

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada saat ini cukup berkembang, hal ini dapat terlihat dari berdirinya perusahaan-perusahaan baru dan semakin berkembangnya perusahaan-perusahaan yang telah ada. Pertumbuhan ini tidak bisa lepas dari pengaruh Amerika Serikat, Jepang, dan terutama negara Cina yang saat ini sedang meroket sebagai kandidat negara *super power* baru dengan kekuatan ekonominya (Wijaya Adi, 2003: 3) Saat ini, Indonesia baru bisa dibandingkan dengan Negara-negara ASEAN yang sedang berkembang, seperti Vietnam dan Myanmar.

Perekonomian Indonesia tahun 2004 mengalami pertumbuhan sebesar 4,10 persen dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan paling pesat terjadi pada sektor industri pengolahan (BPS; 2004), hal ini membuktikan bahwa perindustrian di Indonesia sedang dalam proses menuju suatu perubahan besar yaitu membangkitkan kembali perekonomian secara global.

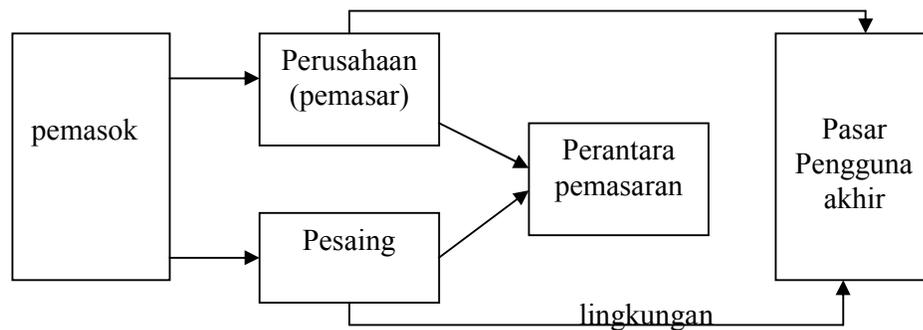
Pada khususnya laju pertumbuhan ini akan mempengaruhi industri baik yang baru muncul ataupun yang sudah lama berdiri. Banyak masalah dan hambatan yang menjadi kesulitan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya terutama dalam hal penyampaian barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen.

Maka dari itu perusahaan memerlukan aktivitas yang dapat menjamin kelancaran proses penyampaian barang dan jasa tersebut. Aktivitas inilah yang dikenal dalam

pemasaran dengan *saluran distribusi*. Dengan adanya aktivitas tersebut produk yang dihasilkan dapat sampai ke tangan konsumen, dalam dunia perdagangan hubungan tersebut sangatlah penting dimana kedua belah pihak akan saling membutuhkan. Gambar 1.1 berikut ini menunjukkan pola sistem pemasaran dengan saluran distribusi (perantara).

Gambar 1.1

Sistem Pemasaran Modern



Sumber: Kotler & Armstrong (2001:17)

Unsur-unsur dalam saluran distribusi ini terdiri dari produsen/distributor, perantara, dan konsumen. Sedangkan aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan adalah faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi, meneliti saluran yang ada, dan evaluasi terhadap saluran yang digunakan.

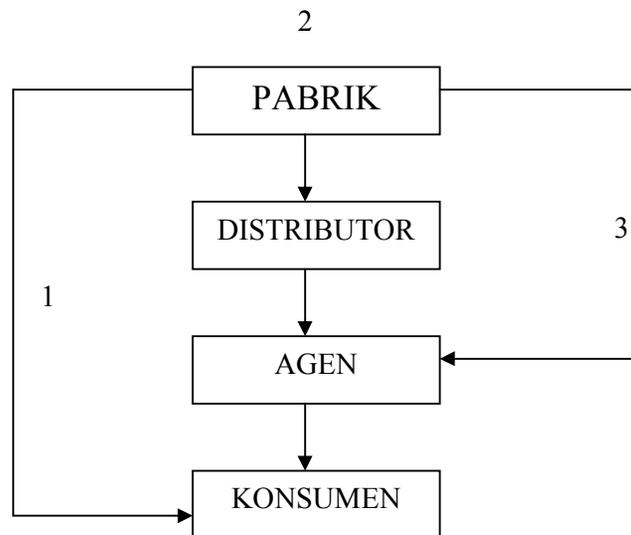
Pada kondisi dimana perusahaan mampu memproduksi barang dalam jumlah yang melebihi permintaan, pelayanan yang cepat dan tepat didukung persediaan yang cukup merupakan hasil kerja dari pelaksanaan distribusi. Pemilihan saluran distribusi yang tepat berpengaruh pada pembeli dan calon

