

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan perusahaan mencapai tujuan dan sasaran perusahaan sangat di pengaruhi oleh kemampuan perusahaan memasarkan produk-produknya. Tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba, berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan lain, hanya mungkin apabila perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kuantitas dan kualitas yang diharapkan serta mampu mengatasi tantangan dari para pesaing dalam pemasaran produknya. Untuk ini dibutuhkan orang-orang yang mempunyai kreatifitas, inisiatif dan ulet untuk memimpin kegiatan bidang pemasaran agar perusahaan berhasil.

Sebuah bisnis dengan produk yang cukup berkualitas dan baik pun tak akan mengalami penjualan yang maksimal jika tidak dilakukan upaya pemasaran yang baik terhadap para konsumen. Pemasaran merupakan upaya untuk mempromosikan, menginformasikan dan menawarkan kepada konsumen mengenai sebuah produk usaha atau layanan jasa yang dikelola oleh sebuah perusahaan sebagai upaya untuk meningkatkan angka atau volume penjualan produk atau layanan jasa tersebut.

Banyak pesaing di dalam bisnis ini pesaing perusahaan ini adalah percetakan di sekitar daerah customer, dalam menghadapi persaingan pemasaran produk PT. Multi karya Mika harus dapat melaksanakan saluran distribusi dan strategi promosi dengan baik agar dapat meningkatkan volume penjualan, bila dapat terlaksana kelangsungan hidup perusahaan akan baik dan stabil. Apabila pelaksanaan saluran distribusi dan promosi kurang baik akan menurunkan volume penjualan.

Cara menghadapi persaingan ini PT. Multi Karya Mika selalu mengandalkan kualitas dan kecepatan dalam menyediakan produknya yaitu sampul ijazah, tetapi PT. Multi karya Mika dalam melaksanakan saluran distribusi dan strategi promosi masih kurang efektif dalam pelaksanaannya yang membuat

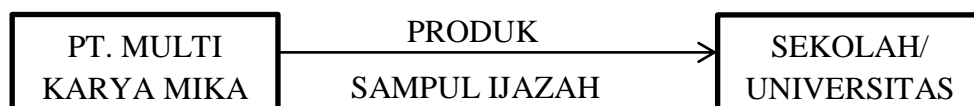
produknya kurang begitu di minati, untuk menghadapi persaingan tersebut perlu manajemen pemasaran yang baik.

Berikut adalah beberapa pesaing dari PT. Multi Karya Mika

1. Abadi Aksara, PT
2. Abadi Jaya Cipta Mandiri, PT
3. Abadi Tegal Percetakan
4. Bintang Timur Semesta, PT
5. Boxindah Gala Sejati, CV
6. Bright Grafa Machinery, PT
7. Cahaya Tiga Bintang, PT
8. Champion Pacific Indonesia Tbk., PT
9. Digital Grafika PT
10. Djitoe Asia Offset, PT

Dalam pelaksanaan strategi promosi sendiri perusahaan masih menggunakan strategi promosi langsung yaitu langsung bertemu dengan pelanggan. Kurangnya strategi dalam mempromosikan produk di perusahaan ini adalah masalah yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan.

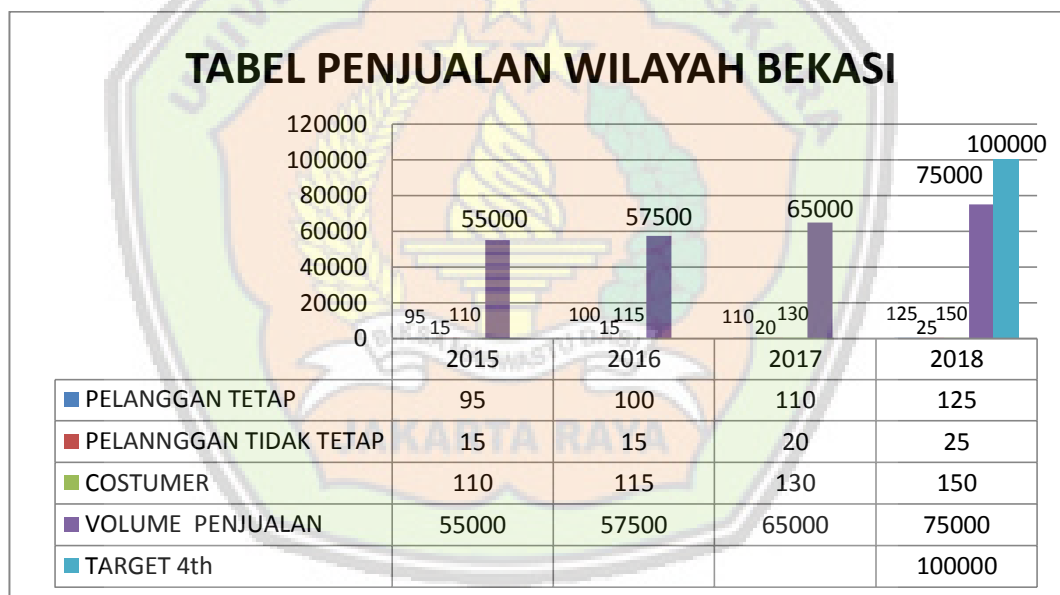
Salah satu keputusan yang di laksanakan perusahaan dalam menjalankan fungsi pemasarannya adalah keputusan mengenai penyampaian produk kepada konsumen yang di kenal dengan saluran distribusi atau saluran pemasaran, Saluran distribusi yang di laksanakan oleh perusahaan kurang begitu efektif dalam pelaksanaannya saluran distribusi yang di gunakan adalah saluran distribusi langsung yaitu produsen atau perusahaan langsung menjual ke konsumen akhir seperti gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Strategi Promosi dan Saluran Distribusi PT. Multi Karya Mika

Berikut adalah strategi promosi dan saluran distribusi yang di jalankan PT. Multi Karya Mika yaitu, pemasaran langsung dengan konsumen dalam memasarkan produknya, dan para sales hanya memasarkan produknya ke sekolah-sekolah sehingga penjualan hanya berfokus ke sekolah-sekolah tertentu yang di datangi oleh sales yang mengakibatkan volume penjualan hanya sedikit mengalami peningkatan setiap tahunnya.

PT. MULTI KARYA MIKA adalah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, dengan produk yang di jualnya adalah sampul ijazah dari gambar di bawah ini terlihat bahwa sekolah wilayah bekasi yang menggunakan produk PT. MULTI KARYA MIKA setiap tahunnya dari 2015 sampai dengan tahun 2018 mengalami peningkatan.



Gambar 1.2 Volume Penjualan PT. MULTI KARYA MIKA

Sumber : PT. MULTI KARYA MIKA

Berdasarkan uraian-uraian di atas penulis memilih topik mengenai strategi promosi dan saluran distribusi yang berkaitan dengan peningkatan volume penjualan PT. Multi Karya Mika yang di tuangkan dalam judul skripsi **“Analisis Strategi Saluran Distribusi Dan Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Multi Karya Mika “**

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan?
2. Apakah ada pengaruh strategi promosi terhadap volume penjualan?
3. Apakah ada pengaruh strategi saluran distribusi dan promosi terhadap volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi saluran distribusi terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap volume penjualan.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi saluran distribusi dan promosi terhadap volume penjualan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat Teoritis dalam penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan memperkaya wawasan dalam menggunakan strategi saluran distribusi dan promosi guna meningkatkan volume penjualan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat Praktis dalam penelitian ini dapat menjadi acuan terhadap peusahaan-perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan harus menggunakan strategi marketing dan strategi distribusi yang baik dan efektif.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini banyak permasalahan yang dapat di temukan namun penulis memberikan batasan masalah terhadap strategi saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan sampel ijazah pada PT.Multi Karya Mika

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika ini merupakan gambaran umum mengenai setiap bab dari penelitian secara keseluruhan, dengan maksud untuk memudahkan penyampaian informasi yang direncanakan dalam penulisan skripsi ini. Penulis membagi pembahasan dalam sistematika penulisan sebagai berikut

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Dalam bab ini diuraikan tentang pengertian, penelitian terdahulu dan kerangka pikir penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini diuraikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data dan definisi operasional variabel.

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Dalam bab ini akan diuraikan tentang hasil uji reliabilitas, hasil uji strategi saluran distribusi dan promosi efektif.

BAB V Penutup

Dalam bab ini penulis mencoba untuk dapat menarik kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan saat ini serta memberikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi PT. Multi Karya Mika.

