

## Pengembangan Bisnis Air Minum Dalam Kemasan Melalui Kajian Sistematis Literatur Review dan Analisis Deskriptif

Amin Yazid Achmad<sup>1\*</sup>, Yudha Adi Kusuma<sup>1</sup>, Halwa Annisa Khoiri<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Teknik Industri, Universitas PGRI Madiun, Kota Madiun, Jalan AURI No. 14-16, 63117

\*Corresponding Author : [amin\\_2105103009@mhs.unipma.ac.id](mailto:amin_2105103009@mhs.unipma.ac.id)

### Abstrak

Bisnis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) perlu dijalankan secara berkelanjutan untuk menjamin akses air bersih, menjaga kelestarian lingkungan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang stabil. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis AMDK dengan Berfokus pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini membahas keberlanjutan bisnis melalui studi literatur sistematis dan analisis deskriptif terhadap pelaku usaha AMDK di wilayah karesidenan Madiun. Penelitian ini melibatkan 150 studi yang diperoleh dari *tools Publish or Perish* dan *Google Scholar*. Hasil metode prisma menunjukkan studi yang lolos dan layak dimasukkan sampai tahap akhir PRISMA terdiri 53,8% aspek ekonomi, 30,8% dari aspek sosial, dan 15,4% dari aspek lingkungan. Hasil studi menunjukkan bahwa strategi bisnis, sistem manajemen, literasi keuangan, kebijakan lingkungan, manajemen lingkungan, etika bisnis, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) menjadi faktor utama dalam mendukung keberlanjutan bisnis. penelitian ini menegaskan pentingnya strategi bisnis yang terintegrasi dan berkelanjutan untuk mempertahankan daya saing dan kontribusi jangka panjang industri AMDK. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam melakukan analisis keberlanjutan pada perusahaan AMDK. Penelitian ini untuk kedepannya perlu ada pembuatan pengembangan model strategi bisnis yang mengusung konsep keberlanjutan.

**Kata kunci:** keberlanjutan bisnis, AMDK, Strategi Pemasaran, CSR

### Abstract

The Bottled Drinking Water (AMDK) business needs to be run sustainably to ensure access to clean water, preserve the environment, and encourage stable economic growth. This study aims to examine the factors that influence the sustainability of the bottled water business by focusing on economic, social, and environmental aspects. This research discusses business sustainability through a systematic literature study and descriptive analysis of AMDK business actors in the Madiun caresidenan area. This research involved 150 studies obtained from Publish or Perish and Google Scholar tools. The results of the prism method showed that the studies that passed and were eligible for inclusion until the final stage of PRISMA consisted of 53.8% of economic aspects, 30.8% of social aspects, and 15.4% of environmental aspects. The study results show that business strategy, management system, financial literacy, environmental policy, environmental management, business ethics, and corporate social responsibility (CSR) are the main factors in supporting business sustainability. This research confirms the importance of an integrated and sustainable business strategy to maintain the competitiveness and long-term contribution of the bottled water industry. This research is expected to contribute in conducting sustainability analysis in bottled water companies. This research in the future needs to develop a business strategy model that carries the concept of sustainability.

**Keywords :** *business sustainability, bottled water, marketing strategy, CSR*

## PENDAHULUAN

Jawa Timur merupakan salah satu provinsi yang berada di Indonesia. Sektor pengolahan menjadi sektor penyumbang PDRB tertinggi di Jawa Timur. Industri makanan dan minuman yang merupakan bagian dari sektor pengolahan menyumbang kontribusi terbesar pada sektor pengolahan dengan persentase 12,27 % (BPS Jatim, 2025). Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merupakan salah satu subsektor dari industri makanan dan minuman. PDRB adalah indikator penting untuk mengetahui kondisi ekonomi di suatu wilayah (Simangunsong, 2024). Hal ini membuat kinerja industri makanan dan minuman sangat mempengaruhi kinerja sektor industri maupun perekonomian Jawa Timur.

Keberadaan industri AMDK menunjukkan perkembangan yang sangat pesat beberapa tahun terakhir. Industri AMDK mengalami perkembangan 2 % per tahunnya pada dekade terakhir (D. D. Aulia, 2025). Industri AMDK diprediksi bakal tumbuh 10 % di tahun 2025 akibat peningkatan daya beli masyarakat (Yolanda, 2025). Banyaknya industri AMDK mendatangkan hal positif bagi masyarakat. Peran industri AMDK sangat krusial dalam penyerapan tenaga kerja. Hal tersebut secara tidak langsung berdampak kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja (Aulia & Dewi, 2024).

Keberlanjutan bisnis merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Strategi bisnis dibutuhkan untuk memastikan keberlanjutan bisnis tetap terjaga (Maulana & Suyono, 2023). Strategi manajemen perusahaan yang efektif merupakan kunci untuk mencapai pertumbuhan organisasi yang berkelanjutan dalam dunia bisnis yang berubah dengan cepat dan penuh persaingan. Pemanfaatan inovasi, memperhatikan keberlanjutan lingkungan, serta menerapkan etika dan tanggung jawab sosial dalam praktik manajemen SDM menjadi fokus utama bagi organisasi yang ingin mempertahankan relevansi dan daya saing di pasar global (Basuki, 2023).

Industri AMDK harus bisa memaksimalkan potensi yang ada untuk mempertahankan dan meningkatkan keberlanjutan bisnisnya. Secara ekonomi,

keberlanjutan bisnis bergantung pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan daya saing (Solikhah, 2022). Keberlanjutan bisnis AMDK secara sosial bertanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar (Arsana et al., 2024). Sementara secara lingkungan, keberlanjutan bisnis AMDK berhubungan dengan praktik produksi yang ramah lingkungan dan pengelolaan sumber daya air yang berkelanjutan (Waliyanti et al., 2022). Teori keberlanjutan menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara ketiga aspek tersebut untuk memastikan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang.

## METODE

Penelitian ini akan dilakukan pada rentan waktu November 2024-Mei 2025. penelitian ini dilakukan pada sejumlah industri AMDK di karesidenan Madiun (kabupaten Madiun, Magetan, Ngawi, Ponorogo, Pacitan, dan Kota Madiun). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan yang berkaitan dengan keberlanjutan bisnis. Detail tentang tempat penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Peta tempat penelitian

Penelitian ini diawali dengan studi literatur sebagai persiapan penelitian terhadap kondisi industri yang bergerak di bidang AMDK. Studi literatur adalah sebuah penelitian yang melakukan analisis kritis terhadap pengetahuan, gagasan, dan temuan yang terkait dengan bidang akademik. Penelitian ini merumuskan kontribusi teoritis dan metodologi yang relevan untuk topik yang sedang diteliti

(Haidir et al., 2021). Studi literatur dilakukan dengan mempelajari atrikel, buku, dan jurnal tentang keberlanjutan bisnis pada suatu industri. Setelah studi literatur, selanjutnya masuk ke studi lapangan.

Studi lapangan adalah suatu metode untuk memperoleh data yang diperlukan serta mendapatkan gambaran langsung mengenai suatu kondisi. Studi lapangan dilakukan melalui interaksi tatap muka dengan para pelaku yang terlibat dalam penelitian tersebut. (Istinasari et al., 2021). Studi lapangan dilakukan dengan cara observasi langsung ke mitra yang terlibat pada penelitian ini. Hasil studi literatur dan studi lapangan selanjutnya dilakukan untuk tindak lanjut dalam melakukan identifikasi masalah. Hasil studi lapangan ditemukan bahwa beberapa industri AMDK masih kesulitan dalam memperluas segmen pasar mereka dan aspek strategi bisnis yang kurang maksimal. Hal ini ini dipengaruhi *brand* dan jaringan pemasaran.

Temuan identifikasi masalah menjadi acuan dalam tahapan pengambilan data. Jenis data yang diambil pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer didapat dari hasil wawancara dan data sekunder didapat dari hasil studi literatur dari artikel dan jurnal. Pengolahan data adalah tahap yang dilakukan setelah mendapatkan data. Tahap pengolahan data baru bisa dilakukan setelah mendapatkan data dan menentukan identifikasi masalah. Penelitian ini akan menggunakan jenis metode analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan sebuah penelitian yang menyajikan penjelasan mengenai isu-isu permasalahan yang menjadi fokus penelitian melalui narasi dan bukan dari perhitungan statistik (Safitri & Dewa, 2021).

Tujuan dari metode analisis deskriptif ini adalah untuk menyusun deskripsi mengenai fakta-fakta serta hubungan antara fenomena yang sedang diteliti (Yunarti, 2021). Penambahan metode *Preferred Reporting Items for Systematic review and Meta Analysis* (PRISMA) dilakukan sebagai landasan untuk memperkuat analisis deskriptif pada penelitian ini. Metode ini digunakan untuk membantu dalam melaporkan secara transparansi alasan dilakukannya tinjauan sistematis, proses yang dilakukan, dan temuan yang diperoleh. Proses pengerjaan metode PRISMA dilakukan dengan mencari paper tentang penelitian terdahulu yang relevan melalui *database Google*

*Scholar*. Paper *database* kemudian akan di *screening* untuk mendapatkan paper yang sesuai dan relevan.

Paper yang dipilih dari metode PRISMA hanya menjadi acuan untuk menentukan variabel yang terbukti memiliki pengaruh pada aspek keberlanjutan bisnis. Metode analisis deskriptif digunakan untuk menguji secara pasti variabel yang diperoleh dari paper PRISMA dengan kondisi nyata di lapangan. Hasil analisis deskriptif dan ekstraksi data metode PRISMA digunakan sebagai landasan penulisan kesimpulan. Kesimpulan bertujuan untuk merangkum poin utama berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Kusuma, 2024). Saran merupakan pendapat atau rekomendasi mengenai aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan (Herlambang et al., 2024)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

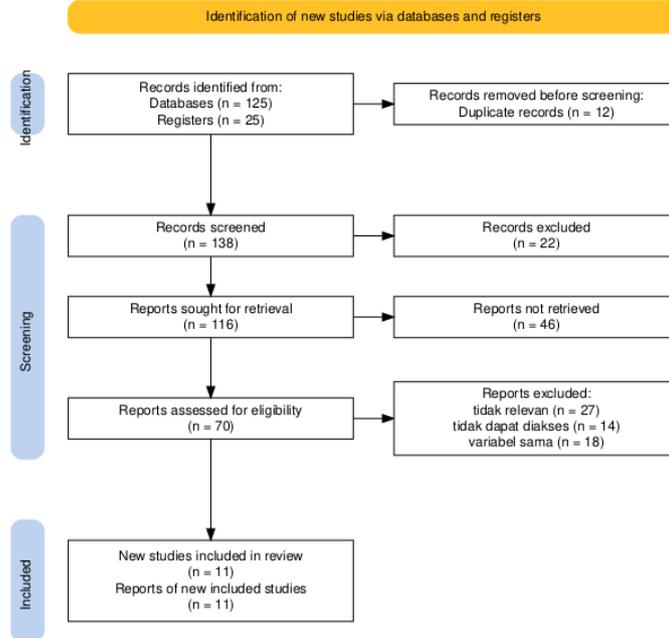
Hasil pengolahan data pada penelitian ini diselesaikan dengan menggunakan metode PRISMA dan Analisis Deskriptif. Metode PRISMA pada penelitian ini berasal dari hasil publikasi paper tahun 2020 - 2025. Metode PRISMA diawali dengan tahap identifikasi dengan cara pengumpulan *database* yang berisi studi terdahulu. Studi yang masuk ke dalam *database* didapatkan melalui aplikasi *Publish or Perish* dan *Google Scholar*. Pengolahan *database* dilakukan dari 150 artikel yang telah dikumpulkan dari periode 25 Maret – April 2025. Proses pengolahan *database* menggunakan metode PRISMA dapat dilihat pada Gambar 2.

Tahap *screening* dilakukan setelah memperoleh *database* studi terdahulu. Tahap awal proses *screening* dilakukan dengan menghilangkan paper yang memiliki duplikasi pada *database*. Sejumlah 12 studi dihilangkan karena terdapat duplikasi. Tahap duplikasi akan ditinjau berdasarkan judul dan abstraknya untuk memperoleh paper yang relevan. Artikel berjumlah 138 artikel memenuhi kelayakan teks yang lengkap dan relevan dengan penelitian ini. Sampai dengan tahap akhir *screening*, terdapat 70 artikel yang dimasukkan ke dalam analisis. Tahap akhir metode PRISMA adalah penilaian artikel menyesuaikan tempat dan variabel penelitian yang relevan dengan industri AMDK. Terdapat 13 artikel yang digunakan sebagai acuan penelitian ini.

Tabel 1 menunjukkan hasil review dari faktor faktor yang mempengaruhi keberlanjutan

bisnis. Penerapan bisnis berkelanjutan meliputi analisis faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aspek ekonomi dipengaruhi oleh strategi bisnis, sistem manajemen ekonomi perusahaan, dan literasi keuangan. Aspek sosial

dipengaruhi oleh etika bisnis dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Aspek lingkungan dipengaruhi oleh program perusahaan yang berorientasi kebijakan lingkungan dan manajemen.

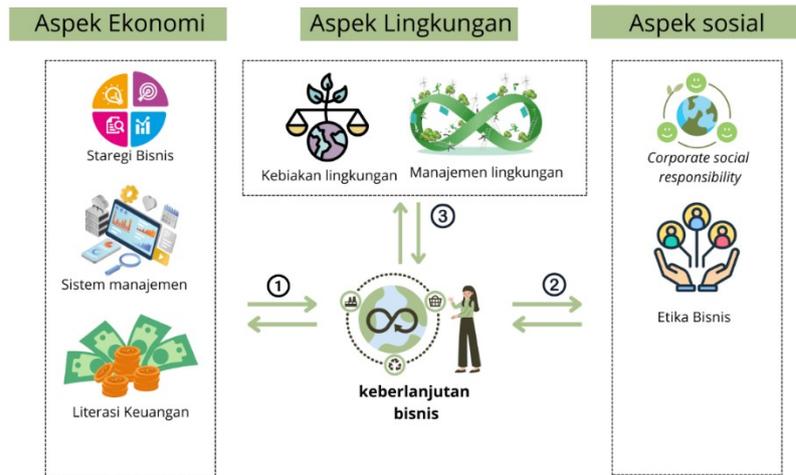


Gambar 2 Proses pemilihan artikel dengan PRISMA

Tabel 1 Ekstraksi data dari artikel yang disertakan

No.	Penulis	Variabel Pembahasan	Objek penelitian	Hasil
1	Bukran & Ramdani (2024)	Kebijakan ekonomi hijau	Perusahaan manufaktur di Indonesia	Kebijakan ekonomi hijau efektif dalam mendorong inovasi bisnis berkelanjutan
2	Komarudin (2024)	Sistem manajemen lingkungan	Perusahaan manufaktur di Kabupaten Serang.	Sistem akuntansi manajemen lingkungan memiliki dampak positif terhadap keberlanjutan bisnis.
3	Meliyanti & Gunawan (2020)	Sumber Daya Manusia	Perusahaan manufaktur di Indonesia	Pengelolaan SDM yang adaptif dan inovatif penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan
4	Raia et al. (2022)	Bauran pemasaran	AMDK Mokesa di Kabupaten Buton	Strategi pemasaran memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan
5	(Nala et al., 2023)	Triple Bottom Line	PT ABC	Keputusan alokasi pengeluaran perusahaan didominasi oleh kriteria ekonomi
6	Sari (2024)	Strategi Bisnis	UMKM di kota Depok	Strategi bisnis dan pemanfaatan teknologi berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha.
7	Sukmawati et al. (2020)	Keberlanjutan Rantai Pasok	IKM Alas Kaki di Kabupaten Bogor	Perlunya perbaikan aspek ekonomi melalui indikator akses pasar.
8	Amanda & Rialdy (2024)	Standar Akuntansi keuangan	UMKM Kota Dumai	Pemahaman akuntansi berperan langsung dalam mendukung keberlanjutan usaha.
9	Rumini & Martadian (2020)	Literasi Keuangan	UMKM Kabupaten Bandung	literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap keberlanjutan UKM.
10	Fitri & Halik (2023)	Strategi pemasaran	UMKM di Kabupaten Polewali Mandar	Pengaplikasian digital marketing diperlukan untuk mendukung bisnis

No.	Penulis	Variabel Pembahasan	Objek penelitian	Hasil
				yang berkelanjutan.
11	Adila & Albari, (2022)	<i>Corporate social responsibility</i>	Konsumen produk AQUA	Program CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen AMDK.
12	Nugraheni & Toni (2022)	<i>Corporate social responsibility</i>	PT Aqua Danone	Program CSR dapat menambah citra positif bagi PT Aqua Danone.
13	Abdillah (2024)	Etika bisnis	Perusahaan di Indonesia	Etika bisnis sangat diperlukan dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan



Gambar 3 Hubungan variabel temuan dari tabel PRISMA

Aspek ekonomi merupakan prioritas bagi suatu perusahaan. Indikasi keberlanjutan suatu bisnis dalam aspek ekonomi dapat dilihat dari peningkatan volume penjualan, peningkatan kapasitas produksi, peningkatan laba, dan peningkatan volume produksi dan penjualan. Bentuk Hubungan keterkaitan keberlanjutan bisnis dan aspek ekonomi ditunjukkan pada gambar 3 dengan kode  $\Leftrightarrow$  ①. Faktor faktor aspek ekonomi yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis mencakup strategi pemasar, literasi keuangan, dan pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM). Aspek ekonomi dapat dicapai melalui peningkatan kinerja perusahaan. Perkembangan teknologi pada revolusi industri 4.0 membuat kinerja perusahaan menjadi penting untuk diperhatikan Strategi bisnis yang tepat dengan pengoptimalan bauran pemasaran dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar perusahaan. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran terbaik dengan disesuaikan kebutuhan konsumen. Strategi bisnis juga dapat dicapai dengan pengelolaan SDM yang baik.

Perusahaan perlu melakukan penyesuaian strategi untuk mengimbangi adaptasi

perkembangan teknologi. Manajemen SDM perlu merancang strategi untuk mencapai kinerja yang optimal. perusahaan harus memprioritaskan pengembangan keterampilan dan pengetahuan karyawan agar mereka dapat menggunakan teknologi terbaru dan mencapai tujuan perusahaan. Pembuatan sistem kerja yang fleksibel dan dinamis seperti bekerja dari jarak jauh untuk meingkatkan efisiensi kerja. Evaluasi kinerja adalah faktor penting untuk meningkatkan kinerja yang berkelanjutan di tengah perubahan lingkungan ekonomi perusahaan.

Literasi keuangan juga merupakan faktor yang mempengaruhi keberlanjutan aspek ekonomi pada perusahaan. Hubungan literasi keuangan dan keberlanjutan bisnis dimediasi oleh variabel kinerja usaha. Literasi keuangan yang baik akan membantu perusahaan dalam proses pengambilan keputusan. pengalokasian biaya yang baik akan mengarah pada penciptaan strategi inovatif untuk peningkatan kinerja dan keberlanjutan bisnis. Pengetahuan literasi keuangan dan standarisasi sistem akuntansi sangat penting untuk mendorong pertumbuhan

ekonomi dan dapat meningkatkan manajemen pemilik bisnis serta pemulihan keuangan.

Revolusi industri 4.0 juga membuat perusahaan mulai memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dari proses praktik bisnis yang dijalankan. Aspek sosial diberlakukan untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat. Hubungan sosial yang baik dengan masyarakat juga dapat membangun citra positif bagi perusahaan. Hubungan keterkaitan keberlanjutan bisnis dan aspek sosial ditunjukkan pada gambar 3 dengan kode ⇔ ②. Praktik bisnis berkelanjutan pada aspek sosial dapat dilakukan dengan penerapan etika bisnis dan program CSR pada bidang sosial. Citra positif dan negatif perusahaan dapat dengan menyebar di era keterbukaan dan melimpahnya informasi saat ini. Perlakuan yang etis dan jujur terhadap terhadap karyawan, pelanggan, pemasok, investor, dan masyarakat menjadi kunci untuk bertahan dalam dunia bisnis. Etika bisnis yang baik akan berkontribusi pada tingkat kepercayaan dan keyakinan di berbagai lapisan komunitas bisnis.

Perusahaan memainkan peran penting dalam evaluasi yang dilakukan oleh konsumen. Evaluasi dilakukan pada aspek yang mempengaruhi perilaku dan kepercayaan konsumen. korelasi dampak CSR pada aspek non ekonomi yang berhubungan dengan pihak eksternal penting dilakukan untuk membuat keputusan dalam dunia bisnis. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu cara untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik. CSR dilakukan sebagai bentuk nyata dari tanggung jawab sosial yang diemban oleh perusahaan. Penerapan CSR juga menjadi bukti nyata perusahaan yang patuh dengan regulasi peraturan pemerintah. Pada dasarnya praktik CSR selain untuk memenuhi tanggung jawab sosial juga dilakukan untuk memenuhi aspek lingkungan.

Aspek lingkungan juga merupakan aspek yang perlu diperhatikan dalam praktik keberlanjutan. Hubungan keterkaitan keberlanjutan bisnis dan aspek lingkungan ditunjukkan pada gambar 3 dengan kode ⇔ ③. Praktik bisnis berkelanjutan pada aspek lingkungan dapat dilakukan dengan penerapan kebijakan lingkungan dan manajemen lingkungan. Penggunaan sistem akuntansi manajemen lingkungan di perusahaan manufaktur menggambarkan tuntutan akan

praktik bisnis yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab secara lingkungan. Perusahaan-perusahaan yang menerapkan sistem ini cenderung menunjukkan kinerja lingkungan yang lebih baik, serta meraih keunggulan kompetitif yang signifikan. Integrasi informasi lingkungan yang baik dalam proses pengambilan keputusan mampu mengurangi risiko dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Kebijakan dengan penerapan program CSR yang berhubungan dengan isu lingkungan juga menjadi hal yang diperhatikan pada aspek keberlanjutan pada aspek lingkungan. Berikut merupakan hasil analisis deskriptif pada penelitian ini :

#### 1. Aspek Ekonomi

Keberlanjutan aspek ekonomi merupakan aspek yang paling diperhatikan oleh pelaku bisnis industri AMDK. Dalam aspek ekonomi, bisnis berkelanjutan perlu fokus kepada peningkatan nilai ekonomi secara dampak panjang melalui efisiensi produksi dan manajemen yang efektif. Dengan demikian bisnis tersebut akan mampu bertahan dan terus berkembang (Albab et al., 2023). Menurut Standart Global Initiative (GRI), aspek ekonomi dalam keberlanjutan bisnis mencakup penilaian terhadap dampak ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan oleh perusahaan. Aspek ekonomi meliputi berbagai elemen seperti pendapatan, investasi, serta kontribusi perusahaan terhadap sistem ekonomi yang lebih luas (Maharani Pristi & Bandiyono, 2024)

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pelaku usaha AMDK yang kebanyakan tergolong dalam industri kecil menengah, perusahaan AMDK berfokus pada aspek manajemen pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan. Manajemen pemasaran mengandung empat aspek yang umum dikenal sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran bertujuan untuk menghasilkan respon yang diharapkan dari target pasar.

