REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Suatu perusahaan dapat menentukan sasaran pasar yang ditetapkan atas dasar pilihan segmen pasar yang relatif menarik. Penetapan pilihan tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan adanya potensial pasar dari alternatif segmen-segmen pasar, tingkat pertumbuhan dan faktor-faktor lainnya. Disamping itu perusahaan perlu mempertimbangkan misi dan kapabilitas perusahaan agar mampu memenuhi keinginan pelanggan atas penyampaian atau penyerahan layanan produk bagi setiap segmen yang dipilih, terutama dalam pemilihan segmen pasar yang akan dilayani sebagai sasaran pasar. Segmentasi pasar dilakukan untuk meletakkan landasan kerja bagi perumusan pasar sasaran dan penetapan strategi *positioning*. Kajian dan wawasan pengetahuan harus digunakan dalam melakukan segmentasi produk pasar agar dapat memberikan keunggulan pesaing. Dalam upaya mencapai keunggulan pesaing dilakukan identifikasi kelompok yang dapat tanggap secara baik dan dapat menguntungkan atas upaya-upaya dalam pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan.

Segmentasi pasar merupakan landasan atau dasar bagi pencapaian kinerja perusahaan. Hal ini karena pemahaman tentang bagaimana kebutuhan dan keinginan pembeli merupakan suatu yang penting bagi perancangan strategi pemasaran yang efektif. Pendekatan yang efektif dalam melakukan segmentasi pasar merupakan faktor pesaing bagi keberhasilan pengembangan perusahaan.[1]

Saat ini perekonomian Indonesia belum menunjukkan kearah pemulihan dan cenderung belum stabil karena dampak dari krisis moneter yang berkepanjangan, Persaingan yang makin kompetitif, mengharuskan perusahaan untuk mampu menerapkan strategi yang dapat mempertahankan dan mengembangkan perusahaannya. Keberhasilan suatu perusahaan

[1] Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm. 39-41

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

dalam memasarkan produknya ditentukan oleh strategi yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari pasar sasarannya. Perusahaan dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang lebih kompetitif yang mampu menganalisis situasi, menentukan sasaran pemasaran yang tepat, seleksi dan analisis target pasar, serta mampu merancang strategi pemasaran yang dapat beradaptasi dengan dinamika bisnis yang menuntut adanya suatu persaingan yang kompetitif. Banyak perusahaan yang berusaha bertahan hidup dan tetap mendapatkan pangsa pasar yang potensial. Untuk dapat bertahan hidup, perusahaan harus mempunyai misi dan tujuan yang jelas. Pada umumnya suatu perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan[2]

Tumbuhnya persaingan menyebabkan kegiatan pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan karena pemasaran merupakan tali penghubung antara produsen dan konsumen, sehingga dengan adanya sistem pemasaran akan menimbulkan suatu hubungan dimana konsumen akan membutuhkan barang dan produsen akan menghasilkan barang yang dibutuhkan konsumen. "*Marketing mix* merupakan kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni : produk, *price*/harga, kegiatan promosi, dan *place*/sistem distribusi**.**

Jadi Setiap perusahaan menginginkan keuntungan selalu meningkat dari tahun-ketahun. Untuk mencapai hal tersebut perusahaan harus terus berusaha agar volume penjualan senantiasa meningkat. Adapun strategi yang dilakukan perusahaan antara lain dengan menentukan harga jual dan pendistribusianya. Dalam penentuan harga jual ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi menajemen. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua ongkos atau bahkan lebih dari itu yaitu untuk mendapatkan laba. Tetapi jika harga ditentukan terlalu tinggi akan berakibat kurang menguntungkan. Dalam hal ini pembeli akan berkurang,

