

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam dunia usaha, sebuah perusahaan tidak akan pernah terlepas dari konsep dasar bauran pemasaran yang di kenal dengan istilah 4 P (*Price, Place, Product and Promotion*). Dimana keempat elemen dasar tersebut saling terkait dan saling ketergantungan. Bauran pemasaran tersebut harus dikombinasikan dan dikoordinir dengan baik dalam arti efisiensi dan efektifitas agar perusahaan mampu melaksanakan tugas pemasarannya semaksimal mungkin. Sebuah perusahaan tidak hanya di tuntut untuk membuat, meningkatkan mutu produk, menawarkan, dan menjual, serta menetapkan harga dan melakukan serangkaian promosi untuk menarik minat konsumen, tetapi juga melakukan kegiatan distribusi. Bila kita bicara masalah kegiatan distribusi. Dalam konteks operasi bisnis, masalah distribusi tidak saja menyangkut kelancaran pengiriman barang tetapi juga berkaitan erat dengan masalah sediaan barang, pergudangan, efisiensi waktu dan pada akhirnya juga laba potensial yang bakal diperoleh perusahaan.

Dibanyak perusahaan distribusi dipandang sebagai tugas mekanis belaka dan usaha manajemen semata-mata ditujukan kepada upaya penekanan biaya. Namun, minimalisasi biaya dan maksimalisasi laba jarang bertepatan

Produk yang dihasilkan perusahaan tidak akan bermanfaat tanpa adanya

saluran distribusi yang baik. Sebab tanpa distribusi yang baik, konsumen akan merasa kesulitan dalam memperoleh produk yang dibutuhkannya.

Untuk memenuhi kebutuhan itulah maka perusahaan yang bergerak di bidang industri consumer good yang memproduksi beragam macam produk-produk makanan snack seperti jelly, minuman jelly, dan coklat snack dengan tujuan memberikan pilihan bagi konsumen dan dapat merebut pasar yang lebih besar dan tidak mengabaikan perolehan laba yang potensial.

Prospek dan perkembangan di industri ini persaingannya sangat kompetitif dan harus bergerak sangat cepat supaya tidak didahulukan oleh pesaing. Untuk mengatasi hal-hal ini perlu dicari modus dan strategi baru dalam memanajemi distribusi barang. Sebab masalah ini ternyata amat vital bagi perputaran barang perusahaan. Atas pertimbangan inilah penulis tertarik untuk mempelajari pelaksanaan kegiatan saluran distribusi dengan judul :

“Analisis Perbedaan Volume Penjualan Produk Happy Jelly Pada Saluran Distribusi Nasional dan Lokal Pada CV. Hockky Jaya”.

B. Identifikasi Masalah.

1. Barang retur besar (sekitar 10%)
2. Pergerakan Barang Lamban. (*Salling in* banyak, sedangkan *salling out* lamban)
3. Penyebaran Produk tidak merata.
4. Produk sulit ditemukan di pinggiran kota maupun di warung-warung, dan kantin sekolah.
5. Produk Happy jelly di kategorikan sebagai produk slow moving oleh distributor nasional, sehingga produk Happy Jelly kurang diperhatikan oleh team salesnya.

C. Pembatasan Masalah.

Setiap perusahaan dalam menjalankan semua kegiatannya yang berkaitan dengan produk yang akan dipasarkan, harga yang ditetapkan, promosi yang dilakukan, distribusi barang dan strategi menghadapi *competitor*, tidak terlepas dari berbagai masalah.

Mengingat topik pembahasan dalam skripsi ini mengenai distribusi, maka pokok pembahasan dibatasi pada kegiatan volume penjualan pada setiap distribusinya saja. Dengan mengambil lokasi di area Karawang.

D. Perumusan Masalah

Masalah pokok dalam pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat perbedaan volume penjualan antara distribusi melalui distributor nasional dengan distribusi melalui distributor lokal daerah Karawang ?.
2. Bagaimana perkembangan volume penjualan distributor Lokal.
3. Bagaimana perkembangan volume penjualan distributor Nasional

E. Tujuan Penelitian.

Beberapa tujuan yang menjadi alasan penulisan skripsi ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan volume penjualan distribusi melalui distributor nasional dengan distribusi melalui distributor lokal daerah.
2. Untuk mengetahui berapa besar perbedaan pertumbuhan rata-rata volume penjualan melalui ke dua saluran distribusi tersebut diatas.
3. Untuk mengetahui saluran distribusi yang menghasilkan volume penjualan yang paling tinggi.

F. Manfaat/Kegunaan Penelitian.

Berbagai manfaat dan kegunaan penelitian yang dilakukan pada CV. Hockky Jaya antara lain :

1. Bagi Perusahaan :

- a. Sebagai masukan bagi perusahaan, khususnya bagi manajemen pemasaran dalam usaha untuk meningkatkan efektifitas saluran distribusi perusahaan.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merencanakan strategi distribusi selanjutnya.

2. Bagi Penulis :

Untuk menambah wawasan dalam kegiatan distribusi.

3. Bagi Pembaca :

Diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pembaca dan sebagai bahan rujukan.

G. Sistematika Penulisan

Pembahasan skripsi ini disusun dalam 6 (enam) bab dengan pembagian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi tahap pengenalan terhadap garis besar permasalahan yang di bahas, yaitu : latar belakang, identifikasi permasalahan, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat/kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berlandaskan teoritis, dimana dalam bab ini diuraikan teori-teori yang berhubungan dengan pengertian pemasaran, pengertian saluran distribusi, fungsi-fungsi saluran distribusi, tipe saluran distribusi, dan pengertian perantara dan peranannya dalam saluran distribusi, selain itu juga berisi kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang berkaitan dengan permasalahan. Yang mencakup pemilihan subjek penelitian, tehnik dan pengumpulan data, pengolahan data yang selanjutnya disusun dan dibuat dalam bentuk skripsi.

BAB IV: GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.

Pada bab ini akan memberikan gambaran mengenai : Sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi serta kegiatan usaha perusahaan.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai strategi saluran distribusi perusahaan, hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan, dan analisis masalah yang dihadapi perusahaan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab terakhir yang memuat mengenai kesimpulan dan saran-saran dari uraian-uraian pembahasan sebelumnya dari keseluruhan analisa yang dapat membantu kemajuan perusahaan.