

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini perubahan-perubahan mendasar di lingkungan global, regional, maupun nasional bergerak begitu cepat. Saat ini informasi memegang peranan penting dalam dunia teknologi yang sekarang terus berkembang. Perkembangan teknologi tersebut mencakup berbagai bidang kehidupan telah menuntut adanya perubahan paradigma lama salah satunya adalah bidang penjualan. Semakin tinggi tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan dalam berbagai sektor, termasuk juga sektor penjualan. Terdapat banyak kegiatan pemasaran ke pelanggan, yaitu toko kelontong, warung, dan grosir (Ningsih, Perdana, Firly, Juniarsah, Suryadi, dan Kurniawan, 2012).

Dalam mengembangkan usahanya suatu perusahaan harus memperhatikan unsur-unsur penting dalam manajemen pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi. Perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimalkan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mencapai laba maksimal. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai alat ukur terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya (Ningsih, Perdana, Firly, Juniarsah, Suryadi, dan Kurniawan, 2012).

PT. Jumbo Berkas Lestari merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendistribusian minuman bir anker di Palembang. Pesaing usaha sejenis di kota Palembang sangat banyak, hal ini merupakan salah satu yang menyebabkan volume penjualan produk-produk PT. Jumbo Berkas Lestari dari waktu ke waktu mengalami kenaikan maupun penurunan dalam artian

tidak selalu stabil. Kenyataan ini dapat dilihat hasil volume penjualan dari tahun ke tahun. Faktor lain yang menyebabkan volume penjualan tidak stabil adalah kegiatan promosi yang dilakukan kurang maksimal.

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan akan menimbulkan biaya, biaya tersebut disebut Biaya Promosi. Biaya promosi disebut juga sebagai pengorbanan ekonomis yang menjadi beban perusahaan untuk melaksanakan kegiatan promosinya. Biaya promosi meliputi potongan harga, spanduk, dan kalender. Biaya Promosi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan Volume Penjualan (Yulitasari, 2014).

Faktor lain yang mempengaruhi penjualan adalah distribusi. Distribusi digunakan untuk memasarkan produk ke tempat konsumen itu berada sehingga konsumen tidak memikirkan masalah pengangkutan barang yang dibeli. Pelaksanaan sistem distribusi dipengaruhi oleh biaya pengangkutan persediaan dan pergudangan. Biaya-biaya tersebut digunakan sebagai salah satu alat dalam perencanaan dan pengendalian distribusi, sehingga pengambilan keputusan dapat diputuskan. Sehingga, biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, yaitu biaya transportasi. Biaya Distribusi yang dikeluarkan diharapkan dapat meningkatkan Volume Penjualan (Yulitasari, 2014).

Berdasarkan gambaran umum permasalahan di atas, penulis tertarik untuk membahas masalah biaya promosi dan biaya distribusi yang dikaitkan dengan penjualan dengan mengambil judul penelitian “**Analisis Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Minuman Bir Anker Pada PT. Jumbo Berkat Lestari**”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan minuman bir anker pada PT Jumbo Berkat Lestari.

1.3. Batasan Masalah

Mengingat adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian dan untuk menghindari kompleksitas yang mungkin timbul dan memungkinkan akan memakan waktu yang lama dalam melakukan penelitian, maka diberikan batasan-batasan dalam melakukan penelitian seperti:

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan minuman bir anker pada PT. Jumbo Berkat Lestari
2. Dalam melakukan penelitian data yang digunakan hanya 2013, 2014, dan 2015.

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang telah dibahas di bagian rumusan masalah yaitu: mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak dari biaya promosi dan biaya distribusi terhadap volume penjualan minuman bir anker pada PT. Jumbo Berkat Lestari.

Adapun Manfaat yang diberikan dari hasil penelitian ini yaitu, sebagai bahan informasi bagi pemimpin perusahaan untuk mempertimbangkan kebijakan, khususnya tentang biaya promosi dan biaya distribusi terhadap peningkatan volume penjualan minuman bir anker.

1.5. Jadwal Pelaksanaan

Jadwal pelaksanaan menunjukkan daftar kegiatan serta waktu di mulainya suatu kegiatan sehingga selesai. Penulis memulai kegiatan penelitian ini pada bulan Februari 2016 dan selesai pada bulan November 2016, dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Tabel Jadwal Pelaksanaan

Kegiatan	Tahun 2016									
	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov
Persiapan										
Wawancara										
Observasi awal										
Pengumpulan data										
Pengolahan data										
Pembuatan Laporan										

