

BAB I
PENDAHULUAN



1. PANDANGAN UMUM

Perkembangan perekonomian yang makin pesat dewasa ini menimbulkan perubahan pada usaha untuk memproduksi barang, sehingga produk yang dihasilkan makin meningkat baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Hal ini mengakibatkan peningkatan volume penjualan disertai peningkatan hasil penjualan yang diikuti peningkatan laba hasil penjualan tersebut. Namun timbul masalah baru, yaitu bagaimana memasarkan barang yang dihasilkan tersebut.

Melihat adanya perkembangan yang terjadi dalam perekonomian tersebut, banyak pengusaha yang mendirikan perusahaan agar dapat ikut serta menghasilkan barang baik yang sejenis maupun yang berbeda jenis. Hal ini menimbulkan persaingan di antara produsen tersebut, terutama para produsen yang menghasilkan barang sejenis.

Keadaan ini mendorong perusahaan untuk berorientasi pada pasar, yang mana orientasi terhadap pasar

dianggap sebagai titik awal untuk merencanakan suatu produk, sehingga kemungkinan tidak terpasarkannya barang yang dihasilkan dapat lebih ditekan.

Salah satu keputusan penting yang diambil oleh bidang pemasaran khususnya adalah dibidang saluran distribusi. Keputusan yang diambil harus efektif, efisien, terencana serta memiliki arah yang tepat dan paling menguntungkan, disamping segi konsumen yang juga harus mendapat perhatian khusus.

Berdasarkan pertimbangan tersebut diharapkan pemilihan saluran distribusi harus dilakukan secara tepat karena keputusan tersebut akan menentukan jenis penyalur yang akan dipergunakan.

2. PENJELASAN JUDUL

Adapun penjelasan judul yang saya pilih adalah sebagai berikut :

Peranan : adalah sesuatu yang turut membantu, mendukung, dan jadi bagian yang menentukan dalam memperlancar suatu

usaha sehingga dicapainya suatu tujuan tertentu.

Pengecer : adalah lembaga yang dapat berupa perusahaan atau perorangan yang kedudukannya paling dekat dengan konsumen yang membantu pengalihan hak suatu produk dari produsen atau lembaga saluran distribusi lain ke konsumen akhir.

Meningkatkan : usaha-usaha untuk membuat lebih besar atau lebih tinggi dari sebelumnya.

Volume Penjualan : besarnya satuan jumlah barang yang dapat dijual.

Perusahaan Roti RAMAYANA : perusahaan roti yang menjadi obyek pengamatan penulis.

3. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Dalam penulisan ini dipilih judul : Peranan Pengecer dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Perusahaan Roti RAMAYANA di Surabaya, karena menurut penulis saluran distribusi yang dalam hal ini adalah pengecer memegang peranan penting dalam perkembangan

suatu perusahaan. Hal ini disebabkan karena banyak barang sejenis yang beredar di pasar. Dengan meningkatnya jumlah produk sejenis yang beredar di pasar berarti makin meningkat pula persaingan tajam dalam memperebutkan pasar. Unsur kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produk tersebut menjadi sangat penting. Oleh karena itu pengecer memiliki peranan yang penting karena kedudukannya yang dekat dengan konsumen sehingga memungkinkan mereka mengetahui dan mengerti keinginan konsumen. Selain itu, pada masa-masa terakhir ini, sebagian pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh pengecer.

Dalam penentuan pengecer tersebut, perusahaan harus senantiasa jeli dalam menilai dan memanfatkannya sebagai penumpu untuk meningkatkan volume penjualan.

Sebab jika suatu perusahaan tidak tepat dalam menyalurkan produknya, maka akan berpengaruh bagi kelancaran penjualan, yang akhirnya dapat mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Sebaliknya bila pemilihan saluran distribusi dalam hal ini pengecer tepat, akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan, yaitu

meningkatkan volume penjualan sehingga target yang telah ditentukan dapat tercapai dan perusahaan dapat memperoleh keuntungan.

