

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan industri kosmetik ini dipengaruhi banyak hal, termasuk adanya pandemi kemarin, kondisi ekonomi, sampai trend kecantikan yang berpengaruh di dunia terutama di Asia salah satunya Indonesia. Pasar industri kosmetik yang terdapat di Indonesia merupakan pasar yang besar dan berkembang. Peningkatan jumlah pelaku usaha di industri kosmetik tersebut didominasi oleh sektor UMKM. Hal ini menunjukkan besarnya potensi dan peluang dalam industri kosmetika khususnya di Indonesia.

Salah satu data perkembangan minat produk kosmetik itu sendiri diantaranya pada skincare, yang merupakan salah satu bagian penting dalam kategori perawatan. Kecantikan sendiri dapat dilihat dari keindahan wajah. Banyak sekali akar permasalahan pada tipe kulit masyarakat Indonesia terutama para wanita seperti, tipe kulit yang kering, berminyak kusam, bekas jerawat, pori-pori, beruntusan, jerawat, keriput, flek hitam, dan lain- lainnya. Hal ini kemudian dimanfaatkan oleh industri kecantikan tersebut juga hanya hadir di kota- kota besar, maka dari itu banyak sekali industri kecantikan membuka distributor disetiap daerah-daerah. Hal ini agar dapat memenuhi keinginan para wanita akan pelayanan pembelian produk skincare atau kecantikan yang menunjang penampilan wajah dan

tubuhnya, dan juga agar lebih mudah mendapatkan skincare atau kecantikan daerah tersebut.

Salah satunya produk skincare Anzora adalah produk skincare untuk wajah yang telah teruji klinis dan mendapatkan sertifikat dari Badan POM selain itu juga ada produk body care, mask, lipcream, dan berbagai produk untuk kebutuhan kulit wajah ataupun tubuh . Produk ini telah menyediakan pelayanan untuk konsumennya secara online dengan mengkonsultasi lewat online seperti whatsapp.

Pemasaran yaitu kegiatan bisnis dalam menciptakan, mengkomunikasikan, pengiriman, hingga penciptaan nilai baik bagi konsumen yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang yang dapat memuaskan keinginan konsumen serta mencapai sasaran pasar tujuan perusahaan. Pemasaran juga sangat penting dalam perusahaan, karena akan memengaruhi secara langsung terhadap kelancaran ataupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Distributor sendiri yaitu usaha perorangan yang membeli produk kepada produsen dengan jumlah banyak, sehingga bisa menyediakan ketersediaan barang untuk dijual kembali kepada pengecer. Seperti agen, reseller, ataupun konsumen akhir. Distributor menurut (M.Royan, 2017) Distributor adalah partner berbagai outlet yang ada di wilayah pemasaran, ini masuk akal karena semua outlet yang ada di wilayah pemasaran menggantungkan pasokan barangnya dari distributor. Jika distributor tidak memiliki barang yang dipasok oleh principalnya maka

pengecerpun tidak mendapatkan barang. Ketergantungan ini akan semakin dalam jika produk yang dipasarkan adalah produk yang tidak bisa digantikan dengan produk lain.

Distributor lokal menurut (M.Royan, 2017) Distributor lokal adalah para distributor daerah yang dimiliki perorangan, dan memiliki berbagai partner kerja sama dengan berbagai principal. Distributor lokal ini bisa dikategorikan sebagai distributor yang berasal dari *trader* maupun distributor murni, sebab rata-rata mereka ada yang berangkat dari toko grosir maupun langsung start awal sebagai distributor. Distributor tersebut memiliki jaringan pelanggan yang begitu luas dalam suatu wilayah pemasaran tersebut.

Dengan adanya distributor ini maka konsumen atau pemakai skincare akan mudah dijangkau, akan tetapi konsumen tersebut juga mengukur atau mempertimbangkan kembali dalam memutuskan pembelian suatu produk skincare. Distribusi produk merupakan salah satu kegiatan proses pemasaran. Banyak produsen produk tidak menjual ke pengguna akhir secara langsung. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa distribusi biasanya menjadi alasan utama perusahaan tidak menjual barang kepada pelanggan akhir. Saluran pemasaran bertugas mengantarkan produk dari produsen ke konsumen atau pelanggan.

Saluran distribusi merupakan elemen sangat penting dalam kegiatan pemasaran suatu barang. Suatu perusahaan sangat perlu melakukan distribusi, hal ini dikarenakan pendistribusian merupakan

salah satu proses penyetoran atau penawaran suatu barang ke dalam lingkup pasar.

Pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan. Dalam menjalankan distribusi yang baik, tentunya harus melakukan saluran distribusi yang baik pula, sehingga barang yang di distribusikan sampai dengan selamat dan aman ke tangan konsumen. Jika saluran distribusinya berjalan dengan baik tentunya konsumen akan percaya dan mendapatkan pelayanan yang puas sehingga akan menjadi mitra atau pelanggan setia. Saluran distribusi yang baik akan berpengaruh pada minat pelanggan, dengan demikian banyak hal-hal yang harus diperhatikan perusahaan untuk menjadi mitra yang baik tentunya pelayanan yang diberikan perusahaan harus optimal dan dapat meyakini pelanggan bahwa perusahaan akan memberikan yang mereka butuhkan.

