

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis sekarang ini sudah semakin ketat, dan membuat para pengusaha berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Hal ini menuntut perusahaan atau organisasi selalu berusaha menemukan cara dan kebijakan yang efektif untuk dapat meningkatkan strategi pemasarannya, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Suatu perusahaan harus berusaha menemukan strategi yang tepat sehingga bisa bertahan dan dapat memenuhi tujuan yang ingin di capai oleh perusahaan yaitu berupa laba yang maksimal.

Untuk itu demi menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut di tuntut mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya dan dapat menyesuaikan perubahan kondisi yang terjadi pada saat sekarang ini. Dalam melakukan persaingan, perusahaan seharusnya tidak menitikbertakan pada kelancaran produksinya saja, Tetapi harus memperhatikan pula startegi dalam memasarkan hasil produksinya. dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, perusahaan juga harus dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi sekarang, sehingga strategi pemasaran dapat berhasil.

Keberhasilan dari strategi pemasaran dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, antara lain saluran distribusi. Oleh karena itu agar proses saluran distribusi dapat berhasil, suatu perusahaan harus menggunakan

konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas, dan kepuasan pelanggan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga target dari penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat terwujud.

Proses saluran distribusi yang baik memungkinkan pelanggan merasa puas dan akan menciptakan suatu keinginan untuk membeli ulang ataupun menggunakan jasa diperusahaan tersebut. Hal ini dapat memberikan kesan pertama untuk konsumen dan tidak menutup kemungkinan akan menjadi pelanggan di perusahaan tersebut. Pelayanan distribusi yang baik juga akan memberikan kepuasan kepada konsumen atau pelanggan sehingga menjadi dasar pembelian ulang dan dapat terciptanya pelanggan yang loyal.

Menurut Kotler (2009) kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan sesuai dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting untuk membangun hubungan yang baik dengan pelanggan. Pelanggan dalam hal ini akan mampu memberikan penilaian pada perusahaan yang pernah dia kunjungi untuk melakukan pembelian ataupun hanya sekedar berkunjung. Dengan demikian dapat disimpulkan kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan suatu perusahaan harus mengetahui bagaimana cara menempatkan suatu barang jasa pada tempat yang tepat, kualitas yang tepat, jumlah yang tepat, harga yang tepat dan waktu yang tepat dibutuhkan saluran distribusi yang tepat pula. Saluran distribusi adalah salah satu aspek yang akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya, dimana saluran distribusi ini mempunyai tujuan untuk menyalurkan produk yang dihasilkan perusahaan dengan sasaran segmen tertentu. Karena selain melakukan promosi perusahaan pun harus mampu mendistribusikan atau menyampaikan produk mereka dengan baik agar konsumen memperoleh banyak kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut.

Menurut Swasta dalam Puwandren (2008:39) distribusi merupakan suatu saluran yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada konsumen. Dengan adanya pemilihan saluran distribusi yang tepat oleh perusahaan maka pelanggan akan merasa puas atas barang-barang atau jasa-jasa yang diberikan perusahaan.

Perusahaan yang menjadi objek penelitian ini PT. Awet sarana sukses, salah satu perusahaan distributor barang harian ,makanan dan minuman yang sering di konsumsi sehari-hari. Fenomena yang terjadi pada PT. Awet sarana sukses adalah kurangnya kepuasan pelanggan terhadap kegiatan distribusi dalam hal proses penyaluran barang yang tidak sesuai dengan waktu yang ditentukan,yaitu barang tersebut

disalurkan oleh perusahaan langsung ke distributor kemudian ke outlet dengan lama pendistribusian 1 hari tetapi kenyatannya distributor belum menyalurkannya langsung ke outlet tersebut karena distributor menumpuk-numpukkan barang yang akan di disalurkan, kurangnya perhatian mengenai barang yang cacat, dan perusahaan ini mengalami kemacetan dalam mendistribusikan barang-barang, yang menjadi penghambat dalam proses pendistribusian pada perusahaan ini adalah distributor kurang memperhatikan permintaan para pelanggan sehingga banyak menimbulkan kesulitan yaitu terganggunya penerimaan penjualan sehingga target penjualan yang telah ditentukan tidak dapat terpenuhi dan dapat menyebabkan harga produk meningkat, perusahaan ini lebih mementingkan pelanggan dari segi emosionalnya misalnya pelanggan baru melakukan permintaan barang lebih dari sepuluh tapi pada kenyatannya barang yang mereka berikan tidak sesuai dengan permintaan pelanggan, akan tetapi pelanggan yang dekat dengan perusahaan atau distributor lebih di dahulukan, sehingga pelanggan baru tersebut merasa tidak terpenuhi kebutuhannya.

Tabel berikut, merupakan tabel distribusi total penjualan pada 10 toko 3 tahun terakhir pada tahun 2013-2015 di PT. Awet sarana sukses.

Tabel 1 : Total Distribusi Penjualan

NO	NAMA CUSTOMER	KODE CUSTOMER	TOTAL OMZET
1	NASIR	179969	Rp 468.470.199
2	RONI SENTUL	180412	Rp 727.050.537
3	SUNAR HARAPAN	180071	Rp 529.803.062
4	ARKI	182889	Rp 54.271.293
5	MULIA JAYA	179986	Rp 502.291.338
6	ROMANTIKA	180512	Rp 354.817.435
7	HATI MULIA	182817	Rp 792.010.818
8	YOLANDA	180196	Rp 592.892.191
9	DHAVEYS	180197	Rp 928.314.512
10	HARTI	181435	Rp 764.285.913

Sumber : Penjualan Pada PT. Awet sarana sukses

Berdasarkan tabel total distribusi penjualan di atas dapat digambarkan PT. Awet sarana sukses dalam menyalurkan barang-barang pada tiap – tiap toko berbeda beda yaitu perusahaan menyalurkan barang sesuai permintaan dan kebutuhan pelanggan, atau kemungkinan tiap toko melakukan permintaan sesuai kebutuhan pelanggan atau sesuai kedekatan pelanggan, pelanggan yang dekat dengan distributor lebih banyak melakukan permintaan karena distributor cenderung lebih memberikan harga rendah sedangkan pelanggan yang tidak memiliki kedekatan dengan distributor perusahaan hanya sedikit melakukan permintaan atau membeli barang di perusahaan karena distributor atau perusahaan cenderung memberikan harga yang lebih tinggi. Kenyataannya masih banyak pelanggan pada PT. Awet sarana sukses lebih memilih membeli di perusahaan lain, karena pelanggan tersebut belum merasa puas akan pelayanan yang di berikan oleh PT. Awet sarana sukses.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Awet Sarana Sukses”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya kepuasan pelanggan terhadap kegiatan distribusi pada PT. Awet sarana sukses
2. Adanya kemacetan proses saluran distribusi sampai ketangan konsumen pada PT. Awet sarana sukses mengakibatkan harga meningkat.
3. PT. Awet sarana sukses cenderung lebih mementingkan pelanggan dari segi emosionalnya, sehingga mengakibatkan pelanggan yang baru merasa tidak terpenuhi kebutuhannya.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah apakah saluran distribusi dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Awet sarana sukses.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah saluran distribusi dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Awet sarana sukses.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini terdiri dari manfaat praktis dan teoritis sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi PT. Awet sarana sukses pada khususnya dan umumnya pada perusahaan-perusahaan lain untuk mempertimbangkan kebijakan saluran distribusi.
2. Dapat memberikan sumbangan ide, gagasan, pemikiran, atau saran-saran dan masukan dalam menetapkan kebijaksanaan dalam bidang saluran distribusi.
3. Dapat memberikan masukan dan solusi kepada perusahaan agar lebih meningkatkan proses pendistribusian pada PT. Awet sarana sukses.

1.5.2 Manfaat Teoritis

1. Memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran
2. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya dengan dengan masalah yang sama dan variabel yang berbeda terutama yang berkaitan dengan kebijakan saluran distribusi
3. Dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan digunakan untuk membuktikan kesesuaian antara teori yang ada dengan fakta di lapangan.