

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada saat ini baik dunia usaha maupun dunia teknologi sedang memasuki era baru yang dikenal sebagai era globalisasi, perkembangan dunia usaha maupun dunia teknologi ini semakin kompleks yang ditandai dengan pertumbuhan penduduk yang semakin pesat. Perkembangan dunia usaha dan dunia teknologi yang sangat pesat membuat persaingan semakin tajam. Dengan adanya perkembangan ini pemerintah membuat kebijakan yaitu menaikkan bahan bakar minyak yang pada akhirnya mempengaruhi semua sektor perindustrian. Hal ini secara tidak langsung akan berpengaruh pada kondisi perekonomian Indonesia sehingga menuntut untuk meningkatkan daya saing dari produk-produk yang telah dihasilkannya.

Kemajuan dan perkembangan teknologi yang dipadukan dengan penggunaan prinsip ekonomi, mendorong pertumbuhan industri semakin pesat. Dewasa ini hasil-hasil industri baik industri manufaktur barang-barang konsumsi, produksi, maupun jasa semakin beraneka ragam. Hal ini ditandai dengan pembeli potensial di pasaran, yang memiliki minat dan daya beli yang tinggi.

Adanya potensi pasar di dalam negeri yang cukup luas ini, dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang terus meningkat. Hal ini

menyebabkan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen seperti barang dan jasa yang bermutu dan berkualitas baik. Semakin banyaknya barang dan jasa yang ditawarkan, maka konsumen mempunyai banyak pilihan dalam membeli barang yang diinginkannya. Keadaan ini mendorong para produsen untuk berlomba memasarkan produk yang dihasilkannya kepada konsumen dengan menawarkan suatu kualitas, harga dan pelayanan yang lebih baru dari pada yang ditawarkan para pesaingnya. Walaupun banyak perusahaan yang berhasil bertahan dalam persaingan ini, namun sedikit pula perusahaan yang gagal sehingga harus menutup perusahaan mereka.

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam menjalankan strategi pemasaran adalah bagaimana produk dapat sampai ke tangan konsumen. Konsumen menginginkan produk yang diinginkannya dapat diperoleh dengan cepat, mudah dan sesuai dengan keinginannya. Untuk itu diperlukan suatu sarana untuk penyaluran produk dengan baik.

Menurut Dharmmesta (1979:60), sebuah perusahaan dapat dipandang sebagai sistem keseluruhan, begitu pula saluran yang digunakan oleh perusahaan dalam mencapai konsumen akhir. Dalam hal ini, keberhasilan perusahaan sering tergantung pada hasil kerja saluran distribusinya. Pelaksanaan saluran distribusi yang tepat akan sangat mendukung kelancaran usaha perusahaan tersebut. Pemasaran merupakan salah satu penunjang utama bagi kehidupan perusahaan. Pemasaran akan berhasil dengan baik bila ditunjang oleh penerapan strategi pemasaran yang

tepat dan didukung oleh tenaga pemasaran yang handal. Salah satu kegiatan pemasaran yang sangat penting adalah distribusi. Distribusi menyangkut bagaimana produk perusahaan dapat sampai ke tangan konsumen dengan cepat, tepat dan tanpa terlalu banyak membuang waktu dan biaya. Sehingga apabila timbul suatu masalah dalam saluran distribusi, maka hal ini akan menghambat terjadinya perpindahan produk dan hak milik dari produsen ke konsumen.

Pelaksanaan saluran distribusi harus mampu menjangkau segenap konsumen. Dengan adanya saluran distribusi, maka konsumen dapat memperoleh produk yang dibutuhkan dengan mudah dan perusahaan dapat pula menekan biaya operasi maupun biaya distribusinya. Oleh karena itu saluran distribusi mempunyai arti penting dalam mencapai keuntungan bagi perusahaan.

Dalam pelaksanaan saluran distribusi, perusahaan harus mempertimbangkan biaya distribusinya agar tidak meningkat lebih besar daripada persentase peningkatan penjualan, karena jika terjadi demikian maka dapat dikatakan bahwa pelaksanaan dalam saluran distribusi belum baik.

Mengingat pentingnya peranan distribusi, maka penulis akan mencoba menganalisis masalah biaya yang dikeluarkan dalam saluran distribusi dan keterkaitannya terhadap peningkatan volume penjualan, dengan judul “Peranan Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Sumber Makro, Lampung”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Apakah biaya distribusi berperan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Sumber Makro, Lampung?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Menganalisis apakah biaya distribusi berperan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Sumber Makro, Lampung.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan pengalaman, sehingga dapat membandingkan atau mengetahui perbedaan antara teori yang diperoleh dengan praktek di lapangan.

### 2. Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan adalah sebagai masukan untuk membantu perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan biaya saluran distribusi.

### 3. Bagi Pihak Lain

Bagi pihak lain berguna sebagai penambah/tambahan informasi atau bahan studi banding dalam pendidikan di perguruan tinggi.

## **1.5 Lingkup Penelitian**

Produk didistribusikan ke berbagai kota atau daerah baik industri kecil maupun industri besar. Fokus penelitian ini adalah pada biaya distribusi, karena masalah pembiayaan sangat penting dalam menyalurkan barang untuk meningkatkan volume penjualan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan singkat mengenai isi dari skripsi ini, maka penulis membagi skripsi ini menjadi lima bab dan masing-masing terdiri dari beberapa sub bab yang saling berkaitan satu sama lain.

Adapun sistematika dari skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan secara singkat mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II. LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS**

Dalam bab ini penulis mencoba menguraikan teori-teori mengenai saluran distribusi. Bertitik tolak dari teori tersebut, penulis mencoba menguraikan pengertian manajemen pemasaran, pengertian pemasaran, pengertian pasar, pengertian bauran pemasaran, pengertian distribusi fisik, pengertian hasil atau volume penjualan, dan lain-lain. Selain teori-teori tersebut penulis juga mengemukakan model serta hipotesis penelitiannya.

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah perusahaan, struktur organisasi, desain penelitian, operasional variabel, uji validitas, uji reliabilitas, dan metode analisis data.

### **BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab yang merupakan inti dari skripsi ini, akan dianalisis data-data yang telah diperoleh mengenai biaya distribusi dan volume penjualannya.

### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan atas semua pembahasan dalam bab-bab sebelumnya dan diakhiri dengan memberikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan pada masa yang akan datang, maupun kepada pembaca.