Kedudukan konsumen sangat penting dalam hubungannya dengan organisasi terutama dalam distributor. Konsumen menuntut tidak terbatas akan terpenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Dengan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk menentukan konsumen tersebut untuk membeli. Semakin sesuai dengan keinginan, seperti harga, kualitas, merek, dan lain-lainnya, maka konsumen akan tertarik dan memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian merupakan salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum pasca

pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan pembelian sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen sudah dihadapkan pada beberapa pilihan alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan untuk membeli produk berdasarkan pilihan yang ditentukan (ARFAH, 2022).

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen melalui tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi produk, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Suatu produk bisa menjadikan sebagai patokan dalam keputusan pembelian. Kondisi persaingan dan meningkatnya permintaan oleh konsumen membuat perusahaan kebanyakan berusaha menciptakan keinginannya mendapatkan hasil kualitas produk yang berkualitas dapat berkompetisi di pasar.

Distributor Ibu Suci ini adalah sebuah distributor produk skincare Anzora di Kota Garut, yang berada di Jl. Raya Pasar Baru, Kadungora, kabupaten Garut, Jawa Barat yang beroperasi menjualkan produk dari produsen ke konsumen. Produk yang didistribusikan adalah skincare body lotion, cushion, lip serum, masker muka, sabun mandi, bedak, body scrub, hingga glutin drink. Salah satu yang peneliti ambil dari berbagai produk yaitu produk skincare Anzora di distributor Ibu Suci di Garut ini dengan capaian minat beli yang kurang lebih 10.000 paket /bulan. Dengan banyaknya konsumen yang membeli produk

tersebut maka distributor Ibu Suci ini harus mengoptimalkan penyaluran produk yang baik sampai ke tangan konsumen.

Berikut adalah data penjualan produk Skincare Anzora di distributor Ibu Suci di Garut.

TABEL 1. 1
Penjualan Produk Skincare Anzora Pada Bulan September 2022- Januari 2023

Bulan	Jumlah Penjualan
September	10.000
Oktober	9.950
November	9.922
Desember	9.899
Januari	9.800

Sumber : Data diolah Peneliti 2023

Dilihat uraian diatas adanya penurunan penjualan oleh keterlambatan distribusi produk skincare Anzora yang mengakibatkan adanya penurunan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil survey penjajagan ternyata pada distributor Ibu Suci tersebut terungkap permasalahan yang menyangkut keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

1. Keputusan jenis produk, adanya pemahaman yang kurang terhadap pengevaluasian konsumen terhadap berbagai pilihan jenis produk, karena dengan ketidak pahaman mengenai jenis produk tersebut membuat konsumen ragu untuk memakai jenis produk yang

direkomendasikan oleh pemilik atau karyawan pada distributor Ibu Suci di Garut. Seperti, konsumen ingin mendapatkan hasil yang instan akan tetapi dalam produk skincare Anzora ini perawatan pemakaian produk harus rutin dan tidak boleh terlewatkan pada waktunya.

2. Keputusan jumlah produk, adanya keterbatasan jumlah produk pada distributor Ibu Suci di Garut mengakibatkan keputusan jumlah produk oleh konsumen tidak tercukupi. Seperti: saat konsumen membutuhkan produk skincare tersebut akan tetapi ketersediaan barang di distributor Ibu Suci belum tersedia yang diakibatkan oleh pendistribusian tidak tepat waktu.
3. Keputusan waktu pembelian, lamanya dalam memutuskan pembelian produk pada Distributor Ibu Suci di Garut mengakibatkan ketidak sesuaian ketersediaan barang pada distributor .Seperti: ketidak sesuaian jenis produk, ataupun ketidak ketersediaanya produk yang konsumen butuhkan yang diakibatkan oleh ketersediaan barang pada Distributor Ibu Suci.

Dengan adanya permasalahan keputusan pembelian yang dimiliki oleh Distributor Ibu Suci di Garut ini disebabkan oleh pendistribusian produk skincare Anzora yaitu:

1. Adanya ketersediaan barang yang terbatas sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada distributot Ibu Suci di Garut oleh konsumen yang dapat menyebabkan konsumen tidak sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan produk tersebut.

Contohnya: setiap konsumen tidak sepenuhnya membeli produk dalam 1 bulan sekali, ada saja konsumen yang membutuhkan 2 paket produk skincare dalam sebulan, akan tetapi konsumen tersebut tidak mendapatkan produk dalam paket skincare yang lengkap. Hal tersebut disebabkan oleh ketersediaan barang pada distributor.

2. Proses pemesanan yang lambat, dapat menyebabkan keputusan jumlah produk dan waktu pembelian. Karena dengan keterlambatan proses pemesanan akan menurunkan penjualan produk pada distributor Ibu Suci di Garut. Contohnya: sebagian konsumen mendapatkan keluhan akan keamanan pada produk, seperti cream malam yang seharusnya disimpan ditempat yang sejuk, dengan cuaca panas ataupun cream tersebut sudah lama disuhu yang tinggi ada muncul warna coklat, akan tetapi cream tersebut masih bisa dipakai.
3. Terlambatnya pengiriman, dapat menyebabkan keputusan jumlah produk dan waktu pembelian. Karena dengan ketidaktersediaan produk saat konsumen membutuhkan, dapat mengakibatkan penurunan penjualan pada distributor Ibu Suci di Garut. Contohnya: terhambatnya pengiriman produk ke konsumen, dimana distributor sudah menetapkan waktu dalam 2 hari akan tetapi produk tersebut diterima konsumen dalam waktu seminggu kemudian, hal ini bisa saja terhambatnya pengiriman dari produsen ke distributor Ibu Suci.

4. Ketidak mudahan memperoleh produk dapat menyebabkan keputusan waktu pembelian, karena dengan kebutuhan konsumen dengan waktu yang berbeda- beda, atau bisa saja dengan peningkatan penjualan yang bisa menjual produk lebih cepat. Contohnya: didalam distributor ini memiliki penjualan yang sangat banyak dalam sebulan, akan tetapi distributor tidak mengetahui penjualan kedepan seperti apa dengan banyaknya konsumen baru, maka dari itu distributor tidak menambahkan pembelian produk kepada produser yang mengakibatkan konsumen sulit untuk mendapatkan produk.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh pendistribusian produk terhadap peningkatan keputusan pembelian di Distributor Ibu Suci Di Garut. Oleh sebab itu peneliti mengangkat judul **“Pengaruh Distribusi Produk Terhadap Kepuasa Pembelian Skincare Anzora Pada Distributor Ibu Suci Di Garut.”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah gambaran umum distributor Ibu Suci?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada distributor Ibu Suci?
3. Seberapa Besar pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian di Distributor Ibu Suci?
4. Hambatan pendistribusian pada distributor Ibu Suci ?

5. Upaya apa saja yang dilakukan distributor Skincare Anzora Ibu Suci di Garut dalam mengatasi hambatan- hambatan yang ada ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan dalam penelitian ini antaranya:

1. Mengetahui gambaran umum distributor Ibu Suci
2. Mengetahui keputusan pembelian pada distributor Ibu Suci
3. Mengetahui pengaruh distributor terhadap keputusan pembelian di distributor Ibu Suci
4. Mengetahui hambatan pendistribusian pada distributor Ibu Suci
5. Mengetahui upaya apa saja yang dilakukan distributor Skincare Anzora Ibu Suci di Garut dalam mengatasi hambatan- hambatanh yang ada.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dibidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah serta pengalaman dalam menerapkan teori- teori khususnya tentang pengaruh pendistribusian produk dalam meningkatkan keputusan pembelian pada distributor bagi peneliti secara pribadi dan mahasiswa secara umum. Kemudian hasil penelitian ini diharapkan

dapat dimanfaatkan akademik untuk mahasiswa Universitas Pasundan khususnya dalam jurusan Ilmu Administrasi Bisnis maupun umum untuk menjadi referensi perpustakaan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian yang dilakukan dari awal penelitian hingga penyusunan sangat bermanfaat bagi peneliti dalam pengembangan pengetahuan dan pengalaman khususnya dalam pengaruh pendistribusian produk dalam meningkatkan keputusan pembelian dan menerapkan teori – teori yang sudah diperoleh sebelumnya dari jurusan Ilmu Administrasi bisnis Universitas Pasundan untuk mengatasi permasalahan di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mencari solusi masalah yang berhubungan dengan pengaruh pendistribusian produk dalam meningkatkan keputusan pembelian.

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan referensi bagi obyek penelitian yang sama dan sebagai informasi atau masukan kepada peneliti selanjutnya terutama dalam meningkatkan keputusan pembelian di sebuah perusahaan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Distributor Ibu Suci

4.1.1 Sejarah Distributor Ibu Suci

Distributor Ibu Suci ini merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang distributor kecantikan. Distributor Ibu Suci ini sering disebut “Galery Resmi Anzora Skincare Area Garut”. Pada distributor Ibu Suci ini didirikan pada tahun 2021 dengan jumlah karyawan 4 karyawan. Produk yang dijual oleh distributor Ibu Suci ini seperti, skincare, body lotion, cushion, lip serum, masker muka, bedak tabur, body scrub hingga gluta drink. Saat mula bisnis ini muncul pada distributor ibu suci ini hanya menjual skincare saja, akan tetapi dengan seiringnya waktu distributor Ibu Suci ini mengambil beberapa produk lain dari produsen. Distributor Ibu Suci ini memiliki beberapa Agen dan juga Reseller yang cukup banyak. Walaupun dengan tempat sarana dan prasarana seadanya, kegiatan pendistribusian produk kepada Agen ataupun Reseller selalu dijalankan sebaik mungkin dengan meyakini bahwa bisnis Ibu Suci ini akan berkembang.

Dengan berjalannya waktu Agen dan Reseller dalam distributor Ibu Suci ini bertambah di dalam Kota Garut maupun luar Kota, bahkan ada di berbeda pulau ataupun Negara.

