

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan pasti menginginkan kinerja pemasaran yang optimal. Kinerja pemasaran disini yaitu kinerja pemasaran distributor yang dimana masing-masing perusahaan punya karyawan untuk mendistribusikannya. Untuk dapat mencapai kinerja pemasaran yang optimal maka ada langkah atau tindakan strategis untuk mencapai tujuan tersebut. Adapun langkah atau tindakan strategis yang akan dilakukan oleh perusahaan yaitu saha koordinasi dan integrasi strategik. Berbicara usaha koordinasi maka perusahaan harus dapat melihat kemampuan kinerja seorang karyawan. Hal ini dikarenakan bahwa usaha koordinasi merupakan hubungan dimana seorang manager memberikan tugas kepada karyawan untuk mendistribusikan barang kepada para konsumen atau kepada perusahaan lain. Koordinasi dilakukan melalui pendelegasian wewenang yang tepat, pembagian kerja yang jelas, serta adanya komunikasi antar anggota perusahaan. Jika seorang karyawan tidak mampu memahami atau menerima apa yang disampaikan oleh manager maka usaha untuk mendistribusikan barang kepada para konsumen atau kepada perusahaan lain tidak akan berjalan secara optimal. Banyak masalah yang terjadi terkait pendistribusian barang dikarenakan koordinasi yang ada di perusahaan masih terbilang kurang. Manager tidak mampu menempatkan karyawan dengan benar terkait

ttugas yang diterima oleh karyawan. Karyawan tidak bisa memahami dengan jelas tugas yang diberikan oleh manager kepadanya. Bahkan antar sesama karyawan tidak ada koordinasi yang baik terkait tugas yang telah mereka terima dari atasannya. Hal ini yang mempengaruhi kinerja seorang karyawan dalam mendistribusikan barang. Jika perusahaan mengharapkan adanya peningkatan kinerja pemasaran, maka perusahaan harus memperhatikan sumber daya yang ada dalam perusahaan. Banyak perusahaan yang tidak memperhatikan sumber daya yang dimilikinya. Misalnya, karyawan yang tidak mempunyai pengetahuan akan bagaimana cara mendistribusikan barang dengan baik akan tetapi manager tetap saja memaksakan kepada karyawan untuk tetap mendistribusikan barang. Hal ini berdampak besar terhadap pendapatan perusahaan. Maka dari itu manager atau perusahaan perlu memperhatikan sumber daya yang mereka miliki agar proses pendistribusian barang dapat berjalan secara optimal. Alternatif terbaik untuk menanggulangi masalah ini adalah dengan adanya koordinasi antar manager dan para karyawan yang ada dalam perusahaan. Pentingnya koordinasi adalah agar apa yang manager perintahkan kepada karyawan dapat terlaksana dengan baik. Semakin baik koordinasi yang ada dalam perusahaan maka semakin baik pula pendistribusian yang dilakukan. Disamping usaha koordinasi, integrasi strategik merupakan faktor penentu dalam peningkatan kinerja pemasaran. Strategi-strategi yang ada dalam perusahaan diharapkan dapat dijalankan oleh para anggota saluran distribusi sehingga mampu

meningkatkan pendapatan perusahaan. Sama halnya dengan usaha koordinasi, perusahaan juga perlu memperhatikan sumber daya yang ada dalam perusahaan terkait penerapan integrasi strategik. Jika perusahaan menerapkan integrasi strategik kepada karyawan yang tidak paham akan strategi perusahaan maka usaha pendistribusian barang akan tidak optimal bahkan kemungkinan hasil pendapatan yang diperoleh perusahaan menurun.

Semakin baik usaha koordinasi dan integrasi strategik dalam perusahaan maka semakin meningkat atau semakin baik kinerja perusahaan. Usaha koordinasi itu sendiri dapat dilakukan melalui pendelegasian wewenang yang tepat, pembagian kerja yang jelas, serta adanya komunikasi yang baik antar anggota perusahaan. Koordinasi merupakan suatu hal yang sangat penting di dalam suatu organisasi. Dalam mencapai tujuannya, jika para pimpinan perusahaan tidak dapat menerapkan koordinasi yang baik maka akan terjadi kekacauan, perselisihan dan kekosongan pekerjaan atau kekosongan pekerjaan sehingga kinerja pemasaran tidak optimal.

Disisi lain perusahaan juga perlu mengusahakan agar strategi-strategi yang dijalankannya dapat diikuti pula oleh anggota saluran distribusi (mitra perusahaan). Untuk itu perusahaan harus mendesain suatu mekanisme yang memungkinkan setiap anggota saluran distribusi tetap konsisten dengan sasaran dan kebijakan yang ditempuh perusahaan. Usaha mengkoordinasikan dan dukungan program merupakan dua mekanisme

dalam mempengaruhi intensitas saluran distribusi. Jika para anggota distribusi bisa tetap konsisten maka apa yang perusahaan inginkan dapat tercapai bersama.

Produk semenbosowa, tonasa, dantigaroda adalah salah satu produk utama yang disalurkan ataupun dijual oleh toko besi dan bahan- bahan bangunan. Produk ini mempunyai peranan penting untuk meningkatkan keuntungan usaha secara keseluruhan. Sifat dari produk ini adalah banyak dan hampir selalu dibutuhkan pada kegiatan pembangunan skala besar ataupun kecil mendukung arti penting produk tersebut. Produsen semen dari berbagai merek tentunya berusaha untuk meningkatkan dan meluaskan pasaran produk ini.

Di Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo itu sendiri terdapat beberapa toko bangunan semen yang menjalin kerjasama dengan para distributor semen, baik itu distributor semen Bosowa, Tonasa, dan Tiga Roda. Akan tetapi di Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo usaha koordinasi yang terjalin antara para distributor dan pemilik toko bangunan belum maksimal. Belum terdapat hubungan kerjasama yang baik antara para distributor dan pemilik toko bangunan. Sama halnya dengan usaha koordinasi, integrasi strategik yang terjalin antara para distributor dan pemilik toko bangunan belum terlalu erat sehingga harapan para pemilik toko bangunan untuk meningkatkan kinerja pemasarannya belum tercapai secara maksimal. Banyak toko bangunan yang ada di Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo yang menginginkan adanya peningkatan

kinerja pemasaran pada toko mereka, akan tetapi harapan untuk adanya peningkatan kinerja pemasaran belum tercapai secara maksimal. Faktor penyebab kurangnya peningkatan kinerja pemasaran adalah para distributor yang terlambat mendistribusikan semen kepada para pemilik toko bangunan. Ini adalah masalah umum yang selalu terjadi antara para distributor dan pemilik toko bangunan. Jika masalah ini selalu terjadi maka harapan para pemilik toko bangunan untuk adanya peningkatan kinerja pemasaran belum dapat terealisasi.

Hubungan kerjasama yang baik antara distributor dan pemilik toko bangunan merupakan kunci sukses dunia bisnis. Untuk meningkatkan kinerja pemasaran perusahaan harus dapat berintegrasi atau menjalin hubungan dengan perusahaan lain. Tidak ada satu perusahaan yang dapat berdiri sendiri. Perusahaan tetap membutuhkan perusahaan lain sebagai mitra dari perusahaan itu sendiri. Kondisi yang terjadi di Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo antara para distributor dan pemilik toko memang ada akan tetapi hubungan antara kedua belah pihak masih sangat kurang. Masalahnya terdapat pada proses pendistribusian semen. Para distributor selalu terlambat dalam proses pendistribusian, kurangnya informasi antara distributor dan pemilik toko terkait proses distributor. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengambil judul *“Pengaruh Usaha Koordinasi dan Integrasi Strategik terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran”*.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Banyak toko bangunan yang ada di Kabupaten Bone Bolango dan Kota Gorontalo yang belum mampu menerapkan Usaha Koordinasi dan Integrasi Startegik dengan para distributor dengan baik dan benar.
2. Lambatnya proses distribusi sehingga mengakibatkan kinerja pemasaran tidak optimal.
3. Kerjasama antara distributor dan pemilik toko bangunan masih kurang dalam proses pendistribusian.

1.3 Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah usaha koordinasi berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
2. Apakah integrasi strategik berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
3. Apakah usaha koordinasi dan integrasi strategik berpengaruh secara simultan terhadap kinerja pemasaran?
4. Apakah wilayah kota lebih baik daripada wilayah kabupaten dalam penerapan usaha koordinasi dan integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh usaha koordinasi terhadap kinerja pemasaran.

2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui secara simultan pengaruh usaha koordinasi dan integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui apakah wilayah kota lebih baik daripada wilayah kabupaten dalam penerapan usaha koordinasi dan integrasi strategik terhadap kinerja pemasaran.

1.5 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan pada penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat penulisan secara teoristis dan manfaat penulisan secara praktis.

a. Manfaat secara Teoristis

Secara teoristis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dari perusahaan lain sehingga mampu meningkatkan pendapatan perusahaan dalam bidang distribusi.

b. Manfaat secara Praktis

Melalui analisis sumber ini dapat digunakan sebagai acuan dalam sistem peningkatan kinerja pemasaran pada suatu perusahaan distributor semen dalam mendistribusikan barang sehingga mampu meningkatkan pendapatan perusahaan.

