BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perusahaan kini harus memikirkan kembali misi bisnis dan strategi pemasaran mereka secara kritis. Perusahaan masa kini tidak bergerak dalam pasar dengan saingan yang sudah diketahui dan sudah pasti, atau pilihan pelanggan yang stabil, melainkan dalam perang antara saingan yang terus berubah, kemajuan teknologi, hukum baru, garis akhirnya tidak ada dan tidak ada 'kemenangan' permanen. Mereka harus terus berlomba, dan berharap bahwa mereka bergerak searah dengan keinginan masyarakat.

Sewaktu masih 'bisnis seperti biasa', perusahaan dapat berhasil dengan membuat produk dan mendukungnya dengan iklan/promosi dan penjualan yang agresif. Ini yang dulu disebut 'pemasaran' dan masih merupakan pandangan awam. Sayang sekali banyak pimpinan perusahaan masih berpikir bahwa pemasaran adalah menyuruh bagian penjualan menjual keluar apapun yang dihasilkan/dijual oleh perusahaan. Pandangan ini adalah jalan menuju kehancuran.

Sadarilah bahwa pelanggan masa kini menemukan banyak sekali produk dalam setiap kategori. Sadarilah bahwa pelanggan memiliki beraneka ragam kebutuhan dalam kombinasi serta harga barang/jasa. Sadarilah bahwa harapan mereka akan mutu dan pelayanan tinggi serta terus meningkat. Di tengah pilihan yang begitu banyak, pelanggan cenderung memilih tawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan serta harapan masing-masing. Mereka membeli suatu produk berdasarkan pandangan nilai mereka.

Di dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan dibidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan disrtibusi. Sesuai dengan perkembangan kemajuan dalam program pemasaran dewasa ini mengharuskan setiap perusahaan untuk mengambil suatu kebijaksanaan dalam masalah saluran distribusinya. Untuk itu semua perusahaan perlu melaksanakan fungsi distribusi dan hal ini sangat penting bagi perkembangan perekonomian masyarakat karena bertugas menyampaikan barang-barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen.

Menurut Basu Swastha DH : [1]

> Saluran Distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

---

[1] Basu Swastha DH.Drs.MBA.,Azas-Azas Marketing ,Edisi ke-4, 1984,.Penerbit Liberty, Yogyakarta, hal. 190

Agar kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan lancar, salah satu faktor yang penting dan menentukan dalam kegiatan pemasaran adalah penggunaan saluran distribusi yang efektif dan efesien. Dalam hal ini peranan saluran distribusi memegang peranan penting di dalam kegiatan perusahaan dan untuk dapat meningkatkan volume penjualannya.

Perusahaan PD. GANI ABADI adalah perusahaan distributor yang bergerak dibidang trading company. Yaitu perusahaan yang menjual berbagai macam jenis makanan dan minuman yang kemudian akan dipasarkan di dalam dan di luar kota palembang. Dalam menjalankan usahanya PD. GANI ABADI menghadapi banyak persaingan beberapa di antaranya seperti PT. Indomarco dan PT. Hadi Sempana, yang menjadi pesaing bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan volume penjualan Salam Mie Goreng. Di mana PT. Indomarco yang menjual Indomie Goreng dan PT. Hadi Sempana yang menjual Sarimi Goreng lebih di kenal oleh masyarakat dibandingkan dengan Salam Mie Goreng. Perusahaan di dalam memasarkan barangnya hanya terbatas pada daerah-daerah tertentu saja. Dan saluran distribusi yang digunakan adalah : saluran distribusi tak langsung yaitu ' Distributor------Pengecer------Konsumen' . Berdasarkan pengamatan dalam beberapa bulan terakhir ini penjualan Mie Salami Mie Goreng mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Perusahaan PD. GANI ABADI Palembang
Volume penjualan Salam Mie Goreng
Tahun 1999

Bulan	Penjualan (Rp)
Januari	9.239.000
Febuari	11.484.000
Maret	17.797.000
April	19.570.000
Mei	22.550.000
Juni	18.770.000
Juli	21.085.000
Agustus	19.345.000
September	17.530.000
Oktober	12.325.000
November	11.100.000
Desember	9.374.000

Sumber : PD. Gani Abadi Palembang

Berdasarkan keadaan inilah yang mendorong minat penulis untuk meneliti dan membahas masalah-masalah yang sedang dihadapi oleh PD. GANI ABADI Palembang sebagai objek penelitian dengan judul " PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN MIE SALAM MIE GORENG PADA PD. GANI ABADI PALEMBANG ".

1.2 Perumusan masalah

Di dalam menjalankan kegiatan usahanya setiap perusahaan dihadapkan kepada suatu masalah baik permasalahan yang datang dari luar perusahaan maupun permasalahan yang datang dari dalam perusahaan itu sendiri. Berdasarkan uraian dan tabel di atas secara spesifik dapat dirumuskan yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah 'Kurang Luasnya Daerah Pemasaran Mie Salam Mie Goreng Pada PD. Gani Abadi Palembang'.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.

