

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dunia bisnis saat ini tengah mengalami kemajuan yang sangat signifikan mulai dari bisnis produk maupun jasa. Hal ini dipengaruhi oleh banyaknya kreativitas dari wirausaha di dunia bisnis, tidak hanya dari kalangan masyarakat biasa tetapi juga dari perusahaan-perusahaan besar. Dengan banyak ide-ide yang bermunculan dalam menjalankan suatu bisnis, ini tentunya akan menimbulkan persaingan antar perusahaan dan wirausaha dalam menjalankan bisnisnya masing-masing. Perkembangan dunia usaha yang ketat menuntut perusahaan-perusahaan untuk selalu mengembangkan usahanya dan merebut pasar untuk mendapatkan konsumen. Apalagi kebutuhan manusia yang semakin hari semakin beragam yang harus dipenuhi. Kebutuhan utama yang harus dipenuhi yaitu kebutuhan yang bersifat fisiologis atau disebut juga dengan kebutuhan primer. Salah satu kebutuhan primer yang harus dipenuhi adalah kebutuhan akan makanan dan minuman seperti yang diketahui bahwa manusia tidak akan bisa hidup tanpa makan dan minum.

Minimarket Kopkar Pura II Balido adalah Minimarket milik Koperasi Karyawan (Kopkar) Angkasa Pura II Balido beralamat di Bandara Internasional Sultan Mahmud Badaruddin II Palembang yang bergerak di bidang *retail* dalam bentuk Minimarket. Bidang usaha yang digeluti oleh Minimarket Kopkar Pura II Balido adalah toko yang menjual berbagai macam produk yang biasanya digunakan sehari-hari. Minimarket Kopkar Pura II Balido melayani pembelian secara tunai dengan jangkauan daerah Palembang khususnya di dalam area Bandara SMB II Palembang.

Minimarket Kopkar Pura II Balido menawarkan produk – produk yang biasanya digunakan sehari-hari oleh konsumen, seperti macam-macam produk Sembako, Perlengkapan dapur, Minuman botol, Makanan ringan, Perlengkapan toiletries, makanan Instan, Rokok, Produk-produk kecantikan, Obat-obatan, dan lain-lain. Semua produk ini disesuaikan berdasarkan minat konsumen baik

dari konsumen kalangan kelas ekonomi keatas, menengah hingga bawah dengan harga yang relatif terjangkau.

Dalam memasarkan atau menjual produknya Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang, Membutuhkan adanya kegiatan saluran distribusi, Maka saluran distribusi yang tepat haruslah diperhatikan. Pemilihan saluran distribusi yang benar dapat menghemat waktu, Jarak dan Biaya bagi produsen dan Konsumen. Adapun aktivitas penyaluran distribusi yang dilakukan yaitu perusahaan membeli produk dalam jumlah partai besar kepada pihak waralaba sebagai whole saler/Pedagang besar kemudian Minimarket Kopkar Pura II Balido sebagai pengecer akan menjual produk tersebut ke konsumen. adapun saluran pemasaran produk pada Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang menggunakan saluran tingkat satu (*a zero level Channel*) Seperti mata rantai berikut ini:



Selain itu untuk memasarkan produknya Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang juga melakukan aktivitas promosi. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan baik yang bergerak dibidang penjualan barang maupun jasa untuk memperkenalkan produk dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Adapun aktivitas promosi yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan menggunakan *brosur*, potongan harga dan *personal selling*.

Penerapan saluran pemasaran diharapkan dapat berpengaruh baik terhadap volume penjualan yang ada. Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupee). Jika dalam pemilihan strategi pemasaran kurang baik maka akan berpengaruh buruk terhadap volume penjualan yang di dapat.

Adapun target penjualan dan realisasi penjualan Minimarket Kopkar Pura II Balido pada tahun 2012-2015 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Target dan Realisasi Penjualan Minimarket Kopkar Pura II Balido
Periode tahun 2013-2015 (dalam rupiah)

No	Tahun	Target	Realisasi	Persentase Pencapaian
1	2013	750.000.000,-	935.086.450,-	124%
2	2014	885.132.000,-	895.478.368,-	101%
3	2015	780.000.000,-	824.640.760,-	105%

Sumber: Minimarket Kopkar Pura II Balido, 2015

Dilihat dari tabel realisasi di atas dapat diketahui bahwa realisasi penjualan pada Minimarket Kopkar Pura II Balido selalu mengalami fluktuasi. Maka untuk dapat meningkatkan volume penjualan pertahunnya serta untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang harus mempunyai saluran pemasaran yang tepat

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“TINJAUAN TERHADAP PENERAPAN SALURAN DISTRIBUSI PADA MINIMARKET KOPKAR PURA II BALIDO PALEMBANG “**

1.2 Rumusan Masalah

Dari berbagai penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang akan dibahas adalah “Bagaimanakah penerapan saluran distribusi pada Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang”?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak terjadi penyimpangan dalam membahas permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup yang akan dibahas yaitu bagaimanakah penerapan saluran distribusi pada Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam Penulisan Laporan Akhir ini adalah untuk mengetahui Bagaimanakah Saluran Distribusi yang diterapkan pada Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran serta dapat menerapkan ilmu yang didapat sesuai dengan studi manajemen pemasaran
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan dalam meningkatkan pemasaran. khususnya agar mengetahui Bagaimanakah Saluran Distribusi pada Minimarket Kopkar Pura II

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian di Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang di Jalan Gubernur H.Asnawi Mangku Alam Bandara Internasional SMB II Palembang mengenai Saluran Distribusi pada Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari sumber langsung, yaitu Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang melalui wawancara, seperti saluran distribusi yang digunakan

2. Data sekunder.

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil kepustakaan dan data yang telah diolah oleh Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang, seperti sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan, target dan realisasi penjualan 3 tahun terakhir.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada Laporan Akhir ini adalah:

1. Riset Lapangan

a. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono dalam Setiawan (2014:35) wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (panduan wawancara). Dalam hal ini Penulis akan melakukan wawancara dengan pengurus Minimarket Kopkar Pura II

b. Observasi

Observasi langsung yaitu dengan pengamat langsung ke lapangan untuk mengetahui secara langsung mengenai hal yang berkaitan dengan bauran pemasaran pada Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang

2. Riset Kepustakaan

Disini penulis melakukan riset kepustakaan dengan cara mengumpulkan data berupa teori-teori yang relevan dengan pembahasan permasalahan sehingga diperoleh pengetahuan secara teoritis mengenai masalah yang akan dibahas. Landasan teori tersebut diperoleh dengan

membaca literature, artikel-artikel, dan sumber ilmu pengetahuan lainnya.

1.5.4 Analisis Data

Adapun metode yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini adalah menggunakan metode analisa yang bersifat deskriptif kualitatif. Dimana data yang diperoleh, dianalisa dengan mengacu pada teori-teori manajemen yang berhubungan dengan masalah saluran distribusi yang dilakukan oleh Minimarket Kopkar Pura II Balido Palembang.