

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang produk maupun jasa mempunyai tujuan untuk tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut dapat dicapai melalui upaya untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba operasional perusahaan. Hal ini dapat dilakukan, jika perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualan produk atau jasa yang mereka produksi. Dengan melakukan penerapan saluran distribusi yang akurat melalui pemanfaatan peluang dalam meningkatkan penjualan, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat ditingkatkan atau dipertahankan. Sehubungan dengan hal tersebut pelaksanaan pemasaran modern dewasa ini mempunyai peranan yang sangat besar sebagai penunjang langsung terhadap peningkatan laba perusahaan.

Strategi pemasaran bagian suatu wujud rencana yang terurai di bidang pemasaran. Untuk memperoleh hasil yang optimal, strategi pemasaran ini mempunyai ruang lingkup yang luas di bidang pemasaran diantaranya adalah strategi dalam menghadapi persaingan, strategi harga, strategi produk, strategi pelayanan dan sebagainya.

Perusahaan perlu mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam persaingan hal ini akan sangat membantu dalam mengenali diri, serta memanfaatkan setiap peluang yang ada dan menghindari atau meminimalkan. Dimana strategi pemasaran merupakan upaya mencari posisi pemasaran yang menguntungkan dalam suatu Industri atau arena fundamental persaingan berlangsung. Pemasaran di suatu perusahaan, selain bertindak dinamis juga harus selalu menerapkan prinsip-prinsip yang unggul dan perusahaan harus meninggalkan kebiasaan-kebiasaan lama yang sudah tidak berlaku serta terus

menerus melakukan inovasi. Karena sekarang bukanlah zaman dimana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen, melainkan sebaliknya konsumen memaksakan kehendaknya terhadap produsen.

Perusahaan memerlukan suatu saran untuk mempertahankan pasar perusahaan, bahkan untuk meningkatkan penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan yaitu dengan sarana periklanan dan promosi penjualan. Kebijakan perusahaan untuk mempertahankan pasar terutama karena adanya realitas persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dengan perusahaan lain. Persaingan pada hakikatnya adalah merebut pangsa pasar yang dalam prakteknya berupaya kegiatan menarik pembeli potensial. Kelangsungan suatu perusahaan dapat diukur dari keberhasilan perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya dan untuk itu perusahaan mengantisipasinya dengan menyelenggarakan kegiatan promosi.

Kegiatan suatu perusahaan akan berjalan dengan lancar dan baik apabila sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Rencana pemasaran mencakup pengembangan program jangka pendek dan jangka panjang untuk masalah-masalah yang luas dalam marketing mix yang meliputi pengembangan produk, struktur harga, distribusi dan promosi. Perencanaan pada masing-masing variabel marketing mix selalu mengadakan interaksi dengan variabel lainnya, untuk meningkatkan volume penjualan memerlukan usaha yang sungguh-sungguh dari perusahaan. Disini yang mempunyai peranan penting dalam meningkatkan usaha penjualan perusahaan adalah pada bagian penjualan dan pemasaran. Peranan penting dalam usaha menaikkan volume penjualan melalui periklanan dan promosi. Bagi perusahaan pada umumnya mempunyai tiga tujuan utama dalam melaksanakan penjualannya yaitu mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu dan menunjang pertumbuhan hidup perusahaan.

Dengan latar belakang diatas, menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana penerapan saluran distribusi yang dilakukan PT. Samudera Sriwijaya Logistik dalam meningkatkan volume penjualannya dengan demikian

penulis memilih judul laporan akhir sebagai berikut: Analisis saluran distribusi Freight Forwarder jasa pada PT. Samudera Sriwijaya Logistik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang serta batasan masalah diatas, dalam penelitian ini dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut Bagaimana Saluran Distribusi Freight Forwarder di bidang Distribusi pada PT. Samudera Sriwijaya Logistik?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk mempermudah dan membuat laporan akhir ini terarah dan tidak menyimpang dari perumusan masalah, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan. Adapun ruang lingkup yang akan dibahas penulis Saluran Distribusi Freight Forwarder