pembeli sehingga mereka merasa mudah dan senang melakukan pembelian dan ini merupakan hal yang menentukan keberhasilan perusahaan.

Masing-masing perusahaan mempunyai pilihan saluran distribusi sendiri untuk menyalurkan produk mereka ke pasar. Dalam hal ini Pabrik Sari-Sari yang bergerak sebagai penghasil kerupuk mentah harus memperhatikan pemilihan saluran distribusi yang tepat bagi usahanya.

Dalam penyampaian produk ke tangan konsumen Pabrik Sari-Sari menggunakan sistem saluran distribusi yang dapat dilihat dalam gambar 1.2 dibawah ini:

Gambar 1.2
Sistem saluran distribusi
Pabrik kerupuk Sari-Sari



Sumber: Data Manajemen Pabrik Sari-Sari, 2005

Keterangan:

1. Pabrik Sari-Sari langsung mendistribusikan ke konsumen akhir (jika tidak ada distributor atau agen di daerah/wilayah tersebut)
2. Pabrik Sari-sari mendistribusikan secara tidak langsung, melalui distributor kemudian disalurkan lagi ke agen dan langsung ke konsumen akhir
3. Pabrik Sari-sari mendistribusikan secara tidak langsung melalui agen (jika tidak ada distributor di daerah/wilayah tersebut)

Pabrik kerupuk Sari-Sari merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan ringan. Perusahaan ini memproduksi kerupuk mentah siap goreng diantaranya kerupuk ikan, kerupuk bawang, kerupuk udang, kerupuk terasi dan kerupuk mambo sebagai andalannya. Hingga saat ini wilayah pemasarannya meliputi: Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Banjar, Sumedang dan Cirebon.

Dengan penanganan distribusi yang baik, diharapkan dapat memperlancar penjualan dan penyaluran produknya ke tangan konsumen. Begitu juga dengan menjalankan distribusi fisik yang profesional maka diharapkan akan dapat menunjang perusahaan ini dalam meningkatkan volume penjualannya.

Berdasarkan pertimbangan dan uraian diatas maka penulis meguraikannya dalam “Analisis Peranan Biaya Distribusi Fisik dalam meningkatkan Volume Penjualan Kerupuk di Pabrik Sari-Sari, Garut”

I.2 Identifikasi Masalah

Kelangsungan hidup perusahaan dan minat beli pelanggan, serta peningkatan volume penjualan dipengaruhi oleh keputusan mengenai suatu kebijakan distribusi fisik yang baik dan tepat. Dengan adanya koordinasi yang baik, diharapkan dapat memperlancar kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan sehingga hasil penjualannya meningkat.

Oleh karena itu permasalahan yang akan dibahas adalah sbb:

1. Bagaimana pelaksanaan distribusi fisik pada Pabrik Sari-Sari dari tahun 2000 - 2004 ?
2. Bagaimana usaha-usaha yang dilakukan Pabrik Sari-Sari dalam meningkatkan volume penjualan dari tahun 2000 - 2004 ?
3. Bagaimana peranan biaya distribusi fisik mempengaruhi volume penjualan perusahaan dari tahun 2000 - 2004 ?

I.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menghimpun data yang diperlukan dalam menjelaskan masalah yang ada dan mendukung pemecahan masalah yang telah dikemukakan diatas.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan distribusi fisik di Pabrik Sari- sari dari tahun 2000-2004.
2. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan Pabrik Sari-Sari dalam meningkatkan volume penjualan dari tahun 2000-2004.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana peranan biaya distribusi fisik terhadap peningkatan volume penjualan dari tahun 2000-2004.

I.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini, maka diharapkan akan memperoleh data dan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam menentukan kebijakan distribusi fisik. Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

- Kegunaan secara teoritis:

Untuk menambah pengetahuan dan bahan informasi tambahan dalam pengembangan disiplin ilmu ekonomi yaitu manajemen pemasaran pada umumnya dan khususnya mengenai distribusi fisik dengan kenyataan yang terjadi pada perusahaan.

- Kegunaan secara praktis:

Memberikan masukan bagi perusahaan untuk mengevaluasi pelaksanaan distribusi fisik yang selama ini telah dijalankan perusahaan dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Pabrik Sari- Sari sebagai bahan pertimbangan dalam menyempurnakan pelaksanaan kegiatan distribusi fisik untuk meningkatkan volume penjualannya.

I.5 Kerangka Pemikiran

Setiap perusahaan ingin dapat menyalurkan hasil produksinya dengan lancar, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan aktivitas-aktivitas dalam

pemasaran produknya, terutama saluran distribusinya. Saluran distribusi merupakan salah satu komponen dalam bauran pemasaran.

Distribusi barang dibedakan antara saluran untuk memindahkan kepemilikan barang (saluran distribusi) dan saluran untuk memindahkan barang secara fisik (distribusi fisik). Pada kondisi dimana perusahaan mampu memproduksi barang dalam jumlah yang melebihi permintaan sebagai suatu persediaan, pemrosesan pesanan dengan cepat dan tepat dan memiliki lokasi yang strategis serta maka perusahaan telah mampu memenuhi komponen sistem distribusi fisik. Jadi distribusi fisik adalah arus barang-barang, sedangkan manajemen distribusi fisik adalah kerja membangun dan mengoperasikan sistem arus barang yang efisien (Stanton 1991: 102). Di sini kita akan membahas segi konsep manajemen distribusi fisik yang meliputi:

1. Pendekatan biaya menyeluruh

Melalui pendekatan ini perusahaan harus meninjau distribusi fisik sebagai proses menyeluruh (*total proses*) dan atas dasar inilah biaya-biayanya harus ditelaah.

2. Optimisasi pertukaran biaya

Dalam hal ini perusahaan harus berusaha memperoleh keseimbangan optimal antara biaya menyeluruh dan pelayanan pelanggan, artinya bukan hanya meminimalkan biaya tapi juga memberikan pelayanan pelanggan.

Lebih jauh menurut Kotler dan Armstrong (2001: 34) distribusi fisik (logistik pemasaran) adalah tugas yang digunakan dalam perencanaan, penerapan dan pengontrolan aliran fisik material, barang jadi dan informasi terkait dari titik

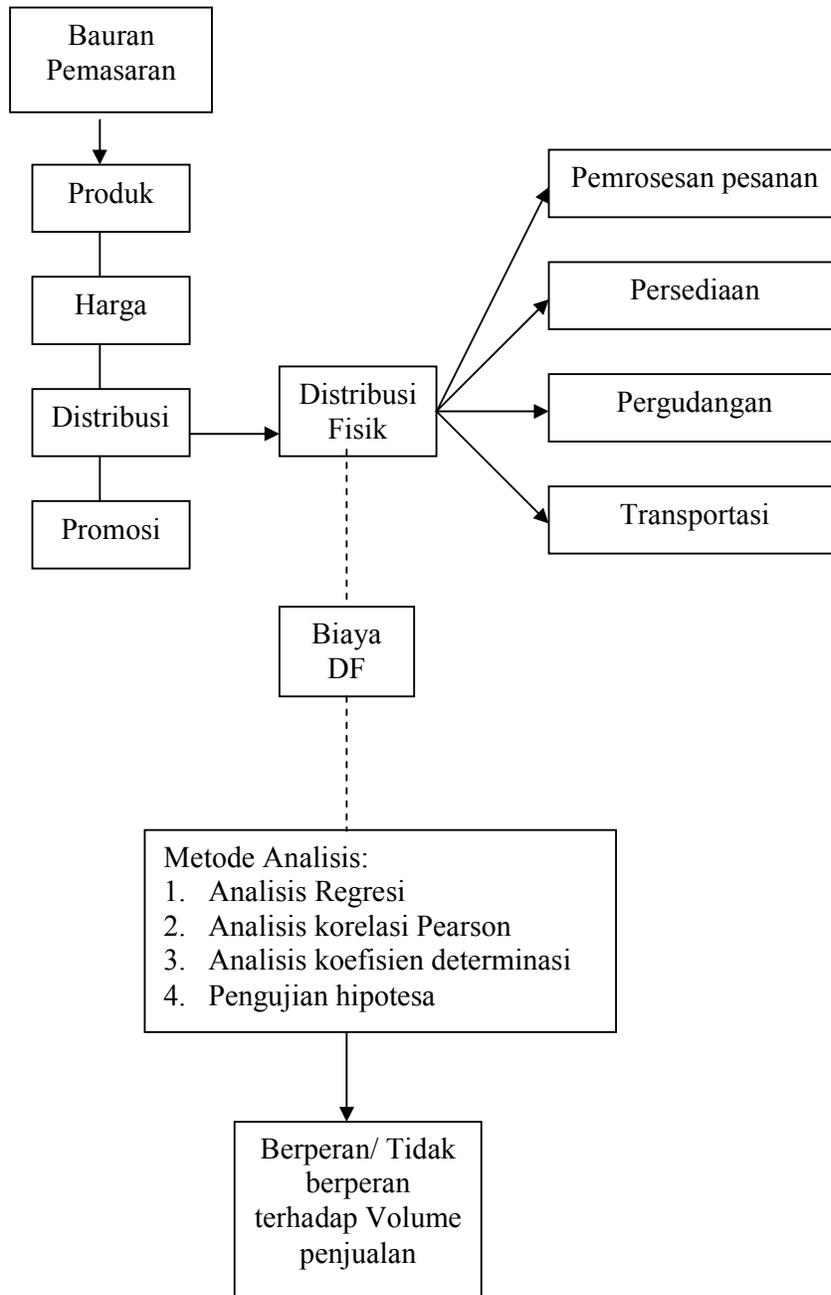
awal hingga titik konsumsi, untuk memenuhi persyaratan pelanggan namun dengan kondisi keuangan tetap ber laba.

Adapun aktivitas-aktivitas utama distribusi fisik adalah:

1. Pemrosesan Pesanan
2. Pergudangan
3. Pengendalian Persediaan
4. Transportasi

Biaya- biaya akibat aktivitas distribusi fisik tersebut ini akan dianalisis dengan metode tertentu dan akan diketahui apakah berperan terhadap peningkatan volume penjualan di pabrik tersebut atau tidak.

Gambar 1.3
Kerangka Pemikiran



I.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Biaya distribusi fisik tidak berperan terhadap peningkatan volume penjualan.

Ha : Biaya distribusi fisik berperan terhadap peningkatan volume penjualan.

I.7 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan pola pikir yang menunjukkan hubungan antar variabel yang akan diteliti (Sugiono 2000: 5).

Dari teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2001: 34) tentang fungsi-fungsi utama distribusi fisik, maka penulis akan meneliti keempat aktivitas utama distribusi fisik tersebut pada Pabrik Sari-sari. Keempat aktivitas tersebut akan digambarkan melalui skema paradigma :

Tabel 1.1

Paradigma Penelitian

