

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

DI era globalisasi dan industri yang semua kegiatan dimudahkan dan kendaliakan oleh digital berdampak terhadap perekonomian di Indonesia yang sedang mengalami pertumbuhan khususnya di dunia usaha. Dengan semakin banyak dunia usaha ini maka persaingan antara perusahaan sejenis akan semakin ketat, sehingga membuat perusahaan melakukan berbagai hal untuk memajukan, mempertahankan, dan mengembangkan usahanya. Oleh karena itu, dibutuhkan metode-metode yang tepat untuk memasarkan produknya di pasar.

Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, Koran, tempat, property, orgaisasi, informasi dan ide (kotler and keller, 2008: 4).

Dalam dunia industi modern persaingan semakin ketat hal ini disebabkan karena banyaknya perusahaan yang memproduksi baranag sejenis sehingga tidak dapat menjual barangnya secara langsung kepada konsumen. Kegiatan pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan, dimana dalam kegiatan pemasaran salah satunya mencakup kegiatan distribusi. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu definisi terpendek adalah memenuhi kebutuhan secara menguntungkan (Kotler and Keller, 2007: 6). Pemasaran ada di mana-mana. Formal atau informal, orang

atau organisasi terlibat dalam sejumlah kegiatan yang dapat disebut pemasaran. Pemasaran yang baik semakin menjadi unsur yang vital bagi keberhasilan bisnis (Kotler and Keller, 2007 :3).

Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Dan pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). PT.Jayaputra Semesta merupakan perusahaan penyalur barang elektronik dengan merek DAT mempunyai berbagai produk yang Anda butuhkan dan semuanya tersedia dalam kualitas yang terbaik dengan harga yang bersahabat. Speaker audio adalah produk unggulan DAT. PT.Jayaputra Semesta mempunyai berbagai tipe speaker audio dengan spesifikasi dan model yang unik dan berbeda. Juga bisa dengan mudah menemukan produk yang memenuhi kebutuhan masyarakat baik dirumah ataupun untuk tempat usaha. Selain speaker audio, DAT juga menyediakan produk terbaik untuk audio kendaraan, komputer, gaming dan lain sebagainya. Dan dalam penyaluran distribusi perusahaan harus mempunyai strategi-strategi yang tepat agar dalam penawaran produknya ke pasar berjalan dengan lancar dan sesuai dengan apa yang diharapkan perusahaan.

Menurut Philip Kotler (2007:122), 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. Sedangkan menurut Keegan (2003 : 136) distribusi adalah sistem yang menghubungkan manufaktur kepada pelanggan, saluran konsumen dirancang untuk menempatkan produk tersebut ditangan orang-orang untuk digunakan sendiri, sedangkan saluran barang industri menyampaikan produk kemandukatur atau organisasi yang menggunakan produk tersebut dalam proses produksi ataudalam operasi sehari-hari. Menurut Sofyan Assauri (2004 : 83) distribusi merupakan suatu lembaga yang memasarkan produk, yang berupa barang atau jasa dari produsen kekonsumen.

Volume penjualan adalah tingkat aktivitas perusahaan baik produksi maupun penjualan. Volume penjualan merupakan penjualan yang dinyatakan dalam jumlah penjualan banyaknya satuan fisik atau jumlah uang yang harus dicapai. Dalam suatu perusahaan tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan volume penjualan yang menguntungkan dalam arti dapat menghasilkan pendapatan secara optimal dan meningkatkan laba. Menurut Swastha (2002: 197), “Volume penjualan adalah suatu studi mendalam tentang masalah penjualan bersih dari laporan rugi laba perusahaan (laporan operasi)”.

Salah satu aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah pemilihan saluran distribusi, karena kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini bisa memperlambat bahkan bisa menghambat penyaluran barang dari produsen ke konsumen. Keputusan saluran pemasaran merupakan salah satu keputusan paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih perusahaan sangat mempengaruhi semua keputusan pemasaran lain. PT.Jayaputra

Semesta merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distributor atau penyalur barang-barang Elektronik dengan merek DAT dengan berbagai jenis merek dan berbagai jenis barang elektronik. Yang mana produk elektronik ini telah memenuhi standar. Adapun berbagai cara untuk mendistribusikan suatu produk agar lebih cepat ke tangan konsumen dengan mempertahankan nilai efisiensi pada tahap itu sendiri.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti di PT.Jayaputra Semesta dalam Pendistribusian Speaker (DAT) dimana dalam melakukan promosi dan pendistribusian ditemukan hasil yang kurang efisien, yang dapat mempengaruhi volume penjualan speaker DAT yang dilakukan oleh perusahaan PT.Jayaputra Semesta. Hal-hal yang dapat menurunkan volume penjualan dari perusahaan PT.Jayaputra Semesta yaitu pendistribusian yang tidak merata antara agen.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang diuraikan diatas maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN Speaker DAT di PT.JAYAPUTRA SEMESTA DI KOTA PALEMBANG”**

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan speaker (DAT) tahun 2019**

No	Bulan	Total penjualan
1	Januari	628
2	Februari	611
3	Maret	575
4	April	392

Sumber : PT.Jayaputra Semesta

Tabel diatas menunjukkan tingkat data Jumlah penjualan speaker (DAT) dari bulan januari sampai bulan april tahun 2019 di PT.Jayaputra Semesta kota Palembang.

## **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh distribusi PT.JAYAPUTRA SEMESTA terhadap volume penjualan produk elektronik (DAT) serta kendala-kendala apa yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah yang ada dalam penelitian yaitu “Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan speaker DAT di PT.JAYAPUTRA SEMESTA kota Palembang?”

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan :

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk meningkatkan pengembangan wawasan keilmuan dan kesempatan untuk menerapkan teori berkaitan dengan manajemen pemasaran yang telah dipelajari di bangku perkuliahan.

- b. Bagi Perusahaan

Sebagai salah satu bentuk masukan bagi perusahaan agar bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk memecahkan suatu masalah yang telah diperoleh penulis dapat mengetahui tentang pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan di PT. Jayaputra Semesta, serta dapat menjadi acuan bagi

penelitian-penelitian berikutnya yang terkait.

c. Bagi Akademik

Dari penelitian ini diharapkan sebagai referensi bagi para mahasiswa yang melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan saluran distribusi istribusi.

### **1.5 Ruang Lingkup**

Dalam penelitian ini, penulis membatasi laporan ini hanya fokus pada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan sepeaker DAT di PT.JAYAPUTRA SEMESTA

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab, yang terdiri dari :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, seperti pengertian pemasaran dan manajemen pemasaran, pengertian saluran distribusi, jenis-jenis, fungsi, strategi, dan indikator, pengertian volume penjualan, indikator, faktor-faktor, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisi tentang variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berisi deskripsi tentang saluran distribusi terhadap volume penjualan objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

### **BAB V : PENUTUP**

Berisi tentang kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**