

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Persaingan usaha dalam dunia bisnis baru-baru ini dirasa semakin meningkat. Setiap perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dalam memperebutkan pasar. Oleh karena itu apabila perusahaan ingin berhasil dalam arti tercapai target usahanya, diperlukan kebijakan dan strategi yang baik dalam memasarkan produknya. Di dalam teori pemasaran ada strategi yang disebut bauran pemasaran (*marketing mix*). Salah satu elemen bauran pemasaran adalah distribusi (*place*). Saluran distribusi harus dilalui sebelum barang yang diproduksi sampai pada konsumen dan berfungsi sebagai jurang pemisah antara produsen dan konsumen. Salah satu masalah yang terdapat di bidang pemasaran adalah distribusi barang dan jasa akan sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi, baik melalui saluran langsung maupun saluran tidak langsung. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana memproduksi barang atau jasa sebanyak mungkin, tetapi perusahaan juga berpikir bagaimana cara memasarkan barang dan jasa yang mereka hasilkan dengan baik sampai ke tangan konsumen dan meraih pangsa pasar yang luas. Berkaitan dengan hal di atas maka dapat dikatakan bahwa perusahaan masih belum mampu untuk memenuhi permintaan dari konsumen. Volume penjualan atau *sales value* merupakan penjualan produk. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi volume penjualan yaitu produk, harga dan distribusi.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa sub kategori yang menjelaskan dua jenis seperti barang dan jasa yang ditujukan kepada target pasar (Kotler, 2010:24). Oleh karena itu produk menjadi salah satu yang dipertimbangkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, barang yang berkualitas tentu akan jadi sasaran utama konsumen. Faktor lain yang mempengaruhi volume penjualan adalah harga. Konsumen biasanya mengidentikkan harga produk yang mahal dengan kualitas yang baik dan apabila harga produk murah, maka konsumen meragukan kualitasnya. Harga biasanya merupakan hal yang paling utama yang dilihat oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian

terhadap suatu produk, baru kemudian yang kedua adalah barang yang akan dibelinya, (Yun dan Chang, 2010). Penetapan harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar. Tingginya harga yang ditawarkan harus sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen yang mengkonsumsinya. Selanjutnya yang dapat mempengaruhi volume penjualan suatu produk adalah distribusi. Menurut Putri, Dkk (2018) Saluran Distribusi yang terdiri dari 4 indikator yaitu Pertimbangan Pasar, Pertimbangan Produk, Pertimbangan Perusahaan dan Pertimbangan Perantara. Bahwa dengan adanya saluran distribusi yang dilakukan secara efektif, maka akan memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan dan keinginan pembeli dapat saling menguntungkan bagi kedua belah pihak yang membentuk hubungan pemasaran jangka panjang.

PT Pinus Merah Abadi (*Recheese*) merupakan perusahaan yang bergerak di bisnis penjualan dan distribusi dengan jaringan distribusi menyebar keseluruhan wilayah Indonesia, baik melalui channel tradisional maupun modern. PT Pinus Merah Abadi memiliki Gudang distribusi yang berlokasi di Kota Metro untuk pendistribusian produk *Recheese*, perusahaan ini telah banyak menyerap tenaga kerja untuk mengisi posisi *canvasser*, untuk itu pihak *canvasser* melanjutkan tujuan perusahaan untuk mendistribusikan produk-produk *Recheese* kepada pengecer produk. Berdasarkan hasil presurvey didapati bahwa sistem pendistribusian produk *recheese* pada PT Pinus Merah Abadi dilakukan melalui beberapa cara yaitu dengan pendistribusian langsung oleh *canvasser* dan pembelian langsung oleh pengecer di Gudang PT Pinus Merah Abadi. Kota Metro merupakan wilayah yang cukup kecil. Sehingga untuk pendistribusian produk di PT Pinus Merah Abadi di Kota Metro *canvasser* harus menjangkau wilayah-wilayah diluar Kota Metro. Karena umumnya pengecer besar di Kota Metro sudah melakukan pengambilan di Gudang PT Pinus Merah Abadi. Meskipun masih ada sebagian pengecer kecil yang masih membutuhkan *canvasser* untuk mendapatkan produk *Recheese*, hal ini memudahkan *canvasser* dalam mencapai target penjualan. Namun permasalahannya adalah banyaknya tenaga *canvasser* menyebabkan para *canvasser* harus menjangkau wilayah lebih jauh ke daerah yang belum dijangkau oleh *canvasser* lain agar dapat mencapai target penjualan. Selain dari permasalahan mengenai target pendistribusian produk *canvasser* juga harus menghadapi *canvasser* lain dari perusahaan pesaing.

