

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman yang semakin modern ini, peluang maupun tantangan di dunia bisnis semakin tinggi. Persaingan bisnis global yang semakin ketat dari tahun ke tahun membuat setiap negara termasuk Indonesia untuk terus berkompetensi. Keahlian di bidang distribusi merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan tergantung pada besar kecilnya volume penjualan dari produk yang dihasilkannya (*Dondo et al.*, 2019). Semakin besar volume penjualan akan semakin besar kemungkinan perusahaan untuk dapat berjalan *continue*. Meningkatnya volume penjualan dapat berdampak pada laba yang maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan sebuah manajemen dan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam memperoleh laba maksimal tidak mudah bagi perusahaan karena ada beberapa faktor pemasaran. Persaingan merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi pemasaran (Riadi, 2020).

Persaingan dapat menyebabkan kegiatan pemasaran berperan dalam meningkatkan penjualan sebab penjualan merupakan tali penghubung antara produsen dengan konsumen. Marketing mix adalah gabungan dari 4 variabel dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi dan saluran distribusi. Oleh sebab itu keberhasilan perusahaan tergantung pada keahlian dan kebijakan perusahaan dalam mengelolah dan menentukan 4 variabel tersebut sebagai sistem pemasaran (*Sinen et al.*, 2017).

CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION merupakan perusahaan distribusi yang menjual produk minuman siap minum yang dihasilkan oleh PT. Sinar Sosro. Beberapa produk yang tersedia di *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION* adalah Teh

Botol Sosro, Fruit Tea, TEBS, Air Prim-A, dan S Tea. Pendistribusian produk hasil produksi PT. Sinar Sosro di *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION* yaitu mencakup hampir seluruh Kota Bangkalan dan Sampang. Permasalahan yang sering terjadi di *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION* yaitu tidak adanya sales perorangan yang menawarkan produk secara langsung kepada agen, pedagang besar maupun pedagang kecil sehingga kurang efektifnya terhadap permintaan produk. Peningkatan permintaan variasi permintaan sangat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk rencana produksi. Permintaan yang berubah-ubah menjadikan pemasokan produk juga berubah-ubah sehingga perusahaan belum dapat mengendalikan keadaan persediaan yang ada di gudang. Perencanaan yang matang sangat diperlukan pada saat pendistribusian agar biaya transportasi yang dikeluarkan bisa seefisien mungkin dan tidak menjadi persoalan yang dapat menguras biaya besar. Untuk meminimalisir variasi permintaan produk maka promosi produk sosro dilakukan secara online di *WhatsApp*.

Proses sistem distribusi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan pada suatu perusahaan yang bergerak dibidang industri sehingga dapat bertahandan bersaing di dunia pemasaran (Rachman & Yuningsih, 2016). Proses distribusi adalah proses pengiriman suatu produk dari produsen ke konsumen. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kelancaran dalam suatu proses distribusi antara lain seperti alat transportasi, sistem distribusi, dan penentuan rute distribusi (Karundeng *et al.*, 2018). Distribusi merupakan salah satu faktor yang penting bagi suatu perusahaan untuk dapat melakukan pengiriman produk secara tepat kepada pelanggan. Namun dalam proses pendistribusian pasti memiliki berbagai hambatan, yaitu biaya pendistribusian yang kurang optimal dan rute pendistribusian serta waktu yang dibutuhkan untuk mendistribusikan produk. Sehingga distribusi mempunyai peran yang penting dalam suatu mata rantai

pengiriman produk(Jatmiko, 2020). Hal yang paling relevan dalam pendistribusian suatu produk adalah transportasi produk. Transportasi atau pengangkutan dapat diartikan sebagai perpindahan suatu barang atau jasa dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Permasalahan transportasi merupakan suatu keputusan kunci dalam lingkup sistem logistik. Pada umumnya transportasi menyerap persentase biaya logistik yang lebih besar dari pada aktivitas logistik yang lain (Prasetya & Widyawati, 2016). Pelaksanaan distribusi yang dilakukan *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION* adalah dengan menggunakan saluran dua tingkat dalam pendistribusian produk minuman yang dihasilkan oleh PT. Sinar Sosro. Hal ini akan lebih mempermudah dalam pelaksanaan penyalurannya ketangan agen, pedagang besar,pedagang kecil dan ke tangan konsumen setiap wilayah dalam kota dan luar kota. Berikut merupakan data distribusi *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION* dari tahun 2019-2021:

Tabel. 1.2 Data Distribusi *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION BANGKALAN*

No	Kecamatan Tujuan Pengiriman	Tahun		
		2019	2020	2021
1	Bangkalan	5.200	5.255	5.271
2	Socah	5.145	5.213	5.220
3	Kamal	5.101	5.108	5.115
4	Blega	5.097	5.102	5.115
5	Tanjung Bumi	5.025	5.013	5.012
6	Tanah Merah	5.005	5.003	5.009
7	Arosbaya	5.031	5.038	5.049
8	Burneh	5.017	5.020	5.025
9	Galis	4.991	4.996	5.003
10	Klampis	5.110	5.102	5.117
11	Kwanyar	5.007	5.008	4.995
12	Labang	4.976	4.980	4.988
13	Sepulu	4.984	4.999	5.002
	Total /pack	65.689	65.837	65.921

Sumber : *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION*

1.1 Rumusan Masalah

Melihat dari masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat ditetapkan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk sosro pada *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION BANGKALAN* ?
2. Bagaimana cara menentukan rute tercepat agar biaya transportasi lebih efisien ?
3. Bagaimana strategi produk dalam meningkatkan volume penjualan produk sosro

pada *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION BANGKALAN* ?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan produk sosropada *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION BANGKALAN*
2. Mengetahui cara menentukan rute tercepat agar biaya transportasi lebih efisien
3. Mengetahui strategi produk dalam meningkatkan volume penjualan produk sosro pada *CV.BER-K-ONE DISTRIBUTION BANGKALAN*

1.3 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi pengembangan teori-teori yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi dalam perekonomian Negara khususnya teori tentang strategi distribusi pemasaran produk dan volume penjualan dalam suatu perusahaan, serta pengembangan ilmu ekonomi pembangunan sebagai sumbangan pengembangan ilmu-ilmu ekonomi yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi

2. Manfaat bagi perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan terkait solusi atau jalan keluar mengenai masalah yang ada dalam perusahaan.

3. Manfaat bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengalaman dan pengetahuan yang lebih baik baik melalui teori maupun praktek.

4. Manfaat bagi lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak Universitas Trunojoyo Madura khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dan memberikan kontribusi serta menambah wawasan pengetahuan tentang teori Strategi Distribusi Pemasaran Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan.