# BAB I

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Penelitian.

 Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya perusahaan mempunyai visi dan misi untuk meningkatkan penjualan yang mereka jalankan. Karena peningkatan penjualan tergantung dengan sistem atau bisnis yang dijalankan, apakah berjalan dengan baik atau tidak. Beberapa pelanggan memilih produk untuk kebutuhannya masing-masing. Produk yang dihasilkan dapat memberikan pelanggan merasa nyaman dari sisi kualitas maupun dari penyaluran produk itu sendiri. Penyaluran produk sampai ke tangan pelanggan yang tepat waktu dan produk tersebut ditinjau dari segi kualitasnya, supaya dapat memenangkan persaingan yang selektif. Perusahaan akan selalu memiliki inovasi dan memiliki kelebihan tersendiri dalam menghadapi persaingan dibidang yang serupa.

 Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan pemyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat.

Mendistribusikan dan memasarkan produk secara merata merupakan bagian dalam meningkatkan suatu laba, peningkatan suatu laba tentunya mempunyai kurun waktu yang cukup lama. Saluran distribusi yang baik akan berpengaruh pada minat pelanggan, jika pelanggan merasa puas atas pelayanan dan persediaan barang yang mereka butuhkan tersedia, maka akan menambah omset bagi perusahaan. Agar omset terus meningkat perlunya penerapan strategi dan strategi itu harus berjalan dengan efesien dan efektif dalam penyaluran distribusi yang baik pula karena akan berpengaruh cepat terhadap penjualan suatu perusahaan. Dan barang tersebut harus sampai ke tangan konsumen dengan keadaan baik.

Dalam memasarkan suatu produk, produsen banyak bekerja sama dengan perantara pemasaran (distributor) untuk mendistribusikan produknya ke pasar. Perantara pemasaran merupakan suatu saluran perdagangan atau saluran distribusi. Adapun menurut Tjiptono dalam (Wijaya et al., 2019) saluran distribusi (marketing channel, trade channel, distribution channel) adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen. Sedangkan menurut Kotler dalam (Ahmad Muanas, 2014) Saluran distribusi adalah Suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Peran distribusi sendiri sangat penting dalam menentukan keputusan dalam pembelian karena suatu produk baik dalam bentuk barang atau dalam bentuk jasa akan laku dipasaran apabila produk tersebut dapat disalurkan ke berbagai tempat yang dimana terdapat calon pembeli potensial, maka dari itu dalam memasarkan produk perlunya ada proses pendistribusian yang maksimal Karena jika pendistribusian belum maksimal atau tidak dapat menjangkau konsumen potensial maka konsumen akan mengurungkan niatnya untuk membeli.

Seperti yang kita tahu juga bahwa proses jual beli ini sudah menjadi bagian aktivitas sehari-hari manusia, sebelum melakukan pembelian seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk yang mereka butuhkan dan inginkan , keputusan pembelian ini merupakan kegiatan yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Adapun menurut Kotler dan Amstrong dalam (Arianto & Octavia, 2021) “keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Sedangkan menurut Tjiptono, 2014 dalam (Pada et al., 2020) Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

Menurut Baruna Hadi Brata, Shilvana Husani 2017 dalam (Manajemen et al., 2020) Suatu produk bisa menjadikan sebagai patokan dalam keputusan pembelian. Kondisi persaingan dan meningkatnya permintaan oleh konsumen membuat perusahaan kebanyakan berusaha meciptakan keinginannya mendapatkan hasil kualitas produk yang berkualitas dapat berkompetisi di pasar.

PT. Rajawali Nusindo adalah perusahaan yang bergerak dibidang distributor produk farmasi. Produk yang didistribusikan adalah obat-obatan, Bahan Medis Habis Pakai (BMHP), alat kesehatan, dan perdagangan umum. Pendistribusiannya di salurkan ke rumah sakit, dinas kesehatan, lab/klinik, apotik, toko obat, grosir, hotel, restoran, cafe, dan lain-lain. PT. Rajawali Nusindo menggunakan saluran distribusi intensif yaitu menyediakan produk atau barang kebutuhan pokok sehari- hari yang memiliki tingkat konsumsi dan permintaan yang tinggi. PT. Rajawali Nusindo mempunyai komitmen untuk terus memperluas jaringan di setiap wilayah atau membangun jaringan distribusi baru di area-area strategis sehingga semua segmen pasar dapat dikuasai dengan memfokuskan pada beberapa strategi. Sebagai perusahaan distribusi, PT. Rajawali Nusindo juga dilengkapi dengan berbagai infrastruktur dan fasilitas yang baik dan lengkap sebagai wujud implementasi dari program cara distribusi obat yang baik (CDOB), sehingga setiap produk yang didistribusikan tetap terjamin kualitasnya. PT. Rajawali nusindo merupakan salah satu anak perusahaan PT. Rajawali Nusantara Indonesia yang dibentuk untuk menunjang kelancaran produk-produk yang dihasilkan baik ekspor dan lokal, seperti pergudangan obat-obatan/alat kesehatan, penjualan gula, CPO (Crude Palm Oil), teh dan lain sebagainya. Dalam perkembangannya, sebagai perusahaan yang mandiri, PT. Rajawali Nusindo dalam memasarkan produk-produknya dan mempunyai divisi dalam pemasaran, yaitu distribusi, marketing dan trading. Dalam menjalankan distribusi yang baik, tentunya harus melakukan saluran distribusi yang baik pula, sehingga barang yang di distribusikan sampai dengan selamat dan aman sampai ke tangan konsumen. Jika saluran distribusi berjalan dengan baik tentu konsumen akan percaya dan mendapatkan pelayanan yang puas sehingga akan menjadi mitra atau pelanggan setia. PT. Rajawali Nusindo mempunyai 43 cabang di seluruh Indonesia, dalam meningkatkan suatu bisnis penjualan ada 4 kriteria dalam penilaian penetapan cabang yaitu utama, madya, perdana, dan perintis. yang memiliki kinerja dan potensi di wilayah-wilayah masing-masing yang dihasilkan oleh cabang PT. Rajawali Nusindo.

PT.Rajawali Nusindo sendiri mempuntai 43 cabang diseluruh Indonesia dalam meningkatkan suatu bisnis penjualan ada 4 kriteria dalam penilaian penetapan cabang yaitu utama, madya, perdana, dan perintis yang memiliki kinerja dan potensi di wilayah-wilayah masing-masing yang dihasilkan oleh cabang PT.Rajawali Nusindo.

Dilihat dari data volume penjualan distribusi alat kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon sebagai berikut:

**Hasil Penjualan Distribusi Alat Kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon 2021.**



**Hasil Penjualan Distribusi Alat Kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon 2022.**



 Dapat dilihat dari hasil penjualan pertahunnya, jumlah hasil penjualan distribusi alat kesehatan pada tahun 2022 mengalami penurunan, kondisi data tersebut dapat diduga disebabkan oleh ketersediaan barang yang dimana barang yang dikirim oleh suplier belum datang kepada distributor dan persedian barang di cabang *out of stok* yang akhirnya mengakibatkan adanya keterlambatan waktu pengiriman kepada pelanggan pemerintah ataupun swasta yang dimana hal ini menyebabkan berkurangnya omset PT.Rajawali Nusindo cabang Cirebon pertahunnya. Apabila penurunan hasil penjualan tiap tahunnya berlanjut akan mengalami penurunan penilaian penetapan cabang Cirebon.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ PENGARUH DISTRIBUSI ALAT KESEHATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT.RAJAWALI NUSINDO CABANG CIREBON. “

## 1.2 Rumusan Masalah

 Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Gambaran Umum PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon?

2. Bagaimana Kondisi Pendistribusian Alat Kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon?

3. Bagaimana Kondisi Keputusan Pembelian Alat Kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon?

4. Seberapa Besar Pengaruh distribusi Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon?

5. Bagaimana Hambatan Dan upaya distribusi Alat Kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran umum PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon.

2. Untuk mengetahui kondisi pendistribusian alat kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon.

3. Untuk mengetahui kondisi keputusan pembelian alat kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon.

4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pendistribusian alat kesehatan terhadap keputusan pembelian PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon.

5. Untuk mengetahui bagaimana hambatan dan upaya pendistribusian alat kesehatan PT.Rajawali Nusindo Cabang Cirebon.

## 1.4 Manfaat Penelitian

 Manfaat Penelitian ini adalah :

1. Bagi Mahasiswa.

Dapat meningkatkan wawasan dan keilmuan terutama mengenai strategi distribusi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan.

Dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan pemecahan mengenai masalah yang timbul khususnya strategi dalam meningkatkan distribusi dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan.

3. Bagi Universitas Pasundan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

Penulis berharap bahwa bahan penelitian ini akan digunakan untuk meninjau rekomendasi dan dokumen akademik yang akan berfungsi sebagai panduan dan referensi bagi para peneliti selanjutnya di Universitas Pasundan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik.

## 1.5 Lokasi Dan Lamanya Penelitian

 Lokasi yang dilakukuan di PT.Rajawali Nusindo yang berada di Jl. Sunyaragi No.6, Sunyaragi, Kec. Kesambi, Kota Cirebon, Jawa Barat 45132. Penelitian ini dilakukan penulis selama 6 bulan.