Umumnya pengecer kecil tidak akan mau menerima produk yang mirip meskipun berbeda merek dagang demi menekan modal. Maka *canvasser* harus lebih ekstra dalam menghadapi *canvasser* dari produk pesaing yang semakin hari semakin bertambah banyak. Berikut ini tabel penjualan produk di PT Pinus Merah Abadi:

Tabel 1 Penjualan Produk Nabati di PT Pinus Merah Abadi Tahun 2022-2023

Bulan	Produk/ var	Harga/ctn	Distribusi/ titik	Volume penjualan
Juli 2022	138 var	Rp. 100.300	1.000	10.000 ctn
Agustus 2022	138 var	Rp. 100.300	1.050	10.210 ctn
September 2022	138 var	Rp. 100.500	1.050	10.180 ctn
Oktober 2022	138 var	Rp. 100.500	1.100	10.100 ctn
November 2022	138 var	Rp. 100.500	1.100	10.000 ctn
Desember 2022	138 var	Rp. 100.750	1.150	10.000 ctn
Januari 2023	138 var	Rp. 100.750	1.150	10.000 ctn
Februari 2023	138 var	Rp. 100.750	1.100	10.000 ctn
Maret 2023	138 var	Rp. 100.800	1.150	10.100 ctn
April 2023	138 var	Rp. 100.800	1.100	10.150 ctn
Mei 2023	138 var	Rp. 100.800	1.100	10.150 ctn

Sumber: Dokumentasi Perusahaan PT. Pinus Merah Abadi, 2023

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat terjadi kecendwerungan penurunan jumlah penjualan pada PT Pinus Merah Abadi terjadi peningkatan di bulan Agustus kemudian terdapat penurunan sejak September dan terjadi stagnansi penjualan pada bulan November dan Desember. Jika hal ini dibiarkan terus terjadi hal yang dikhawatirkan akan dapat mempengaruhi kelangsungan perusahaan. Berdasarkan permasalahan yang ada maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Nabati PT Pinus Merah Abadi”**

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang penelitian dapat diidentifikasi masalah yang ada antara lain:

- a. Tingginya persaingan antar produk sejenis Recheese yang masuk di pasaran.
- b. Luas wilayah di Kota Metro.yang kecil, berdampak pada sedikitnya pengecer yang ada.

- c. Banyaknya *canvasser* dari pesaing produk sejenis,
- d. Sulitnya mempertahankan kesetiaan pengecer.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka dapat dirumuskan yaitu :

1. Apakah produk berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi?
3. Apakah distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi?
4. Apakah produk, harga dan distribusi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi
3. Untuk mengetahui apakah distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi
4. Untuk mengetahui apakah produk, harga dan distribusi berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan produk nabati di PT Pinus Merah Abadi

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis.

a. Secara teoritis

- 1) Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermanfaat bagi

bidang keilmuan

- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi rujukan untuk penelitian lanjutan, menjadi tambahan pembendaharaan bacaan, sehingga dapat menambah pengetahuan mengenai penjualan produk.
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi semua *canvasser* dalam memberikan pengalaman dan kesan yang baik kepada pelanggan sehingga mendapat respon serta penilaian yang baik guna menunjang keberlanjutan usaha dan nilai tambah untuk meningkatkan target penjualan.

b. Manfaat Praktis

- 1) Mengembangkan kemampuan berfikir kritis dengan pola pikir yang dinamis kemudian menuangkan dalam bentuk karya ilmiah. Menjadi tolak ukur kemampuan penulis dalam menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
- 2) Hasil penelitian dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Mengingat permasalahan yang ada sangat luas dan penelitian lebih mengarah maka peneliti memberikan batasan dan ruang lingkup dari penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut :

1. Terbatasnya periode penelitian yang digunakan.
2. Terdapat banyak elemen yang menjadi faktor penentu penjualan produk pada PT Pinus Merah Abadi, sedangkan dalam penelitian ini hanya mengarah kepada produk, harga dan distribusi.
3. Perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada perusahaan PT Pinus Merah Abadi yang berlokasi di Kota Metro.

G. Sistematika Penulisan

Dalam skripsi ini digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang Penelitian, Identifikasi Masalah, Perumusan masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian, serta Sistematika Penelitian.

BAB II KAJIAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang deskripsi teori, kerangka pemikiran, hasil penelitian yang relevan dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis Penelitian, Objek dan Lokasi Penelitian, Metode Penelitian (Operasional Variabel, Populasi dan Sampel), Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi tempat penelitian, analisis data, serta pembahasan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan kesimpulan serta saran, yang merupakan bab akhir dari penelitian.

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN