

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **1.1. Latar Belakang Penelitian**

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia dewasa ini menyebabkan persaingan dunia usaha yang cukup ketat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan harus berupaya mempertahankan usahanya sehingga lebih kompetitif.

Dalam menghadapi persaingan tersebut, perusahaan berupaya untuk mempertahankan usahanya dengan mengevaluasi segala kekurangan dan mengadakan langkah – langkah perbaikan. Banyak perusahaan yang walaupun didukung oleh modal yang besar tetapi tidak dapat mencapai tujuan yang diharapkan karena ketidakmampuan manajemen perusahaan dalam mengelola dan melaksanakan fungsi manajemen dengan baik. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan efisiensi dalam semua kegiatan usahanya.

Keberhasilan suatu industri banyak tergantung dari keberhasilan pemasaran industri tersebut, supaya perusahaan dapat berhasil dalam usahanya. Perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa yang dihasilkan dan konsumen mempunyai kemampuan untuk membeli dengan harga yang dapat diterima oleh perusahaan. Hampir semua perusahaan di bidang industri harus mengembangkan sistem pemasaran yang tepat dan terpadu yaitu dengan merancang seluruh bagian yang ada untuk melayani dan menjaga kedekatan dengan konsumennya.

Menurut Menperindag, selama ini Indonesia telah mampu mengekspor produk plastik Indonesia ke mancanegara dengan nilai tidak kurang dari US\$ 5 miliar per tahun. Namun Menperindag mengakui bahwa selama ini ekspor produk plastik Indonesia tersebut masih lebih banyak didominasi oleh produk plastik berkualitas menengah kebawah yang diproduksi oleh industri plastik di Indonesia. Sementara itu, persaingan di pasar produk plastik kualitas menengah kebawah kini sudah sangat ketat dengan membanjirnya produk dari China, India, Vietnam dan lain – lain. Salah satu perusahaan di Indonesia yang berusaha menghadapi persaingan tersebut adalah PT. Priangan Jaya. PT. Priangan Jaya adalah perusahaan yang bergerak dalam industri plastik. Plastik yang dihasilkan adalah produk – produk seperti sendok, garpu, gelas, ember, dan sebagainya, yang terbuat dari bahan plastik dengan ukuran yang bermacam – macam. Produk plastik ini diproduksi dengan menggunakan mesin cetak *poly-propelen* serta *poly-ethelent*. Hasil produksi yang akan dipasarkan menjadi tanggungjawab Kepala Bagian Pemasaran. Pemasaran produk dilakukan dengan menawarkan produk kepada perusahaan – perusahaan sampai dengan toko – toko eceran maupun grosir. Perusahaan memiliki pelanggan tetap yang melakukan pembelian produk secara periodik. Wilayah pemasaran masih meliputi daerah kota Bandung dan sekitarnya,

Saluran distribusi memiliki peranan yang sangat besar dalam memasarkan dan menyebarkan produk perusahaan, oleh karenanya harus dirancang sebaik mungkin agar dapat meningkatkan volume penjualan produk perusahaan. Untuk memperoleh laba yang besar maka perlu dipertimbangkan pemilihan dan jumlah perantara yang tepat, serta pengelolaan yang baik, oleh karena itu perlu dilakukan

penelitian secara lebih mendalam mengenai peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan produk perusahaan dan melihat masalah yang timbul dalam pengelolaannya serta mencari pemecahannya pada PT. Priangan Jaya. Dengan mempertimbangkan hal – hal tersebut di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Priangan Jaya di Bandung”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka penulis merasa perlu membatasi permasalahan, karena secara umum permasalahan sistem saluran distribusi sangat kompleks. Perubahan hanya pada materi yang erat kaitannya dengan saluran distribusi, antara lain:

- 1 Kebijakan – kebijakan apa saja yang berhubungan dengan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Priangan Jaya?
- 2 Faktor apa yang menghambat dan menunjang pada pengelolaan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Priangan Jaya?
- 3 Bagaimana pengaruh saluran disribusi pada PT. Priangan Jaya terhadap peningkatan volume penjualan produknya?

## **1.3. Maksud dan Tujuan penelitian**

Maksud penelitian ini adalah memperoleh data yang berkaitan dengan analisis terhadap saluran distribusi serta dampaknya terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Priangan Jaya.

Adapun tujuan – tujuan yang hendak dicapai dengan adanya penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui kebijakan - kebijakan mengenai saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Priangan Jaya.
2. Untuk mencari jawaban dari berbagai masalah yang menghambat dan menunjang yang terjadi pada PT. Priangan Jaya yang berkaitan dengan saluran distribusi.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan produk PT. Priangan Jaya.

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan maksud dan tujuan penelitian. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Perusahaan yang bersangkutan, yaitu sebagai suatu masukan yang diharapkan dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan mengenai saluran distribusi yang ada, serta berguna bagi pengembangan pelaksanaan saluran distribusi di masa yang akan datang.
2. Pembaca dan terutama rekan – rekan mahasiswa dan peneliti yang berminat pada bidang pemasaran, sebagai sumbangan pikiran khususnya mengenai saluran distribusi.

### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Proses pertukaran ini mengandung aktivitas – aktivitas penjualan. Dalam hal ini mencari pembeli dan mengenali kebutuhan pembeli merupakan langkah awal untuk mengetahui produk yang akan diproduksi. Merancang produk, mengembangkan produk, menetapkan harga, mempromosikan produk, dan mendistribusikan produk merupakan variabel yang mempengaruhi permintaan yang dapat dikendalikan oleh fungsi pemasaran dan biasa disebut bauran pemasaran.

Saluran distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang saling tergantung dalam menyediakan satu produk atau jasa untuk digunakan oleh konsumen. Dalam penyusunan program pemasaran, yang termasuk komponen distribusi ini meliputi perantara yang akan digunakan dalam saluran distribusi dan mengembangkan sistem penyaluran barang, agar produk yang akan di pasarkan sampai tepat pada waktunya dan juga tepat sasaran.

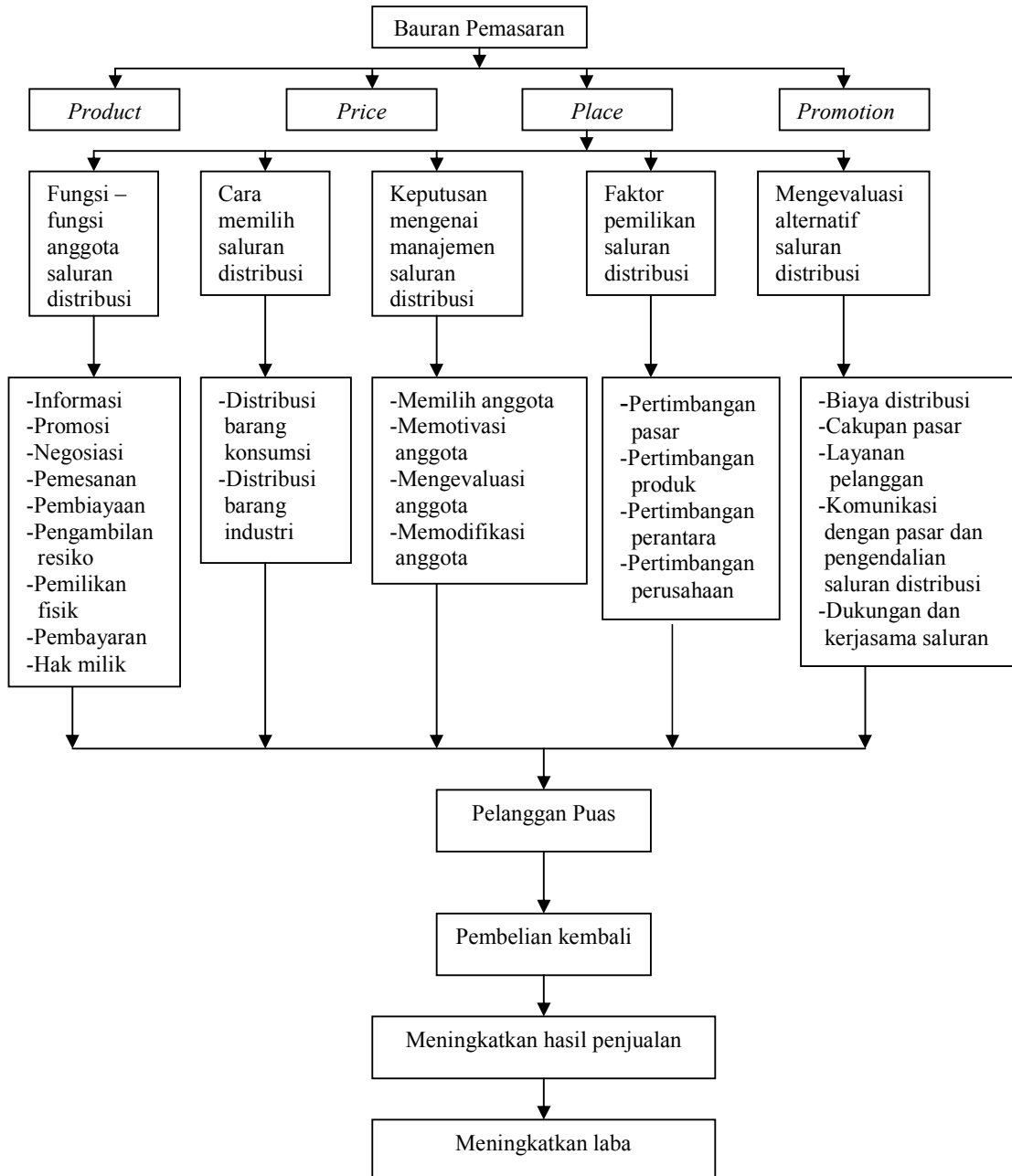
Pada kondisi dimana perusahaan mampu memproduksi barang dalam jumlah yang melebihi permintaan pada suatu lokasi, pelayanan yang cepat dan tepat karena ditunjang oleh persediaan yang cukup merupakan hasil kerja dari saluran distribusi.