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Mengetahui Saluran Distribusi Freight Forwarder di bidang Distribusi pada PT. Samudera Sriwijaya Logistik

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah dalam dunia kerja

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat sebagai bahan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan dan mempertahankan pasar

c. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan kajian ilmu dan menambah referensi dalam dunia ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan saluran distribusi dan forwarding khususnya mengenai jasa, produk, dan marketing.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Samudera Sriwijaya Logistik yang beralamat Jl Jenderal Sudirman, KM 3,5 No.² 528, 20 Ilir, Kec. Ilir Tim I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30129, dengan menganalisis data untuk mengetahui saluran distribusi yang diterapkan.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini berasal dari dua sumber, yaitu:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah pengambilan data dengan instrument pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung dengan teknik wawancara informan atau sumber langsung. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2015). Adapun dalam penelitian ini sumber data primer adalah karyawan kantor.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer yaitu melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, majalah, Koran , arsip tertulis yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti pada penelitian ini. Sumber sekunder merupakan

sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Sumber data sekunder ini akan mempermudah peneliti untuk mengumpulkan data-data dan menganalisis hasil dari penelitian yang mempunyai tingkat validitas yang tinggi

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan

Wawancara yaitu suatu cara pengumpulan data berupa percakapan dua arah antara peneliti dengan orang yang diteliti yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Pada penelitian ini wawancara dilakukan kepada informan kunci yaitu manajer pemasaran dan pimpinan PT Samudera Sriwijaya Logistik dilakukan secara semi terstruktur dalam bahasa Indonesia selama 30 menit. Inti dari wawancara adalah menanyakan tentang distribusi logistik.

b. Riset Kepustakaan (*library research*)

Dalam riset kepustakaan ini penulis akan mengambil data-data atau informasi yang ada kaitannya dengan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini yakni saluran distribusi di PT Samudera Sriwijaya Logistik.

1. Teknik Analisa Data Metode atau cara untuk mendapatkan sebuah data menjadi informasi sehingga karakteristik data tersebut menjadi mudah untuk dipahami dan juga bermanfaat. Setelah hasil penelitian dikumpulkan, maka pada tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Data primer dan data sekunder yang telah dikumpulkan tidak langsung dianalisis, melainkan terlebih dahulu diperiksa dengan tujuan untuk menguji apakah data mengalami kekurangan atau kesalahan.

Setelah melalui proses ini, data kemudian diedit secara keseluruhan sehingga menghasilkan data yang lengkap dan sempurna. Jelas dan mudah dibaca serta konsisten. Proses ini disebut editing, yaitu langkah yang dilakukan untuk meneliti kembali data-data yang diperoleh dilapangan, baik itu yang diperoleh melalui wawancara atau dokumentasi.

1.5.4 Analisa Data

Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu penelitian akan mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana Saluran Distribusi yang dilakukan PT Samudera Sriwijaya Logistik.. Penulis menggunakan daftar pertanyaan berbentuk wawancara pada pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis bahas dalam laporan ini.

Menurut Sugiyono (2018:423) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah dimana pola pikir penelitian menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif yang bersifat deduktif, tetapi data yang dikumpulkan adalah kualitatif. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2019:321) bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Untuk itu perlu segera

dilakukan analisis data melalui reduksi data. Menurut Sugiyono (2018:485) Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian atau narasi singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya, Miles dan Huberman (2012) dalam Sugiyono (2018:488) menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif singkat. Peneliti mampu mereduksi data kedalam huruf besar, huruf kecil dan angka, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Dalam mendisplay data, huruf besar, huruf kecil dan angka disusun kedalam urutan sehingga strukturnya dapat dipahami (Sugiyono, 2019:488).

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2018:492) adalah kesimpulan. "Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel". Kesimpulan dalam penelitian penelitian

kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan masih dapat berubah dan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan ini juga nantinya akan diverifikasi di lapangan selama penelitian berlangsung dengan maksud menguji kebenarannya, dan kecocokannya sebagai bukti validitasnya.

