

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan Negara berkembang yang sedang giat-giatnya melaksanakan pembangunan disegala bidang. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pedagang besar yang pesat dengan semakin banyaknya perusahaan yang berdiri, baik itu perusahaan besar maupun perusahaan kecil sehingga menimbulkan persaingan diantara para pelaku industri. Menghadapi persaingan dan tantangan tersebut perusahaan yang menghasilkan produk barang maupun jasa harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat maka perusahaan tersebut mampu menghadapi persaingan dalam menjalankan usahanya dengan tercapainya tujuan penjualan dan laba sesuai dengan target yang diinginkan, serta tercapainya kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan.

Pelaksanaan kegiatan pemasaran tentunya tidak terlepas dari faktor promosi, penetapan harga produk, dan saluran distribusi. Setiap produk yang dihasilkan harus ditentukan bagaimana sampai ke tangan konsumen dalam jumlah dan waktu yang tepat serta harga yang sesuai merupakan salah satu upaya bagi perusahaan dalam melaksanakan pemasaran secara efisien. Pemasaran yang efisien akan mempengaruhi faktor lain, misalnya harga produk lebih murah sehingga persaingan akan lebih mudah dihadapi. Apabila perusahaan salah memilih saluran distribusi akan mengakibatkan produk yang di pasarkan tidak mencapai sasaran sehingga tidak dapat mencapai penjualan menurun. Apabila

keadaan tersebut dibiarkan berlarut-larut, maka perusahaan akan mengalami kerugian.

Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang dari produsen melalui perantara dan pada akhirnya sampai pada pemakai. Saluran distribusi sebagai salah satu unsur bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk dan mencapai tujuan perusahaan, dalam kegiatan pendistribusian barang sebagian produsen tidak menjual langsung produknya kepada pemakai akhir, diantara produsen dan pemakai akhir terdapat suatu saluran distribusi yang melakukan bermacam-macam fungsi dan menyandang berbagai nama seperti pedagang besar, grosir, agen, pengecer, dan sebagainya.

Penggunaan perantara pada saluran distribusi ini melancarkan arus produk serta membuat produk tersedia secara luas dan mudah diperoleh di pasar sasaran. Kelancaran pendistribusian produk sangat di harapkan semua pihak baik konsumen maupun produsen. Salah satu kepuasan konsumen dapat tercapai apabila produk mudah di dapat selain kualitas produk, harga dan promosi. Kemudahan produk di pasaran sangat tergantung dari kelancaran pendistribusian produk.

Perusahaan perlu memperhatikan fungsi-fungsi dan saluran distribusi tersebut untuk mendukung kelancaran kegiatan saluran distribusi, karena perusahaan bersifat besar, toko juga perlu memperhatikan fungsi saluran distribusi tersebut, seperti fungsi informasi, promosi, negosiasi, pesanan, pengambilan resiko, dan kepemilikan fisik. Apabila perusahaan kurang memperhatikan fungsi-fungsi saluran distribusi tersebut maka dapat berdampak kurang baik, bagi perusahaan itu sendiri terhadap tujuan penjualannya dan juga nama toko. Selain

itu juga dengan adanya perantara tersebut maka tugas produsen akan lebih ringan dalam hal memasarkan produknya.

Penjualan merupakan tujuan perusahaan dalam kegiatan usahanya dan merupakan kegiatan penting yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan, baik perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Hasil dari kegiatan penjualan ini dapat dilihat apakah yang ditawarkan bisa diterima dengan baik dimasyarakat atau sebaliknya produk tersebut kurang diminati oleh konsumen karena tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Penerimaan yang diperoleh dari pengiriman barang dagangan atau dari penyerahan pelayanan dalam bursa sebagai barang pertimbangan. Pertimbangan ini dapat dalam bentuk tunai peralatan kas atau harta lainnya. Pendapatan dapat diperoleh pada saat penjualan, karena terjadi pertukaran, harga jual dapat ditetapkan dan bebannya diketahui.

TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung merupakan usaha yang bergerak dibidang material yaitu menjual bahan bangunan seperti semen, cat tembok, kramik, besi dan peralon. Adapun untuk merk semen yang dijual adalah Semen Tiga Roda dan Semen Gresik, sedangkan semen yang kualitasnya baik adalah Semen Tiga Roda, sedangkan untuk produk yang lainnya banyak macamnya sehingga susah untuk membandingkannya, Maka itu peneliti menjadikan objek penelitian adalah produk "Semen Tiga Roda".

TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung di dalam menyalurkan produk semen Tiga Roda dilakukan oleh bagian distributor, yang dikirim ke proyek-proyek, toko material kecil sekitar wilayah Jawa Barat, yaitu Tasik, Sumedang dan Subang. Sedangkan luar pulau Jawa yaitu Lampung, dan Bandung serta pemakai langsung.

Setelah peneliti melakukan penelitian terhadap TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung, peneliti menemukan permasalahan di TB. Bangunan Baru Kopo Sayati adalah:

- a. Menurunnya target volume penjualan produk “Semen Tiga Roda” dalam setiap bulannya.

Untuk memperjelas dan mendukung permasalahan yang dihadapi pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung, peneliti menggambarkan dalam tabel 1.1 penjualan untuk periode 2010 dibawah ini:

TABEL 1.1
TARGET DAN REALISASI PENJUALAN PRODUK SEMEN TIGA RODA
PADA TB BANGUNAN BARU KOPO SAYATI BANDUNG
Tahun 2010
(SHAK)

| Bulan | Target Penjualan | Realisasi Penjualan | Persentase realisasi penjualan | Harga Jual/shak |
|--------------|-------------------------|----------------------------|---------------------------------------|------------------------|
| Januari | 400 shak | 365 shak | 91% | 50.000 |
| Februari | 480 shak | 430 shak | 89,59% | 51.000 |
| Maret | 465 shak | 405 shak | 87,09% | 51.000 |
| April | 443 shak | 358 shak | 80.81% | 52.000 |
| Mei | 425 shak | 350 shak | 82,35% | 52.250 |
| Juni | 420 shak | 325 shak | 77,38% | 53.000 |
| Juli | 410 shak | 305 shak | 74,39% | 53.500 |
| Agustus | 450 shak | 300 shak | 66,67% | 54.000 |
| September | 525 shak | 300 shak | 57,14% | 54.000 |
| Oktober | 500 shak | 300 shak | 62% | 54.250 |
| November | 480 shak | 278 shak | 58% | 54.500 |
| Desember | 500 shak | 300 shak | 60% | 55.000 |

Sumber: TB Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung, 2011

- b. Menurunnya laba penjualan produk “Semen Tiga Roda” dalam setiap bulannya

TABEL 1.2
LABA BERSIH PENJUALAN PRODUK SEMEN TIGA RODA PADA
TB.BANGUNAN BARU KOPO SAYATI BANDUNG
TAHUN 2010
(Satuan : Rupiah)

| Bulan | Target Laba | Realisasi Laba | Persentase Realisasi Penjualan | Laba /Shak |
|-----------|-------------|----------------|--------------------------------|------------|
| Januari | 1.200.000 | 1.095.000 | 91% | 3.000 |
| Februari | 1.152.000 | 1.032.000 | 89,59% | 2.400 |
| Maret | 930.000 | 810.000 | 87,09% | 2.000 |
| April | 797.400 | 644.400 | 80,81% | 1.800 |
| Mei | 701.250 | 577.500 | 82,35% | 1.650 |
| Juni | 651.000 | 503.750 | 77,38% | 1.550 |
| Juli | 615.000 | 457.500 | 74,39% | 1.500 |
| Agustus | 630.000 | 420.000 | 66,67% | 1.400 |
| September | 708.750 | 405.000 | 57,14% | 1.350 |
| Oktober | 650.000 | 390.000 | 62% | 1.300 |
| November | 600.000 | 347.500 | 58% | 1.250 |
| Desember | 500.000 | 300.000 | 60,% | 1.000 |

Sumber:TB.Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung, 2011

Tabel 1.3
Daftar Harga Pesaing TB. Bangunan Baru

| No | Nama Perusahaan | Harga Semen |
|----|------------------|-------------|
| 1. | TB. Mukti Jaya | Rp, 48.000 |
| 2. | TB. Pribumi Raya | Rp, 49.000 |
| 3. | TB. Santosa | Rp,48.500 |

Sumber: Hasil penelitian Kopo Sayati Bandung, 2011

Berdasarkan tabel di atas masalah tersebut diduga disebabkan oleh :

1. Negoisasi: Perusahaan melakukan negoisasi dengan pihak proyek perumahan dan toko matrial kecil

Harga yang ditentukan terhadap produk “Semen Tiga Roda” sangat tinggi sehingga menurunnya penjualan. Contoh Harga semen berbeda dengan pesaing.

2. Fungsi Pesanan : Sering terjadinya keterlambatan pendistribusian “Semen Tiga Roda “yang tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan. Contoh: Pengiriman Barang yang dipesan dalam tempo lima hari sudah ada di tempat, akan tetapi pada pelaksanaannya barang tersebut tiba dalam waktu tujuh hari.

Bertitik tolak pada uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, terutama yang menyangkut saluran distribusi pada penjualan produk “Semen Tiga Roda”. yang akan dituangkan dalam bentuk skripsi yaitu :

PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PENJUALAN PRODUK PADA TB. BANGUNAN BARU KOPO SAYATI BANDUNG.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latarbelakang yang telah dikemukakan, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi dan kondisi penjualan produk “Semen Tiga Roda” pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung
2. Seberapa besar pengaruh saluran distribusi terhadap penjualan produk Semen Tiga Roda pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung
3. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dan usaha-usaha apa saja yang dilakukan oleh TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung

Berdasarkan uraian identifikasi masalah, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut :” Apakah saluran distribusi mempunyai pengaruh positif terhadap penjualan produk TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung”.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan peneliti, dimaksudkan untuk mengumpulkan data yang dapat diinterpretasikan, di analisa dan kemudian ditarik suatu kesimpulan guna penyusunan skripsi dalam menempuh ujian Sarjana Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung.

Sedangkan tujuan dari penelitian, antara lain:

- a. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan saluran distribusi dan kondisi penjualan produk “Semen Tiga Roda” pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi terhadap penjualan produk “Semen Tiga Roda” pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung.
- c. Untuk mengetahui hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dan usaha-usaha apa saja yang dilakukan oleh TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi peneliti:
 1. Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pengalaman dan pengetahuan serta wawasan tentang kegiatan pemasaran khususnya mengenai kegiatan saluran distribusi dalam pencapaian tujuan penjualan

2. Untuk mengetahui bagaimana teori-teori yang didapat di bangku kuliah dan buku-buku, khususnya mengenai saluran distribusi yang diterapkan dalam keadaan yang sebenarnya di Toko tersebut.

b. Bagi Perusahaan :

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam melakukan perbaikan atau evaluasi mengenai kegiatan saluran distribusi dalam rangka pencapaian tujuan penjualan serta dapat memberikan manfaat bagi perkembangan usahanya

c. Bagi pihak lain :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran yang bermanfaat dan sebagai yang dapat digunakan untuk menambah bahan kajian serta dasar-dasar penelitian lebih lanjut.

1.4 Kerangka Pemikiran

Salah satu dari pemasaran adalah melaksanakan saluran distribusi yaitu kegiatan didalam menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen guna memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Saluran distribusi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menyalurkan produk yang dihasilkan melalui perantara pada akhirnya sampai ke tangan konsumen yang membutuhkan dan menginginkan pada tempat dan waktu yang tepat. Saluran distribusi mempunyai peranan yang cukup besar terhadap penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan disamping unsur-unsur pemasaran lainnya seperti: Kualitas produk, harga dan promosi.

Menurut Philip Kotler (2009:106), definisi saluran distribusi sebagai berikut: **“Saluran Distribusi adalah seperangkat alur yang diikuti produk atau jasa setelah produksi, berakhir dalam pembelian dan digunakan oleh pengguna akhir”**.

Menurut Philip Kotler yang diterjemahkan oleh Jaka Wasana (2009:112) mengatakan, perusahaan hendaknya mengidentifikasi fungsi-fungsi saluran distribusi yang penting bagi perusahaan, diantaranya:

- a. Informasi, mengumpulkan dan menyebarkan informasi riset pemasaran mengenai pelanggan potensial, pelanggan saat ini, Pesaing, kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.
- b. Promosi, mengembangkan dan menyebarkan komunikasi persuasif mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik minat pelanggan.
- c. Negosiasi, usaha untuk mencapai kesepakatan akhir mengenai harga dan syarat-syarat lain dalam penjualan, sehingga dapat terjadi pemindahan hak milik.
- d. Pesanan, komunikasi terbaik dari anggota saluran pemasaran dengan produser mengenai minat membeli
- e. Pendanaan, pengalokasian dana yang dibuuhkan untuk peningkatan persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda.
- f. Pengambilan resiko, memperkirakan mengenai resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan saluran pemasaran.
- g. Kepemilikan fisik, melakukan pengangkutan dan penyimpanan produk ke konsumen.

Fungsi-fungsi saluran distribusi apabila dilaksanakan secara tepat oleh suatu perusahaan maka penjualan akan tercapai sesuai dengan yang diinginkan.

Penjualan merupakan tujuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Untuk tercapainya tujuan penjualan produk sesuai dengan keinginan perusahaan, perusahaan harus dapat mempengaruhi dan membujuk konsumen agar mau membeli produk yang ditawarkannya.

Menurut pendapat Basu Swastha dan Irawan yang mengemukakan pengertian penjualan, sebagai berikut: **“Penjualan adalah transaksi jual beli**

atau penindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa yang pada prinsipnya melibatkan dua pihak yaitu penjual dan pembeli.”

Berdasarkan definisi, terdapat tiga tujuan umum dalam melaksanakan penjualan seperti yang dikemukakan oleh **Basu Swastha dan Irawan (2002:404)**,
Sebagai berikut:

1. **Mencapainya Volume penjualan tertentu**
Perlu adanya kerjasama yang rapi diantaranya fungsionaris dalam perusahaan (seperti bagian produksi yang membuat produknya, bagian keuangan yang menyediakan dananya, bagian personalia yang menyediakan tenaga nya, bagian promosi dan sebagai nya)
2. **Mendapatkan laba tertentu**
Hal ini diperlukan guna mengukur keberhasilan suatu penjualan yang dilakukan oleh perusahaan didalam mencapai tujuan laba
3. **Menunjang Pertumbuhan Perusahaan**
Pimpinan harus dapat bertanggungjawab, Pimpinanlah yang harus mengukur seberapa besar sukses atau kegagalan yang dihadapinya.

Berdasarkan uraian tersebut, bahwa usaha dalam menentukan saluran distribusi yang akan digunakan perlu bertindak secara hati-hati, karena dengan penentuan saluran distribusi yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap penjualan. Adapun pendistribusian yang digunakan TB. Bangunan Baru adalah *A Three Level Channel* yaitu penyaluran produknya secara tiga tahap yaitu pedagang besar (grosir), pemborong, dan pengecer. Adapun yang menjadi pengecer adalah pemakai langsung.

1.5 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan oleh peneliti, maka peneliti menetapkan hipotesis sebagai berikut : **“Terdapat pengaruh positif antara Saluran Distribusi terhadap penjualan pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung.**

Memperjelas hipotesis di atas, maka peneliti mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh Positif adalah kemampuan untuk melakukan sesuatu atau bertindak sesesuatu yang menyebabkan kearah lebih baik.
2. Saluran distribusi merupakan berbagai aktivitas saluran yang berhubungan dengan menyalurkan produk kepada perantara atau konsumen akhir, yang pada akhirnya dapat digunakan oleh konsumen yang membutuhkan dan menginginkan pada tempat dan waktu yang tepat.
3. Penjualan adalah persentase dari kuota /target atau jumlah yang mungkin dapat terjual dalam daerah tertentu.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dijadikan sebagai objek penelitian yaitu TB. Bangunan Baru Kopo sayati Bandung di Jl. Raya Kopo Sayati No.271 Bandung.

1.5.2 Lama Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari bulan Mei tahun 2011 sampai dengan bulan Oktober 2011 dengan jadwal pada Gambar 1.1 berikut ini :

1. Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian bertujuan untuk memberikan uraian singkat tentang isi masing-masing bab, sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis, lokasi dan lamanya penelitian.

Bab II : Tinjauan pustaka, menguraikan tentang teori-teori dan variabel-variabel peneliti yang digunakan (variabel : bebas, terikat dan variabel lainnya beserta teori-teori pendukungnya, jika lebih dari satu variabel), Keterkaitan Variabel yang diteliti secara Teoritis.

Bab III : Metode dan Objek Penelitian, berisi tentang penjelasan yang terdiri dari sejarah perusahaan, keadaan organisasi perusahaan, dan struktur organisasi serta tugas-tugas pada TB. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung

Bab IV : Pembahasan, menguraikan dan menganalisis hasil