##### 1.1 Produk

Proses produksi pada perusahaan AMDK didukung oleh keterlibatan teknologi otomatis. Penerapan teknologi otomatis dapat meningkatkan efisiensi

dan juga menjaga konsistensi kualitas produk. Kualitas air dan keamanan kemasan menjadi fokus yang diprioritaskan bagi pelaku usaha AMDK. Kepatuhan perusahaan terhadap pemenuhan tuntutan regulasi pemerintah seperti sertifikasi SNI, ijin edar BPOM dan sertifikasi halal digunakan untuk menjamin kualitas produk dan legalitas produk dalam upaya meningkatkan daya saing untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Produk AMDK saat ini hadir dalam beragam pilihan ukuran sesuai dengan keinginan konsumen. Produk dengan berbagai ukuran dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Contoh berbagai varian produk AMDK

Gambar 4 menunjukkan variasi ukuran kemasan produk AMDK Sarangan yang beredar dipasaran. Variasi ukuran produk mulai dari 150 ml, 220 ml, botol 330 ml, dan botol 500 ml. Pilihan berbagai ukuran produk menunjukkan fleksibilitas dalam menjangkau berbagai segmen pasar dan meningkatkan daya saing produk. Konsumen cenderung membeli produk dengan ukuran tertentu sesuai dengan kebutuhan mereka.

## 1.2 Tempat (Saluran Distribusi)

Tempat merupakan lokasi pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan kegiatan jual beli. Pemilihan lokasi usaha yang strategis dalam strategi pemasaran merupakan salah satu faktor kunci yang dapat mempengaruhi kesuksesan suatu bisnis. Semakin baik posisi lokasi yang dipilih maka semakin tinggi pula potensi penjualan yang dapat dicapai. Strategi pemilihan tempat yang tepat pada akhirnya akan berdampak positif terhadap keberhasilan usaha (Izzah, 2024).

Kebanyakan industri AMDK menjalankan bisnisnya pada outlet resmi sekaligus sebagai tempat produksinya. Gambar 5 menjelaskan strategi pemilihan tempat pada industri AMDK.



Gambar 5 Lokasi strategis dari industri AMDK

Perumda Yoiki memiliki lokasi produksi sekaligus pusat pelayanan yang terintegrasi di satu tempat. Tempat bisnis yang terintegrasi menjadi satu akan dapat memudahkan koordinasi setiap divisi pada perusahaan. Lokasinya yang berada tepat di jalan utama penghubung antar kota menjadikannya sangat strategis dalam memudahkan akses distribusi maupun pelayanan konsumen. Tempat yang mudah diakses dan dijumpai akan memudahkan perusahaan untuk memperkenalkan produk mereka ke para konsumen.

Para pelaku usaha AMDK menggunakan beberapa strategi saluran distribusi dalam menyalurkan produknya. Pelaku usaha berharap konsumen akan lebih mudah untuk mendapatkan produk mereka dengan adanya saluran distribusi yang variatif. Berikut merupakan jenis strategi saluran distribusi yang dilakukan :

- a) Pelaku bisnis – pengecer – konsumen  
Pada Jenis saluran distribusi ini, pengecer langsung membeli produk dari produsen hingga akhirnya nanti langsung diperjual belikan kepada konsumen akhir.
- b) Pelaku bisnis – Agen – Konsumen  
Pada jenis saluran distribusi ini, pelaku bisnis memasarkan produk mereka melalui perantara agen untuk menjual produk mereka kepada konsumen.
- c) Pelaku bisnis – Agen – Pengecer

Pada jenis saluran distribusi ini, agen akan mendistribusikan produk ke sub agen yang pada akhirnya sampai ke konsumen akhir.

### 1.3 Harga

Harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk mendapatkan produk atau jasa. Selain itu, harga juga dapat diartikan sebagai penentuan nilai suatu produk di dalam pikiran konsumen (Izzah, 2024). Maka dari itu, strategi harga penting dilakukan selain untuk menutupi biaya produksi namun tetap dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Perumda yoiki dalam proses penetapan harga cenderung lebih terjangkau dibanding dengan produk lainnya. Harga yang bersaing diharapkan dapat menjadi strategi alternatif untuk meningkatkan daya minat beli bagi konsumen mereka. Perbandingan harga yang lebih rendah bertujuan untuk meningkatkan dorongan pengambilan keputusan pembelian.

Pada dasarnya penentuan harga terjangkau memang dilakukan oleh perumda yoiki yang masih terbilang *startup* baru di dunia AMDK agar dapat bersaing dengan brand besar seperti Aqua dan Cleo. Strategi harga ini terbukti efektif seiring dengan peralihan perilaku masyarakat yang sering menggunakan produk amdk lokal pada berbagai kegiatan sosial. Contoh penetapan harga produk perumda yoiki dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2 penetapan harga produk

Produk	Harga
Galon 19L	Rp 40.000
Botol 550 ml / katron	Rp 32.000
Botol 330 ml / karton	Rp 30.000
Cup 220 ml / karton	Rp 20.000

### 1.4 Promosi

Perusahaan yang khususnya bergerak di bidang industri minuman umumnya menerapkan metode promosi yang menarik. Hal ini karena promosi merupakan sarana bagi perusahaan untuk memperkenalkan dan menginformasikan produk mereka, yang dianggap lebih unggul dibandingkan produk dari pesaing (Farizal & Fitralsima, 2021). Periklanan

merupakan salah satu media promosi untuk menjangkau konsumen yang luas. Strategi promosi yang sudah dilakukan oleh para pelaku usaha AMDK sejauh ini adalah melalui periklanan dan pemasaran melalui media massa perusahaan. Gambar 6 menunjukkan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi yang dilakukan oleh Perumda Yoiki.



Gambar 6 Promosi lewat media sosial

Perumda Yoiki mempromosikan produk AMDK melalui platform media massa perusahaan. Promosi dilakukan melalui saluran media massa seperti *whatsapp*, *facebook*, *instagram*, dan *website* resmi perusahaan. Pemanfaatan media massa perusahaan dapat membantu dalam menjangkau konsumen maupun calon konsumen yang lebih efektif dan efisien. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen terhadap keunggulan produk. Pembuatan konten pada media massa sebagai langkah promosi juga berguna untuk menunjukkan produk baru dan pencapaian perusahaan.

## 2. Aspek Sosial

Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) semakin memahami pentingnya integrasi aspek sosial dalam praktik keberlanjutan bisnis. Selain fokus pada keuntungan ekonomi dan pelestarian lingkungan, berbagai perusahaan AMDK kini aktif melaksanakan berbagai program sosial dan lingkungan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap masyarakat. Aspek sosial dalam keberlanjutan bisnis merujuk pada interaksi dan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap masyarakat sekitar serta pemangku kepentingan lainnya (Albab et al., 2023). Fokus dari aspek sosial adalah bagaimana bisnis dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi pemilik dan karyawan, tetapi juga

bagi masyarakat luas. Terdapat beberapa program CSR yang sudah diterapkan oleh industri AMDK untuk melakukan implementasi aspek sosial dalam praktik keberlanjutan bisnis.

## 2.1 Kerja sama dengan Instansi lain

Industri AMDK sudah menjalin kerja sama dengan instansi pemerintah dan lembaga pendidikan dalam penyediaan air minum. AMDK sarangan telah bekerja sama dengan Kampus UNESA yang berada di Kabupaten magetan sebagai suplai penyedia Air konsumsi di lingkungan kampus. AMDK sarangan juga melakukan praktik kerja maklon produk AMDK dengan merek senyum dan unesa yang dipesan oleh pihak ketiga.

Partisipasi dalam kegiatan sosial dan budaya lokal juga menjadi strategi penting dalam menjaga hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Perumda Yoiki merupakan perusahaan yang sering terlibat dalam kegiatan sosial dan budaya lokal. Partisipasi ini dilakukan dengan cara support kegiatan baik sebagai pihak *sponsorship* dan suplai air mineral. Kegiatan sosial yang sering diikuti oleh perumda yoiki adalah event olahraga, peringatan HUT instansi, dan acara lokal yang diadakan oleh pemerintah Kabupaten madiun. Hal ini dilakukan sebagai bentuk dukungan terhadap komunitas dan pengembangan sosial di lingkungan sekitar.

Kerja sama dengan instansi lain dalam konteks kepedulian sesama manusia seperti bantuan bencana alam juga menjadi fokus bagi perusahaan dalam upaya memenuhi tanggung jawab sosial mereka kepada masyarakat. Sebagai contoh, perumda yoiki mengirimkan bantuan berupa produk AMDK pada bencana banjir yang terjadi di kecamatan Balerejo kabupaten Madiun pada bulan Maret 2025.

## 2.2 Penyerapan tenaga kerja

Penyerapan tenaga kerja dari masyarakat merupakan tanggung jawab perusahaan dalam upaya praktik bisnis berkelanjutan. Sistem perekrutan tenaga kerja lokal pada perusahaan AMDK tidak

hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya, tetapi juga berkontribusi langsung terhadap pengembangan ekonomi masyarakat setempat. Penyerapan tenaga kerja lokal membantu mengurangi tingkat pengangguran di daerah sekitar pabrik atau fasilitas produksi.

Penyerapan tenaga kerja lokal berdampak positif terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Penyerapan tenaga lokal dilakukan untuk membangun hubungan baik antara perusahaan dan masyarakat sekitar. Keterlibatan masyarakat dengan perusahaan dapat memperkuat citra positif dan meningkatkan citra sosial perusahaan karena dianggap turut berperan dalam membangun daerah.

## 2.3 Dukungan pendidikan dan infrastruktur

Dukungan pendidikan merupakan salah satu tanggung jawab sosial yang harus dipenuhi dalam praktik bisnis berkelanjutan. Sebagai contoh, AMDK Sarangan melaksanakan program CSR di bidang sosial melalui pemberian beasiswa pendidikan. Saat ini terdapat enam anak di sekitar kantor pelayanan yang menerima beasiswa tersebut. Mereka tidak hanya dibebaskan dari pembayaran SPP tetapi juga mendapat bantuan untuk membeli seragam sekolah. Program ini menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap akses pendidikan masyarakat sekitar. Contoh Program CSR yang sudah dilakukan perusahaan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7 Pembangun fasilitas sosial

keterlibatan pihak perusahaan dalam pembuatan infrastruktur/fasilitas

umum merupakan strategi CSR yang sudah diterapkan. AMDK sarangan membuat masjid yang lokasinya berdekatan dengan tempat produksi mereka. Selain menjadi fasilitas karyawan, masjid ini juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan komitmen perusahaan dalam menciptakan nilai sosial yang bermanfaat secara langsung bagi lingkungan sekitar. Inisiatif ini juga turut membangun citra positif perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap kebutuhan sosial dan spiritual masyarakat.

### 3. Aspek lingkungan

Industri AMDK perlu memperhatikan aspek lingkungan untuk menjaga kualitas air sebagai bahan baku produksinya. Aspek keberlanjutan lingkungan dalam proses bisnis dapat ditunjukkan dengan program perusahaan untuk mengatasi isu lingkungan (Luqmania et al., 2022). Praktik kerja yang berkelanjutan dalam aspek lingkungan dapat diterapkan dengan mengurangi emisi karbon, pengelolaan limbah yang baik, dan mengadopsi praktik produksi yang ramah lingkungan. Penerapan strategi lingkungan akan mampu menjembatani kepentingan antara aspek lingkungan tanpa mengesampingkan aspek ekonomi dan sosial (Damas et al., 2021).

#### 3.1 Program peduli lingkungan

Program peduli lingkungan merupakan program yang dilakukan perusahaan untuk Sebagai langkah untuk menanggulangi isu sampah yang sedang terjadi. Perumda Yoiki telah melakukan kerja sama dengan dinas lingkungan hidup kabupaten madiun dalam kegiatan peduli sampah. Hal ini dapat ditunjukkan dalam Gambar 8. Pembuatan tempat donasi sampah juga akan memberikan nilai ekonomi yang berkelanjutan bagi para pemangku kepentingan



Gambar 8 Fasilitas peduli lingkungan

#### 3.2 Sistem operasional

Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dari segi operasional menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap kenyamanan masyarakat di sekitarnya. Proses produksi yang dirancang dengan cermat untuk menghindari gangguan seperti kebisingan dan pencemaran. Pelaksanaan sistem produksi dilakukan dengan memperhatikan keberlanjutan sumber daya air tanpa mengabaikan kebutuhan air masyarakat lokal.

Hasil pengolahan air baku yang tidak memenuhi kualifikasi untuk produk air minum akan dibuang ke sungai sekitar yang nantinya dijadikan sumber irigasi sawah oleh warga sekitar. Pada gambar 5 yang sebelumnya sudah dipaparkan bahwa pembangunan lokasi produksi yang jauh dari pemukiman warga dibuat agar kegiatan proses produksi tidak mengganggu warga sekitar.

## SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan penelitian ini adalah terdapat beberapa temuan terkait variabel-variabel yang mempengaruhi keberlanjutan bisnis. Aspek ekonomi dipengaruhi oleh strategi bisnis, sistem manajemen perusahaan, dan literasi keuangan. Aspek sosial dipengaruhi oleh etika bisnis dan program CSR perusahaan. Sementara aspek lingkungan dipengaruhi oleh kebijakan dan manajemen lingkungan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, para pelaku industri memaksimalkan peningkatan penjualan melalui strategi bauran pemasaran. Selain aspek ekonomi, mereka juga mulai memperhatikan aspek keberlanjutan sosial dan lingkungan untuk menambah nilai dan citra positif

perusahaan dalam penilaian masyarakat. Hal ini ditunjukkan dengan praktik bisnis keberlanjutan berupa kerja sama dengan berbagai instansi untuk membuat sarana umum yang memperhatikan isu lingkungan, dukungan infrastruktur bagi masyarakat, dan program beasiswa untuk menunjang pendidikan bagi masyarakat sekitar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap strategi pengembangan bisnis melalui analisis deskriptif secara berkelanjutan sehingga tidak merugikan lingkungan sekitar. Penelitian ini untuk kedepannya perlu ada pembuatan pengembangan model strategi bisnis yang mengusung konsep keberlanjutan. Hal ini dilakukan untuk memenuhi kepentingan perusahaan dan semua pemangku kepentingan lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, J. H. (2024). Implementasi Etika Bisnis dan Dampaknya bagi Keberlanjutan Bisnis pada Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 3639–3648.
- Adila, A. N., & Albari. (2022). Pengaruh Program CSR, Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Konsumen terhadap Perilaku Konsumen AQUA. *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(02), 261–275.
- Albab, A. U., Salsabila, S. N., & Anshori, M. I. (2023). Sustainable Business Excellence. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(4), 113–130.
- Amanda, A. T., & Rialdy, N. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Implementasi Standar Akuntansi Keuangan untuk Entitas Mikro, Kecil dan Menengah serta Dampaknya terhadap Keberlanjutan Usaha pada UMKM Kota Dumai. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 1812–1829.
- Arsana, I. G. N. K., Yekti, M. I., & Astiti, S. P. C. (2024). Keberlanjutan Pengelolaan Penyediaan Air Minum Perdesaan dan Implikasinya terhadap Ketahanan Lingkungan Wilayah ( Studi di Kabupaten Buleleng , Provinsi Bali ). *Jurnal Ketahanan Sosial*, 30(1), 66–85.
- Aulia, D. D. (2025). *Asparminas Optimistis Industri AMDK Bisa Tumbuh 10% di 2025*. Detik.Com. [https://finance.detik.com/industri/d-7723133/asparminas-optimistis-industri-](https://finance.detik.com/industri/d-7723133/asparminas-optimistis-industri-amdk-bisa-tumbuh-10-di-2025)
- amdk-bisa-tumbuh-10-di-2025
- Aulia, R., & Dewi, S. (2024). Peran Usaha Air Minum Isi Ulang dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Kota Padang Panjang ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(4), 208–221.
- Basuki, N. (2023). Artikel Mengoptimalkan Modal Manusia: Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia yang Efektif untuk Pertumbuhan Organisasi yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 182–192.
- BPS Jatim. (2025). Pertumbuhan Ekonomi Jawa Timur Triwulan IV-2024. In *BPS Jatim*.
- Bukran, & Ramdani, R. (2024). Pengaruh Kebijakan Ekonomi Hijau Terhadap Inovasi Bisnis Berkelanjutan di Sektor Manufaktur. *Economist: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 35–42.
- Damas, D., Maghviroh, R. EL, & Meidiyah, M. (2021). Pengaruh Eco-Efficiency, Green Inovation dan Carbon Emission Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan sebagai Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 8(2), 85–108. <https://doi.org/10.25105/jmat.v8i2.9742>
- Farizal, A., & Fitralisma, G. (2021). Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix) pada Telor Asin UD. Ratu Sari. *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 10–18.
- Fitri, & Halik, R. A. F. (2023). Peran Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 556–563.
- Haidir, M., Farkha, F., & Mulhayatiah, D. (2021). Analisis Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Video pada Pembelajaran Fisika. *JPF (Jurnal Pendidikan Fisika) FKIP UM Metro*, 9(1), 81–89.
- Herlambang, B., Kusuma, Y. A., & Khoiri, H. A. (2024). Analisis Deskriptif terhadap Strategi Peningkatan Bisnis Peternakan Ayam Petelur. *TALENTA Conference Series: Energy and Engineering R*, 7(1), 383–388.
- Istinasari, C., Ngago, E. G., & Aprillianti, D. (2021). Penerapan Laporan Keuangan Berbasis SAK EMKM sebagai Sistem Pengembangan Kinerja Keuangan (Studi