Dalam penulisan skripsi ini penulis hanya meneliti masalah pemasaran khususnya masalah kebijaksanaan saluran distribusi yang digunakan pada Perusahaan PD. GANI ABADI Palembang walaupun tidak tertutup kemungkinan penulis mengkaitkan pembahasan diatas dengan perusahaan lainnya.

1.4 Tujuan dan Kegunaan penelitian

1.4.1 Tujuan yang diharapkan dari penulisan skripsi ini adalah :

1) Untuk mengetahui usaha apa saja akan yang dilakukan oleh PD. Gani Abadi Palembang dalam usahanya mengadakan perluasan daerah agar dapat meningkatkan volume penjualan .
2) Untuk mengetahui usaha-usaha apa saja yang diambil oleh perusahaan dalam mengatasi kendala yaug muncul dalam memasarkan produknya guna meningkatkan volume penjualannya.

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Bagi Perusahaan

- Dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menetapkan kebijaksanaan dibidang pemasaran selanjutnya, khususnya meliputi kebijaksanaan saluran distribusi
- Membantu pimpinan perusahaan dalam memahami arti pentingnya pemasaran guna menunjang peningkatan volume penjualan dan upayanya dan melakukan perluasan daerah.

Bagi Penulis

- Memberikan kesempatan bagi penulis dalam menerapkan ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran yang telah dieroleh selama mengikuti perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi Palembang.

- Untuk memenuhi prasyarat dalam menempuh ujian akhir sarjana ekonomi di sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Musi Palembang.
- Menambah pengetahuan dan pengalaman bagi penulis di bidang penelitian dalam menyusun karangan ilmiah.

1.5 Metodologi penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan penulis di Perusahaan PD. GANI ABADI Palembang yang terletak di Jalan Tembus Patal Pusri No. 41 C - D Palembang. Penulis memilih perusahaan ini karena berkaitan erat dengan tujuan dari penelitian ini dimana penulis memperoleh informasi maupun data yang diperlukan oleh penulis dalam penyusunan skripsi ini.

1.5.2 Tehnik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis memerlukan data yang meliputi adalah :

1. Data primer

   Jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utamanya baik merupakan data kualitatif maupun data kuantitatif. data ini diperoleh penulis melalui cara :

a. Wawancara atau Interview

Pengumpulan data dengan cara bertanya langsung pada pimpinan dan karyawan PD. Gani Abadi Palembang selaku distributor utamanya.

b. Observasi

Pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap keadaan obyek dan daerah penelitian secara langsung dengan melakukan pencatatan secara cermat untuk memperoleh data tentang keadaan perusahaan , yang diperlukan dalam penyususnan dan penulisan laporan ini .

2. Data Sekunder

Jenis data yang diperoleh dan digali secara tidak langsung melalui hasil pengolahan peneliti pertama dari hasil penelitian lapangan , baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif. data tersebut diperoleh dengan melakukan penelitian kepustakaan , mempelajari laporan – laporan, buku - buku. Adapun tujuan dilakukan semua itu adalah untuk mendapatkan teori - teori yang relevan dengan masalah yang sedang dianalisis oleh penulis dalam skripsi ini.

1.6 Tehnik Analisis

Dalam melakukan analisa data agar sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, penulis melakukan analisis kualitatif yaitu memusatkan perhatian kepada permasalahan dengan mencatat, menguraikan, mengklasifikasikan, serta menganalisa data-data hingga sampai pada menyusun kesimpulan akhir.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan di dalam pembahasan laporan ini penulis akan menguraikan bab demi bab, yang terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan dimana di dalamnya penulis mencoba menjelaskan tentang latar belakang masalah yang akan dibahas. Perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan, dan kegunaan penelitian dan metodologi penelitian yang penulis gunakan. Dalam bab ini dapat juga dilihat sistematika skripsi ini.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini penulis akan menguraikan tentang landasan teori yang di pakai penulis yaitu pengertian pemasaran, pengertian dan fungsi saluran distribusi. pengertian manajemen saluran distribusi, bentuk-bentuk saluran distribusi , faktor - faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, strategi distribusi dan pembinaan saluran.

Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Dalam bab ini penulis akan menguraikan sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab, jenis produk yang disediakan dan saluran distribusi.

Bab IV Analisa

Dalam bab ini akan dibahas mengenai masalah pemasaran yang dihadapi oleh perusahaan dalam usaha meningkatkan volume penjualan melalui variabel-variabel marketing mix, khususnya saluran distribusi.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Pada bab kelima yang merupakan bab terakhir dari keseluruhan bab yang akan dibahas , dimana penulis akan menarik kesimpulan dari bab-bab terdahulu dan penulis juga akan mencoba memberikan saran-saran bagi PD GANI ABADI Palembang.