4. TUJUAN PENYUSUNAN SKRIPSI

- Dengan adanya penelitian ini, penulis dapat mengetahui masalah-masalah apa yang nyata terdapat dalam bidang pemasaran, sehingga peneliti memperoleh pengalaman dalam membandingkan teori teori yang didapat selama perkuliahan dengan praktek yang diperoleh dari Perusahaan Roti RAMAYANA.
- Untuk membantu Perusahaan Roti RAMAYANA dalam usaha untuk memilih pengecer yang telah dipilih sekaligus membantu memecahkan masalah yang dihadapi.
- Untuk dapat memberikan sumbangan serta tambahan pengetahuan sehingga dapat diketahui tentang cara memasarkan suatu produk agar dapat diterima oleh masyarakat dan agar volume penjualan dapat ditingkatkan sesuai dengan yang diinginkan.

5. SISTEMATIKA SKRIPSI

Skripsi ini terdiri dari lima bab yang dapat diuraikan sebagai berikut :

Bab I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat : Pandangan Umum, Penjelasan Judul, Alasan Pemilihan Judul, Tujuan Penyusunan Skripsi, Sistematika Skripsi, Metodologi, yang terdiri atas : Permasalahan, Hipotesa Kerja, Ruang Lingkup Analisa, Pengumpulan Data, dan Pengolahan Data.

Bab II : TINJAUAN TEORI

Bab ini terdiri dari pembahasan mengenai beberapa hal, yaitu : Pengertian Pemasaran, Klasifikasi Barang, Pengertian Saluran Distribusi, Pentingnya Saluran Distribusi, Fungsi Saluran Distribusi, Macam Saluran Distribusi, Pengertian dan Macam Perantara, Macam Pengecer, Penentuan Jumlah Perantara, Hubungan Antara Pengecer dengan Volume Penjualan.

Bab III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini terdiri dari : Gambaran Umum Perusahaan yang terdiri atas Sejarah Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan, Proses Produksi, Pemasaran Hasil Produksi dan Kebijakan Saluran Distribusi, Strategi Promosi yang Digunakan.

BAB IV : ANALISA MASALAH

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai : Masalah yang Dihadapi Perusahaan, Sebab Timbulnya Masalah Perusahaan, Penyelesaian Masalah, dan Pengujian Hipotesa.

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari semua uraian yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya dan mengajukan saran-saran yang sekiranya perlu dan dapat dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan.

6. METODOLOGI

6.1. Permasalahan

Permasalahan yang terjadi adalah tidak tercapainya target penjualan. Diduga jumlah pengecer kurang memadai dan strategi penyebarannya kurang efektif.

6.2. Hipotesa kerja

Jika jumlah pengecer memadai dan strategi penyebarannya efektif, maka perusahaan lebih mudah mencapai target penjualan.

6.3. Ruang Lingkup Analisa

Penulis membatasi penelitian pada perusahaan roti RAMAYANA yang berlokasi di Surabaya. Merk roti yang dihasilkan adalah "RAMAYANA" seharga Rp. 150/buah. Wilayah pemasarannya meliputi daerah Surabaya, Sidoarjo, Sepanjang, dan Gresik. Segmen pasar yang dituju adalah golongan menengah ke bawah. Agar skripsi ini tidak menyimpang, maka penulis membatasi pada masalah penge-

lolaan saluran distribusi. Dalam hal ini adalah pengecer untuk produk produk yang berkaitan langsung dengan penjualan ke konsumen akhir. Penjualan dilakukan baik melalui toko milik sendiri, toko atau outlet-outlet tertentu yang bukan milik perusahaan, maupun melalui sales person.

6.4. Pengumpulan dan Pengolahan Data

6.4.1. Pengumpulan Data

Langkah-langkah yang diambil penulis dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

1. Studi Kepustakaan

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mempelajari data historis dari literatur-literatur serta catatan-catatan yang diperoleh penulis selama mengikuti perkuliahan yang berhubungan dan

bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.

2. Studi Lapangan

Yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung pada obyek penelitian. Cara ini dapat ditempuh dengan melakukan observasi secara langsung terhadap obyek penelitian.

3. Wawancara

Yaitu dengan cara mendatangi langsung bagian yang berwenang untuk meminta informasi yang berhubungan dengan data yang diperlukan.

4. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan mengutip data-data perusahaan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

6.4.2. Pengolahan Data

Data-data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data tersebut disusun dan diolah serta dibandingkan, kemudian dianalisa dengan statistik Uji Analisa Korelasi guna melihat hubungan antara pengecer dengan volume penjualan perusahaan, sehingga dengan hasil tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan.