

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Masalah Penelitian

1.1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dewasa ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan, khususnya dalam pengelolaan unit usaha perusahaan. Hal ini ditandai dengan munculnya perusahaan yang menawarkan jenis produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing dalam pemasaran. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran minuman maka salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menerapkan strategi distribusi dan promosi, di mana dalam penerapan strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan harga yang mampu bersaing, sehingga peningkatan penjualan minuman terus meningkat.

Mengingat tingkat persaingan terus meningkat, maka pihak perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan termasuk peningkatan pelayanan, untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggannya atau calon pelanggan lain. Distribusi adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang sangat strategis terhadap peningkatan volume penjualan. Selain distribusi, maka variabel yang paling berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan adalah promosi.

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menginformasikan, memberitahukan, membujuk, dan memengaruhi konsumen dalam memilih atau membeli suatu produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Berkaitan dengan pentingnya masalah distribusi dan promosi, maka hal ini perlu diperhatikan oleh perusahaan PT. Monysaga Prima, yakni sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan Minuman, dimana dalam upaya untuk mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan lainnya, serta untuk lebih meningkatkan penjualan Minuman, maka perusahaan perlu melakukan evaluasi mengenai penetapan biaya distribusi dan biaya promosi yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Dalam kaitannya dengan uraian tersebut di atas, maka hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ Analisis Pengaruh Biaya Distribusi Dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Minuman Pada PT. Monysaga Prima”

1.1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang menarik untuk diteliti adalah:

1. Seberapa besar biaya distribusi dan biaya promosi produk minuman Sunkist PT. Monysaga Prima ?

1.1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui biaya ditribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan minuman Sunkist di PT. Monysaga Prima.

1.1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Bagi Peneliti
Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan pengalaman meneliti dalam mendalami pengaruh biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan.
2. Bagi Perusahaan
Diharapkan dapat berguna bagi penerapan kebijakan biaya distribusi dan biaya promosi sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.
3. Bagi perbaikan praktek – praktek profesional
Agar dapat memperoleh gambaran dan masukan dalam rangka mengevaluasi biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan.

1.2 Kerangka Teori

1.2.1 Identifikasi variabel-variabel penelitian

Penelitian ini mengukur 2 (dua) variabel, yaitu biaya distribusi (X_1), biaya promosi (X_2) sebagai variabel independent dan volume penjualan (Y) sebagai variabel dependent.

- 1 Definisi operasional variabel biaya distribusi (X_1) adalah total biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memasarkan barang atau menyampaikan

barang dari produsen ke konsumen.

- 2 Untuk biaya promosi (X_2) adalah total biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sedangkan variabel volume penjualan (Y) adalah jumlah penjualan bersih dalam laporan laba rugi.

1.2.2 Hubungan antar Variabel

Promosi merupakan kegiatan pemasaran didalam berkomunikasi dengan pelanggan agar mereka menjadi lebih tahu akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dan tertarik untuk mendapatkan produk itu, kemudian mereka membeli produk tersebut. Dalam hal ini, peran promosi menjadi sangat penting dan merupakan suatu hal yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai media informasi bagi para konsumen tetapi juga dapat digunakan untuk mempertahankan kesan atas suatu produk (*product image*) sehingga diharapkan konsumen tertarik untuk membelinya.

Peningkatan penjualan perusahaan dapat juga dilakukan salah satu kegiatan pemasaran yang lain yaitu distribusi. Begitu pentingnya distribusi bagi perusahaan, sehingga perusahaan sangat perlu untuk menjalankan fungsi distribusi yang efektif, karena pentingnya fungsi distribusi bagi perusahaan, sehingga perusahaan harus mengeluarkan biaya distribusi yang cukup untuk pembiayaan kegiatan distribusi perusahaan.

Konsep penjualan berkeyakinan bahwa jika konsumen dibiarkan tidak memiliki minat terhadap suatu produk tertentu, maka mereka akan beralih ke produk lain yang lebih dikenal serta memiliki manfaat yang lebih baik. Oleh karena itu, perusahaan harus melakukan kegiatan promosi dan distribusi secara terus menerus. Melalui kegiatan promosi dan distribusi, perusahaan diharapkan mampu mengimplementasikan data – data yang didapat dari kegiatan tersebut untuk peningkatan penjualan perusahaan. Untuk itu, perusahaan diharapkan mampu menyediakan biaya – biaya yang diperlukan guna melakukan kegiatan promosi dan distribusi untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan.

1.2.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan, maka hipotesis penelitian dapat dikemukakan sebagai berikut: ” Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara biaya distribusi dan biaya promosi terhadap volume penjualan minuman Sunkist PT. Monysaga Prima.”