

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan keadaan perindustrian di Indonesia yang semakin bersaing dan daya beli masyarakat yang semakin menurun, maka dibutuhkan kecerdikan dan kecermatan para pelaku usaha untuk menerapkan strategi yang tepat, guna mengoptimalkan target penjualan yang ingin dicapai. Dalam aliran suatu produk dari produsen ke konsumen, terdapat satu pihak yang memiliki peran penting dalam mewujudkan suatu produk untuk sampai ke tangan konsumen. Peran tersebut dijalani oleh para distributor. Pada level distributor inilah terjadi persaingan yang sangat ketat terjadi antara sesama distributor, karena tiap-tiap distributor ingin menyalurkan barang sebanyak mungkin dari produsen ke konsumen (toko ritel) untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Jadi untuk mengatasi permasalahan seperti itu dibutuhkan hubungan kerja sama yang baik dari produsen ke distributor dan dari distributor ke toko ritel.

Salah satu perusahaan distributor yang memiliki permasalahan persaingan yang cukup ketat adalah CV. Santosa. CV. Santosa merupakan perusahaan distributor ban mobil dengan merek “BRIDGESTONE” yang memiliki jalur/wilayah distribusi yang cukup luas. Perusahaan yang terletak di jalan Komodor Udara Supadio (Jatayu) no.4 ini melayani pendistribusian ban ke berbagai wilayah se-Jawa Barat, khususnya kota Bandung. Dari sedikit penjabaran latar belakang diatas, jelas bahwa perusahaan CV. SANTOSA juga terkena dampak dari keadaan persaingan industri yang sangat ketat dan daya beli masyarakat yang menurun dengan adanya kenaikan harga produk yang terus terjadi. Pada awalnya perusahaan yang didirikan oleh bapak Chandra Setiono ini merupakan pelopor dalam distribusi ban di wilayah Jawa Barat, karena telah berdiri sejak tahun 1978. Seiring dengan berjalannya waktu, muncullah beberapa pesaing dari perusahaan distributor ban lainnya. Dan persaingan yang terjadi

semakin ketat, sehingga pihak distributor utama, yakni PT. BRIDGESTONE INDONESIA membuat kebijakan dengan menerapkan bahwa dalam satu toko ritel ban dengan brand “BRIDGESTONE” dianjurkan mengambil produk ban minimal dari dua perusahaan distributor.

CV. Santosa yang pada awalnya menguasai pasar distribusi ban di Jawa Barat, sekarang harus berbagi dengan distributor ban merek “BRIDGESTONE” lainnya. Sampai saat ini distributor ban dengan merek Bridgestone berjumlah 3 distributor yang melayani di daerah sekitar Jawa Barat. Dengan permasalahan persaingan yang cukup besar dialami oleh distributor CV. Santosa maka dampaknya mulai terasa pada tahun 2005. Pada tahun 2005 perusahaan ini mulai mengalami penurunan unit penjualan tiap tahunnya. Penurunan pencapaian target penjualan pada perusahaan ini mencapai 8-12% tiap tahunnya sampai penghujung tahun 2009. Menurut pihak perusahaan yang telah diwawancarai, penurunan ini disebabkan oleh persaingan yang semakin ketat dengan distributor ban sejenis yang menyebabkan penurunan pemesanan dari toko ritel, serta harga ban yang selalu meningkat tiap tahunnya, tetapi tidak diimbangi dengan daya beli konsumennya. Berikut adalah data penurunan pencapaian target penjualan CV.Santosa sejak tahun 2005 :

Tabel 1.1
Target Penjualan CV. Santosa

Tahun	Target (unit/thn)	Pencapaian (unit/thn)	% Pencapaian
2005	120000	104134	86.72%
2006	120000	99629	83.14%
2007	120000	106265	88.55%
2008	120000	103560	86.63%
2009	120000	102337	85.28%

