

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Perkembangan dunia saat ini berjalan dengan pesat, dalam dunia bisnis tidak hanya menyediakan peluang tetapi juga tantangan, sehingga menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Setiap perusahaan selalu ingin mendapatkan cara terbaik guna merebut dan mempertahankan pangsa pasar. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan dibutuhkan ketepatan penggunaan strategi dalam memasarkan produk, dalam hal ini menggunakan strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi bauran pemasaran tersebut terbagi menjadi empat unsur yaitu, strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran/distribusi, dan strategi promosi (Assauri, 2013:198).

Saluran Distribusi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran (*marketing mix*), disamping dari strategi produk, harga jual, dan promosi. Suatu perusahaan harus pandai dalam melakukan penyebaran produknya, karena perusahaan tidak hanya menghasilkan barang atau jasa tetapi mencari jalan keluar untuk menyalurkan hasil produksinya agar produk perusahaan dapat dijangkau semua kalangan konsumen. Hal ini dimaksudkan serangkaian kegiatan yang dilakukan dalam saluran distribusi sangat menentukan bagi suatu perusahaan dimana hasil produksi dikirimkan kepada konsumen untuk dipasarkan. Selain itu, kegiatan dalam saluran distribusi ini dilakukan dengan tujuan agar sampai ke tangan konsumen tepat pada waktunya.

Suatu perusahaan yang menyadari tingginya tingkat persaingan pasti akan merencanakan dan menjalankan strategi guna meningkatkan volume penjualan. Adanya saluran distribusi yang baik maka jangkauan penyebaran produk ke daerah pemasaran semakin luas.

Salah satu industri di bidang makanan dan minuman yang memiliki potensi untuk berkembang adalah industri es krim, hal ini dikarenakan hampir disemua usia mengkonsumsi es krim dari usia balita hingga lansia. Selain itu es krim

sudah sangat luas penjualannya, hal ini dapat dibuktikan dengan mudahnya es krim tersebut dijumpai, baik itu di pusat perbelanjaan sampai warung, dari perkotaan sampai perdesaan. Ada beberapa perusahaan di kota Palembang yang bergerak dalam kegiatan penjualan es krim diantaranya PT. Campina Es Krim, PT. Indo Es Krim Meiji, PT. Diamond dan PT. Rasa Prima Selaras Palembang selain itu juga ada outlet yang menjual es krim secara khusus seperti Baskin Robbin's (Manurung, 2015:3).

PT. Rasa Prima Selaras Palembang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang usaha penjualan es krim dengan merek Wall's. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 8 Agustus 2000 di Palembang yang beralamat di jalan Pengadilan Tinggi no. 2761 Karya Baru KM. 9 Palembang. Selain rasa produk yang cukup bervariasi, saluran distribusi yang baik harus dapat dilakukan oleh perusahaan mengingat perusahaan ini bergerak dalam bidang usaha penjualan sehingga target penjualan dapat terealisasi. Adapun target penjualan dan realisasi penjualan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Realisasi Penjualan PT Rasa Prima Selaras Palembang
Tahun 2011-2015
(dalam rupiah)

Tahun	Target Penjualan	Realisasi Penjualan
2011	28.000.000.000	26.790.985.600
2012	36.000.000.000	37.362.086.400
2013	47.000.000.000	30.376.676.267
2014	40.000.000.000	27.915.042.133
2015	37.000.000.000	17.277.853.867

(Sumber: PT Rasa Prima Selaras, 2016)

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas baik target penjualan maupun realisasi penjualan mengalami fluktuasi setiap tahunnya, pada tahun 2011 target penjualan perusahaan sebesar Rp. 28.000.000.000 dan volume penjualan sebesar Rp. 26.790.985.600, sedangkan pada tahun 2012 target penjualan meningkat sebesar

Rp. 36.000.000.000 dan realisasi penjualan sebesar Rp. 37.362.086.400, tapi pada tahun 2013 target penjualan yaitu sebesar Rp. 47.000.000.000 dengan realisasi penjualan menurun menjadi Rp. 30.376.676.267, pada tahun 2014 target penjualan menurun menjadi Rp. 40.000.000.000 tapi realisasi penjualan tetap tidak mengalami kenaikan yaitu Rp. 27.915.042.133, dan pada tahun 2015 target penjualan juga menurun menjadi Rp. 37.000.000.000 namun tetap terjadi penurunan pada volume penjualan menjadi Rp. 17.277.853.867. Dapat dilihat pada tahun 2013-2014 target penjualan dan realisasi penjualan PT. Rasa Prima Selaras Palembang mengalami penurunan yang tidak sesuai dengan realisasi penjualan yang di rencanakan.

Agar konsumen bersedia menjadi pelanggan, mereka terlebih dahulu harus dapat mencoba dan merasakan produk yang diproduksi oleh perusahaan akan tetapi mereka tidak akan melakukan hal tersebut jika kurang yakin terhadap produk tersebut. Oleh karena itu setiap produk yang diproduksi harus dikontrol dan di pasarkan dengan kualitas produk yang baik yang tentunya dapat bersaing dengan produk yang sejenis.

Salah satu usaha untuk meningkatkan volume penjualan produk dilakukan dengan cara pendistribusian yang baik. Semakin baik dan semakin cepat serta mudah pendistribusian ke konsumen semakin memeperbesar peluang untuk meningkatkan volume penjuilan. Ada beberapa cara yang dilakukan PT. Rasa Prima Selaras dalam menyampaikan produknya ke konsumen, yaitu dengan mengadakan kerjasama dengan para sub agen seperti Indomaret, Alfamart dan banyak mini market di kota Palembang, serta dengan kendaraan sepeda.

Semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut dan dapat meningkatkan volume penjualan yang memungkinkan perusahaan untuk tetap berkembang.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis memilih judul proposal laporan akhir yaitu: **“Peranan Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Es Krim Walls (Studi Kasus pada PT Rasa Prima Selaras Palembang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan pada PT Rasa Prima Selaras Palembang?
2. Apa saja hambatan yang dihadapi dalam saluran distribusi PT Rasa Prima Selaras Palembang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan mengenai saluran distribusi yang dilakukan PT Rasa Prima Selaras Palembang dalam meningkatkan volume penjualan es krim walls.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan diadakannya penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui peranan saluran distribusi yang dilakukan PT Rasa Prima Selaras Palembang dalam meningkatkan volume penjualan es krim walls.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dihadapi dalam saluran distribusi pada PT Rasa Prima Selaras Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini, yaitu:

1. Sebagai upaya untuk mengembangkan ilmu yang didapat dalam peranan saluran distribusi untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Sebagai bahan masukan bagi perusahaan agar saluran distribusi tersebut dapat diaplikasikan dengan sebaik mungkin pada PT Rasa Prima Selaras Palembang sehingga volume penjualan dapat meningkat.

1.5 Metode Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Rasa Prima Selaras yang beralamatkan di Jalan Pengadilan Tinggi no. 2761 RT. 35 RW. 10 Karya Baru, KM. 9 Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan dikelompokkan menjadi:

a. Data Primer

Data primer dalam penyusunan laporan akhir ini didapatkan melalui wawancara langsung dengan manajer distribusi sehingga penulis mendapatkan data yang berhubungan dalam laporan akhir penulis.

b. Data Sekunder

Data sekunder yang didapat penulis berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi, laporan penjualan, dan saluran distribusi yang digunakan pada PT Rasa Prima Selaras Palembang.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akan diperlukan dalam penulisan Laporan Akhir ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai berikut:

a. Studi Lapangan (*Field Research*)

Studi lapangan dilakukan dengan mendatangi langsung PT Rasa Prima Selaras melalui wawancara dengan manajer distribusi guna mendapatkan informasi dan data-data yang diperlukan dalam penulisan laporan akhir.

b. Studi Kepustakaan (*Library Research*)

Metode ini diperoleh dengan cara membaca dan mempelajari teori-teori yang ada di buku-buku dan bahan bacaan lainnya yang berhubungan dengan permasalahan yang ada. Hal ini digunakan untuk membandingkan teori yang ada, dengan data-data yang penulis peroleh dari PT Rasa Prima Selaras Palembang.

1.5.4 Analisis Data

Penulis menggunakan dua metode penelitian, yaitu:

1. Metode Kuantitatif

Penulis akan menghitung peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan dengan menggunakan metode koefisien korelasi.

Metode kuantitatif yang penulis gunakan dalam penelitian ini berupa:

a. Korelasi Pearson

Adapun formula dari korelasi pearson menurut Yusi dan Idris (2009:98) adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Tahun

X = Variabel Bebas (Jumlah Perantara)

Y = Variabel Terikat (Unit Terjual/ Karton)

Menurut Yusi dan Idris (2009:99), dalam pemberian keterangan tentang nilai koefisien korelasi yang diperoleh yaitu menggunakan interpretasi terhadap koefisien korelasi yang diperoleh, atau nilai r. Interpretasi tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2
Interpretasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Tinggi
0,800-1,000	Sangat Tinggi

(Sumber: Yusi dan Idris, 2009:99)

b. Koefisien Determinasi

Adapun formula yang digunakan menurut Yusi dan Idris (2009:112), yaitu:

$$KP = R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KP = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

2. Metode Deskriptif Kualitatif

Penulis menggunakan data kualitatif sebagai alat untuk memberikan kesimpulan atas data yang penulis peroleh untuk dijadikan masukan bagi PT Rasa Prima Selaras dalam melakukan saluran distribusi sehingga mencapai target penjualan yang diinginkan.