[2] Djamaluddin Karim, *Marketing Mix Pengarughnya Terhadap Volume Penjulan Pada PT. Manado Sejati Perkasa Group*, Jurnal EMBA, Vol. 2, No.1, Maret 2014, hlm. 422

http://repository.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

semua biaya mungkin tidak dapat ditutup dan akhirnya perusahaan bisa merugi.[3] Sedangkan strategi distribusi harus ditetapkan sedini mungkin. Bahkan sebelum produk siap untuk dipasarkan, pendistribusian harus menetapkan metode dan rute yang akan digunakan untuk mendistrisbusikannya agar produk yang dihasilkan dapat mencapai pasar[4]. Maka dari itu Strategi penetapan harga yang tepat dengan tetap mempertahankan kualitas yang ditawarkan merupakan langkah awal yang baik untuk memperoleh pangsa pasar yang ditargetkan. Sehingga distribusi merupakan sesuatu kegiatan pemasaran yang *urgent* sebagai penghubung antara produsen dan konsumen. Penentuan harga jual produk, dan saluarn distribusi dalam pelaksanaan operasi perusahaan sangat diperlukan bagi tercapainya tujuan perusahaan, karena hal ini akan mempunyai hubungan langsung dengan naik turunnya volume penjualan yang berpengaruh terhadap laba atau keuntungan perusahaan

Fenomena yang muncul dalam akhir-akhir tahun ini perusahaan rokok di Kudus ini banyak yang mengalami gulung tikar alias pailit, dikarenakan peraturan pemerintah menetapkan pajak bea cukai dalam setiap industri rokok baik yang skala kecil maupun skala besar untuk melegalkan usaha rokoknya, semua diberlakukan oleh pemerintah dengan sama agar terhindar oleh barang-barang yang ilegal. Sehingga membuat industri rokok di Kudus yang masih dalam skala kecil terbebani dengan peraturan yang ada untuk melakukan perizinan industri berupa bea cukai dikarenakan faktor administrasi dokumentasi yang belum lengkap serta keuntungan yang tidak terlalu signifikan membuat pemilik perusahaan rokok yang masih dalam skala kecil enggan melegalkan usahanya, kenyataannya yang mampu bertahan dan mempunyai strategi yang kuat bisa tetap exis dan beroprasi setiap hari adalah perusahaan yang berskala besar dan mempunyai legalitas izin beroperasi.

---

[3] Basu Swastha dan Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Liberty Offset, Yogyakarta, 2002, hlm. 211

[4] Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2007. hlm. 101

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Perusahaan Rokok Hendra Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri rokok golongan kecil. Perusahaan yang berdiri pada tahun 1992 ini, khusus memproduksi rokok jenis kretek. Banyak jenis merk yang digunakan dalam memasarkan hasil produksinya. Legalitas Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus tidak diragukan lagi, karena sudah terdaftar di badan bea cukai kab. Kudus dalam setiap bandrol kemasannya selama ini dalam memasarkan produknya Perusahaan Rokok Hendra Jaya cukup memperhatikan keterkaitanya dengan harga yang diberikan baik kepada *reseller* maupun distributor sebagai penyalur produk rokok ketangan konsumen. dengan tujuan agar volume penjualan yang ditargetkan bisa tercapai setiap bulannya . Tetapi Dalam kenyataan mengapa dalam volume penjualan mengalami kurang stabilnya pendapatan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus. Hal tersebut dibuktikan dengan penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus :

Tabel 1.1
Data Penjualan Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus pada tahun 2015

Bulan	Tahun	Total Penjualan
Januari	**2015**	**Rp 375.000.000**
Februari	**2015**	**Rp 412.500.000**
Maret	**2015**	**Rp 450.000.000**
April	**2015**	**Rp 468.750.000**
Mei	**2015**	**Rp 375.000.000**
Juni	**2015**	**Rp. 356.250.000**
Juli	**2015**	**Rp. 520.000.000**
Agustus	**2015**	**Rp. 520.000.000**
September	**2015**	**Rp.468.750.00**
Oktober	**2015**	**Rp 487.500.000**
November	**2015**	**Rp 506.250.00**
Desember	**2015**	**Rp.487.500.000**

Sumber:Data Perusahaan Hendra Jaya Kudus.

