**INTRODUCTION**

**OPENER**

Perumpamaan : "Bayangkan jika setiap tetes air yang kita minum adalah investasi untuk masa depan yang lebih sehat dan lebih baik. Inilah yang selalu AQUA upayakan, memberikan bukan hanya air, tetapi juga kualitas hidup."

**TOPIC**

Assalamualaikum Wr Wb, dalam kurang lebih 5 menit kedepan saya Dodi Prayoga akan membahas salah satu brand Air Mineral Dalam Kemasan yaitu AQUA.

**AGENDA**

Dalam pembahasan Air Mineral Dalam Kemasan Brand AQUA, saya akan menyampaikan 3 point utama yaitu

* 7 Merek Air Mineral Dalam Kemasan Botol Favorit Masyarakat Indonesia 2023.
* Brand Air Mineral Dalam Kemasan Favorit Orang Indonesia Saat Berbuka Puasa 2024
* Kasus Sampah Plastik AQUA Menempati Urutan Pertama Pencemaran Sungai di RI

**BODY (1 masalah 1 solusi)**

**(Pada Pemabahasan pertama yaitu)**

Poin Utama 1 : “7 Merek Air Mineral dalam Botol Favorit Masyarakat Indonesia 2023.”

Baik Bapak dan Ibu, Kini

Aqua berhasil meraih posisi sebagai merek air mineral paling disukai di Indonesia. Hal ini menunjukkan dominasi dan kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap AQUA.

Keberhasilan AQUA sebagai merek yang paling disukai didorong oleh kualitas produknya yang konsisten dan kemampuan merek untuk memenuhi harapan konsumen terhadap air mineral.

“Setiap tetes air AQUA bukan sekadar memuaskan dahaga fisik, tetapi juga menghadirkan kelegaan dan kepercayaan bahwa mereka memilih yang terbaik untuk kesehatan dan kualitas hidup mereka.”

Berdasarkan sumber data yang saya dapatkan melalui GoodStats, dari survei JakPat pada September 2022 dengan melibatkan 1.434 responden, dari data yang dihasilkan.

Aqua menjadi merek air mineral paling disukai di Indonesia dengan persentase 74,6%.

Diikuti Posisi kedua yaitu Le Minerale dengan persentase 62,1%.

Dan posisi berikutnya, terdapat berbagai 5 merek air mineral dalam kemasan lainnya dengan persentase yang sudah dicantumkan melalui survey JakPat.

Data tersebut mencerminkan pentingnya merek dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Preferensi terhadap merek air mineral tidak hanya mencerminkan kualitas dan citra merek, tetapi juga dapat mempengaruhi kesetiaan konsumen dan keputusan pembelian mereka

SOLUSI

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen AQUA dari pesaingan yang ketat dari merek-merek air meneral dalam kemasan (AMDK) lainnya.

Dengan dapat melalui campaign yang Membangun Kesadaran dan Kepercayaan, yang memberikan kesadaran pada konsumen bahwa AQUA sudah terpercaya selama lebih dari 50 tahun dan sumber air mineral yang alami dari pegunungan pilihan asli Indoensia tanpa zat tambahan apapun.

**(Sekarang kita masuk pada pembahasan ke 2 yaitu)**

**“**Brand air mineral dalam kemasan favorit orang Indonesia saat berbuka puasa 2024.”

Baik Bapak dan Ibu,

Air mineral memang kerap kali jadi pilihan utama minuman yang diteguk saat berbuka puasa setelah menahan dahaga seharian. Dengan mudah didapatkan, terjangkau, dan melegakan dahaga, tak heran bila air mineral jadi minuman paling sering dicari dan dikonsumsi bagi mereka yang menjalankan ibadah puasa.

Umumnya, air mineral yang dijual di Indonesia sudah dikemas dalam botol plastik dan berbentuk air minum dalam kemasan (AMDK), sehingga lebih praktis.

“Berbuka dengan air mineral dalam kemasan begitu mendalam. Sejuknya air menyegarkan tenggorokan setelah seharian menahan dahaga, seperti kemenangan atas diri sendiri. Ini bukan hanya minuman, tapi juga penyejuk jiwa yang mengingatkan akan syukur atas nikmat berbuka di akhir hari.”

Berdasarkan sumber data yang saya dapatkan melalui GoodStats, dengan metodologi survey online menggunakan platform tSurvei terhadap 1.000 respoden yang tersebar di 38 provinsi Indonesia.

Data yang di hasilnya, menyatakan bahwa Le Minerale paling banyak dipilih dengan persentase 46,5%, produk air mineral yang terkenal dengan slogan “ada manis-manisnya” me-ngungguli sejumlah *brand*air mineral kawakan lain yang dipasarkan di Indonesia.

Diikuti dengan posisi ke 2 yang diisi oleh AQUA dengan persentase 30,9%.

Berikunya posisi 3 dan selanjutnya diikuti oleh beragam produk lainnya dengan persentase yang sudah tercamtumkan berdasarkan suvey dari GoodStats.

Data survei ini menunjukkan bahwa Le Minerale menjadi pilihan utama bagi banyak orang Indonesia saat berbuka puasa. Hal ini menggambarkan betapa besar pengaruh slogan mereka, "ada manis-manisnya", dalam mempengaruhi preferensi konsumen.

SOLUSI

Data yang bersumber dari GoodStats melalui metodologi survey online, AQUA menempati peringkat ke 2. Maka AQUA perlu merencana suatu campaign yang dapat menaikan Brand Image.

Dapat melalui rencana campaign yang Mengukuhkan Citra Merek dan Kepercayaan Konsumen, dengan menyampaikan pesan utama dari citra merek yang memenuhi standar keamanan sehingga aman dikonsumsi dan mineralnya murni dari alam.

**(Dan pembahasan ke 3 yaitu)**

**“**Sampah Plastik AQUA Menempati Urutan Pertama Pencemaran Sungai di RI.”

Baik Bapak dan Ibu,

Dikethaui bahwa sampah botol Aqua menempati urutan pertama dalam memberikan kontribusi pencemaran sampah plastik terbesar di sejumlah sungai di Indonesia sepanjang tahun 2023. Menyatakan bahwa produsen air mineral milik Danone Indonesia ini sudah tiga kali berturut-turut menjadi penyumbang sampah plastik nomor satu di Indonesia atau sejak 2021, 2022 dan 2023.

Banyak faktor yang membuat sampah plastik terus meningkat jumlahnya, Salah satunya faktor geografis juga berperan dalam tingginya pencemaran plastik disungai.

"Bayangkan jika, setiap hari air sungai yang dulu jernih kini tercemar oleh tumpukan sampah plastik, mengalirkan kesedihan bagi ribuan makhluk hidup yang kehilangan rumah mereka, sementara suara tangis alam terabaikan oleh hiruk-pikuk keserakahan manusia."

Berdasarkan sumber data yang saya dapatkan yang di kutip oleh Suara.com, data yang bersumber dari komunitas nirlaba Sungai Watch pada 2024. Dalam audit lingkungan Sungai Watch, mengambil sampel sebanyak 537,189 sampah plastik di sungai wilayah Jawa Timur dan Bali. Hasilnya Aqua menempati nomor satu sebagai penyumbang pencemaran sampah plastik terbesar dengan 39.118 keping sampah.

Menyatakan bahwa "Produk nomor satu yang kami temukan di sungai-sungai Indonesia adalah botol Aqua sekali pakai dan botol PET mereka," sebut temuan mereka dikutip Rabu (22/5/2024).”

Selain Aqua, terdapat lima perusahan besar ikut masuk dalam daftar sebagai penyumbang pencemaran sampah plastik.

SOLUSI

Dalam kasus yang menyatakan bahwa AQUA menjadi salah satu penyumbang pencemaran sampah plastik disungai, AQUA mengambil tindakan dengan sebuah INOVASI Botol Daur Ulang yaitu produk AQUA LIFE yang 100% plastik daur ulang dan 100% dapat didaur ulang. AQUA LIFE hadir sebagai aksi bentuk nyata komitmen #BijakBerplastik AQUA untuk Indonesia yang lebih bersih.

**CONCLUSION**

**Review Of Main Point (Baik Bapak dan Ibu)**

Dari ke 3 pembahasan yang saya sudah sampaikan, AQUA menjadi merek air mineral paling disukai di Indonesia, namun menghadapi persaingan dari Le Minerale saat berbuka puasa, dan berusaha mengatasi masalah pencemaran plastik dengan inovasi daur ulang.

Meskipun AQUA telah berhasil mempertahankan dominasinya sebagai merek air mineral favorit di Indonesia berkat kualitas dan kepercayaan konsumen, persaingan dari Le Minerale selama bulan Ramadan menunjukkan pentingnya strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, tantangan besar terkait pencemaran sampah plastik di sungai mendorong AQUA untuk berinovasi dengan produk daur ulang guna memperbaiki citra dan tanggung jawab lingkungan mereka.

Closing (Kutipan, Janji/Ajakan, Pantun)

Sebelum saya mengakhiri presentasi saya, saya ingin memberikan suatu pantun kepada bapak dan ibu,

Hujan turun di sore yang tenang,

Udara sejuk, hati bahagia.

Air minum bersih jadi penenang,

Nikmatnya terasa, manfaatnya nyata.

Terima Kasih, Wasalamualaikum Wr Wb.