Berdasarkan masalah yang dihadapi oleh CV. Santosa, maka akan dilakukan penelitian dan analisis mengenai tingkat kepuasan konsumen (toko ritel), analisis daya saing dan strategi bersaing yang tepat digunakan oleh CV. Santosa untuk menjaga agar target pendistribusian barang ke toko-toko ritel ban kembali tercapai dan memenangkan persaingan dengan distributor lainnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari penelitian pendahuluan yang dilakukan, maka faktor yang mungkin menyebabkan tidak tercapainya target penjualan dari distribusi produk yang terjadi di CV. Santosa ini adalah :

1. Persaingan yang semakin ketat dengan distributor ban sejenis (BRIDGESTONE), sehingga terjadi pembagian proporsi antara distributor dalam pengiriman produk ban di level toko ritel (*market share* CV. Santosa menurun karena beralih ke distributor lain).
2. Persaingan yang semakin ketat dengan merek ban lain yang memberikan banyak pilihan kepada konsumen.
3. Belum diketahuinya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk ban “BRIDGESTONE”, apakah sesuai dengan penerapan harga yang cukup tinggi.
4. Belum diketahuinya tingkat kepuasan konsumen (toko ritel) terhadap pelayanan dari distributor CV. Santosa.
5. Strategi pemasaran yang dijalankan oleh perusahaan distributor belum sesuai untuk mendapatkan target toko ritel baru.
6. Penurunan jumlah pembelian oleh toko ritel rata-rata terjadi terjadi secara menyeluruh di Jawa Barat.
7. Daya beli masyarakat yang menurun.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar topik yang akan dibahas pada penyusunan tugas akhir ini menjadi lebih jelas dan terarah maka diajukan beberapa pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian mengenai menurunnya target penjualan hanya di wilayah Bandung saja, tidak menyeluruh se-Jawa Barat.

2. Faktor mengenai pengaruh daya beli masyarakat tidak dianalisis dalam pembahasan penelitian ini.
3. Permasalahan yang ada dibatasi hanya terjadi pada wilayah persaingan antar distributor sejenis, dan tidak membahas permasalahan persaingan tingkat kualitas produk dimata konsumen yang dibandingkan dengan merek lain.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, adapun perumusan masalah akan dibahas dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen (toko ritel ban) dalam memilih distributor?
2. Faktor apa saja yang menjadi kelemahan dari distributor CV. Santosa jika dibandingkan dengan para pesaingnya?
3. Faktor apa saja yang menurut persepsi toko ritel sudah merasa puas dan tidak puas terhadap pelayanan dari distributor CV. Santosa?
4. Upaya (strategi) apa yang dapat digunakan distributor CV. Santosa untuk memenuhi target penjualan dan memenangkan persaingan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen (toko ritel ban) dalam memilih distributor.
2. Mengetahui faktor yang menjadi kelemahan distributor CV. Santosa dan tingkat persaingan antara CV. Santosa dengan distributor lain.

3. Mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pemilik toko ritel kepada distributor CV. Santosa.
4. Mengetahui upaya (strategi) yang dapat dilakukan oleh distributor CV. Santosa untuk memenangkan persaingan.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang dijabarkan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan secara singkat mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori, prinsip-prinsip, dan rumus-rumus yang digunakan sebagai landasan berpikir dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan permasalahan yang ada beserta metode-metode yang digunakan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai langkah-langkah sistematis yang dilakukan di dalam melakukan penelitian masalah mulai dari persiapan penelitian sampai dengan penarikan kesimpulan, dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan untuk menjelaskan *flowchart* tersebut, sehingga didapatkan hasil penelitian yang dapat memberikan penyelesaian terhadap masalah yang ada.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini membahas secara terperinci tentang pengumpulan data umum dari perusahaan yang akan diteliti, data hasil penelitian (kuesioner), data-data hasil wawancara dan data-data lainnya yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan dari data-data yang telah dikumpulkan agar diperoleh penyelesaian terhadap masalah yang sedang dihadapi dan analisis terhadap hasil pengolahan data tersebut serta memberikan usulan guna

memberikan strategi bersaing yang tepat guna memenangkan persaingan serta mencapai target penjualan yang ditetapkan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan, serta saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis untuk penelitian selanjutnya.