Dari data penjualan di atas dapat diketahui bahwa Perusahaan Rokok Hendra Jaya ini sebelum memakai strategi penetapan harga yang tepat dan saluran distribusi dalam operasionalnya mengalami pendapatan yang

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

fluktuatif (tidak stabil). Apakah permasalahan ini masih dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kondisi perekonomian, penawaran dan permintaan, *elastisitas* permintaan, persaingan, biaya Begitu juga dengan saluran distribusi yang dilakukan dengan asal-asalan juga berpengaruh terhadap volume penjualan yang diinginkan dimana tidak bisa membidik pasar yang lebih luas dan hanya membidik pasar dalam arti sempit saja sehingga penjualan yang ditargetkan tidak bisa tercapai setiap bulannya oleh karena itu bisa diselesaikan dengan adanya strategi lewat penetapan harga dan saluran distribusi yang bisa mempengaruhi volume penjualan barang yang dipasarkan. ataukah ada faktor lain yang bisa mempengaruhi dalam meningkatnya volume penjulan di Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.

Berdasarkan uraian di atas, maka Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus perlu menerapkan saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan agar para karyawannya bisa bekerja semaksimal mungkin serta penjualanya bisa mencapai target. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menyusun penelitian skripsi yang berjudul "**PENGARUH SALURAN DISRIBUSI DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus)".**

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak terlalu luas, maka penelitian ini perlu diadakan pembatasan penelitian sebagai berikut :

1. Obyek penelitian adalah karyawan Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.
2. Penelitian ini memfokuskan pada dua variable, yaitu : saluran distibusi dan harga yang mempunyai variabel terikatnya adalah volume penjualan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka ada beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Adapun permasalahan yang dirumuskan sebagai berikut:

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

1. Apakah saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus?
3. Apakah saluran distribusi dan harga berpengaruh terhadap volume pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk memaparkan pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.
2. Untuk memaparkan pengaruh harga terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus.
3. Untuk memaparkan pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap volume pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yakni :

1. Manfaat secara teoritis
   a. Bagi para akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk pengembangan literatur terkait pemasaran.
   b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong adanya penelitian pemasaran yang serupa serta sebagai referensi bagi penelitian di masa yang akan datang.
2. Manfaat secara praktis
   a. Bagi Peneliti :

      Mengetahui hasil pengujian secara empiris mengenai pengaruh saluran distribusi dan harga terhadap volume penjualan pada Perusahaan Rokok Hendra Jaya Kudus. Selain itu hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti, manambah pengalaman dan

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

membuka wawasan baru, karena suatu ilmu pengetahuan bukan hanya untuk sekedar dipelajari tetapi setelah itu harus pula dipraktikkan.

b. Bagi Perusahaan :

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dimanfaatkan bagi perusahaan, dan dapat memberikan masukan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan pelaksanaan saluran distribusi dan harga untuk meningkatkan volume penjualan.

c. Bagi Fakultas Manajemen Bisnis Syariah

Dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini..

F. Sistematika Penulisan

Dalam sisitematika penulisan ini akan dijelaskan kerangka penulisan yang merupakan konsep dasar dalam pembahasan selanjutnya. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

1. Bagian Awal

Bagian awal merupakan bagian muka skripsi yang terdiri dari: halaman judul, persetujuan pembimbing, pengesahan skripsi, pernyataan, motto, persembahan, kata pengantar, abstrak, daftar isi, daftar tabel dan daftar gambar.

2. Bagian Isi

Bagian isi terdiri dari beberapa bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, , batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan tentang deskripsi teori yang meliputi saluran distribusi, harga dan volume penjualan, selain itu juga

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, gambaran umum responden, deskripsi hasil data penelitian, serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian Akhir.

Bab ini berisi tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat pendidikan.

http://eprints.stainkudus.ac.id