Dalam pendistribusian barang diperlukan suatu saluran distribusi yang baik, sehingga pembeli dan calon pembeli merasa mudah dan senang melakukan pembelian. Pemilihan saluran distribusi merupakan salah satu hal penting yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan.

PT. Priangan Jaya didalam usahanya menyampaikan produk yang dihasilkan agar dapat sampai kepada konsumen akhir juga membutuhkan saluran distribusi tertentu. Agar saluran distribusi tersebut dapat bekerja secara tepat maka haruslah direncanakan secara tepat pula.

Gambar 1.1

Kerangka pemikiran



Penjelasan gambar 1.1:

Pada gambar 1.1 terlihat bahwa tempat (*place*) memiliki beberapa bagian yaitu fungsi – fungsi anggota saluran distribusi, cara memilih saluran distribusi, keputusan mengenai manajemen saluran distribusi, faktor pemilikan saluran distribusi, dan mengevaluasi alternatif saluran distribusi.

Fungsi – fungsi anggota saluran distribusi terdiri dari informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan resiko, pemilikan fisik, pembayaran dan hak milik. Cara memilih saluran distribusi dibagi menjadi 2 bagian yaitu distribusi untuk barang konsumsi dan distribusi untuk barang industri. Keputusan mengenai manajemen saluran distribusi terdiri dari memilih anggota, memotivasi anggota, mengevaluasi anggota dan memodifikasi anggota. Faktor pemilikan saluran distribusi terdiri dari pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan perantara, dan pertimbangan perusahaan. Mengevaluasi alternatif saluran distribusi terdiri dari biaya distribusi, cakupan pasar, layanan pelanggan, komunikasi dengan pasar, pengendalian saluran distribusi, dukungan dan kerjasama. Tujuan awal dari semua hal diatas adalah untuk membuat konsumen puas, konsumen puas karena produk yang mereka butuhkan, tersedia pada saat mereka memerlukannya. Ketersediaan produk dipasaran dikarenakan saluran distribusi yang baik. Setelah pelanggan puas, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk.

Keseluruhan bagian tersebut diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan