packaging* terhadap Keputusan Pembelian Produk air mineral Ades.
2. Mengetahui pengaruh *green advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk air mineral Ades.
3. Mengetahui pengaruh *green packaging* dan *green advertising* terhadap Keputusan Pembelian Produk air mineral Ades.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen pemasaran khususnya yang pokok bahasannya berhubungan dengan pengaruh *Green packaging*, *Green advertising*, dan Keputusan Pembelian.

1.5.2 Manfaat Praktis

Kegiatan penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas secara langsung dan menganalisis .

1.5.2.1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai masukan mahasiswa untuk lebih mengetahui pentingnya *green packaging* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian.

1.5.2.2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan dan informasi bagi perusahaan PT Coca-cola amatil indonesia guna mempertahankan dan meningkatkan penjualan serta lembaga terkait dalam penggunaan strategi *Green Marketing* sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk melalui

pendekatan *Green product*, *Green advertising*, dan *Green Brand*.

1.5.2.3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi tambahan referensi serta menjadi rekomendasi untuk penelitian selanjutnya mengenai Pengaruh *green product* dan *green advertising* terhadap keputusan pembelian produk air mineral Ades.

1.6 Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian ini disusun dalam lima bab yang terdiri dari: pendahuluan, tinjauan pustaka, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam pendahuluan tercantum antara latar belakang ruang lingkup, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi objek penelitian, alat dan bahan, metode pengumpulan data, prosedur penelitian, pengukuran variabel dan metode analisis (metode-metode pendekatan penyelesaian permasalahan yang dipakai dan metode analisis data).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini disajikan hasil, implementasi, analisis dan pembahasan penelitian. Hasil dan implementasi dapat berupa gambar alat/program dan aplikasinya. Untuk penelitian lapangan hasil dapat berupa data (kualitatif maupun kuantitatif). Analisis dan pembahasan berupa hasil pengolahan data.

BAB V SIMPULAN DAN SARANDalam bab ini disajikan simpulan dan saran dari hasil pembahasan.