- Kasus UMKM Fedcacare). *Media Mahardhika*, 19(3), 599–607.
- Izzah, A. (2024). Strategi Pemasaran Air Minum dalam Kemasan pada Agen PT. Izauranet Berkah Mandiri. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 2(2), 61–82.
- Komarudin, M. F. (2024). Implementasi Sistem Akuntansi Manajemen Lingkungan untuk Keberlanjutan Bisnis pada Perusahaan Manufaktur di Kabupaten Serang. *Jurnal Akuntansi Dsan Bisnis Indoensia*, 5(1), 1–12.
- Kusuma, Y. A. (2024). Framework Pengembangan Konsep Corporate Farming untuk Meningkatkan Produktivitas Tebu di Wilayah Kabupaten Madiun. *Indonesian Sugar Research Journal*, 4(2), 56–67.
- Luqmania, D., Sunani, A., Septiani, A., Dwi Riyanto, F. A., Santoso, M. B., & Raharjo, S. T. (2022). MAS KLIMIS (Masyarakat Peduli Iklim yang Harmonis) Kendaraan PT PJB UP Gresik dalam Mewujudkan Tujuan Sustainable Development Goals (SDGs). *Share: Social Work Journal*, 12(1), 45.
- Maharani Pristi, K., & Bandiyono, A. (2024). Tren dan Pola dalam Adopsi Standar Pelaporan Global Reporting Initiative (GRI) Oleh Perusahaan BUMN di Indonesia : Scoping Review. *Indonesian Accounting Research Journal*, 4(3), 305–318.
- Maulana, M. I., & Suyono, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Keberlanjutan Bisnis Pelaku UMKM Berbasis Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 4256–4271.
- Meliyanti, D. putri, & Gunawan, A. (2020). Strategi Pengelolaan SDM dalam Peningkatan Kinerja Perusahaan Berkelanjutan di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(1), 390–395.
- Nala, A. A., Harianto, H., & Nurhayati, P. (2023). Integration of Triple Bottom Line In Supplier Selection Process (Case Study at Indonesia Bottled Water Company). *Business Review and Case Studies*, 4(3), 290–302.
- Nugraheni, A., & Toni, A. (2022). Peran Public Relation Dalam CSR “Program Wash” Pt Aqua Danone Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 106–120.
- Raia, A. A., Damis, H., Taufan, R. R., & Bahari, A. F. (2022). Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Volume Penjualan Air Minum Kemasan. *Center of Economic Students Journal*, 5(3), 280–290.
- Rumini, D. A., & Martadian, A. A. M. (2020). Peran Literasi Keuangan sebagai Prediktor Kinerja dan Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Badung. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 53–62.
- Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2021). Analisa Kebijakan Pemberlakuan PPKM pada Masa Pandemi Covid 19 terhadap Industri Skala Kecil dan Menengah Makanan dan Minuman. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 23(2), 97–107.
- Sari, S. (2024). Faktor yang Berpengaruh terhadap Kinerja Usaha di UMKM Kota Depok. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 12(1), 151–162.
- Simangunsong, S. R. (2024). Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia dan Inflasi terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Surabaya pada tahun 2014-2018. *Senashtek 2024*, 383–389.
- Solikhah, I. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas dan Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2015-2017). *Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(2), 1–13.
- Sukmawati, W., Machfud, Suparno, O., & Hermawan, A. (2020). Keberlanjutan Rantai Pasok Industri Kecil dan Menengah (IKM) Alas Kaki di Kabupaten dan Kota Bogor. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(1), 43–52.
- Waliyanti, N. I., Jusni, & Diansari, P. (2022). Analisis Keberlanjutan Usaha Sayuran Hidroponik pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Makassar ( Studi Kasus di Green Top Farm ). *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1298–1307.
- Yolanda, F. (2025). *Tahun 2025, Asparminas Optimistis Industri AMDK Tumbuh 10 Persen*. Republika.Co.Id. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/sprd/96370/tahun-2025-asparminas-optimistis-industri-amdk-tumbuh-10-persen>
- Yunarti, N. (2021). Analisa Kesulitan dalam Pembelajaran IPA pada Siswa SMP Negeri 1 Rambang. *Educatio*, 7(4), 1745–1749.