

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan meminimkan biaya produksi untuk mencapai laba maksimal. Perkembangan perusahaan dan laba yang dicapai perusahaan dapat digunakan sebagai ukuran terhadap keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas yang berkenaan dengan operasinya. Jika tujuan perusahaan tersebut tercapai maka kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang tetap dapat dipertahankan dan mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Produsen harus selalu berusaha mengelola usahanya dengan baik guna mencapai tujuan tersebut. Banyak faktor yang mempengaruhi pencapaian tujuan tersebut, diantaranya adalah pemasaran. Adapun pemasaran adalah Penganalisa, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan menurut Kotler, (2001: 18)

Disamping faktor pemasaran, faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah saluran distribusi. Menurut Swastha, (2002 : 286) Saluran distribusi berperan sebagai suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada konsumen sebagai pemakai produk yang diproduksi. Syarat

lain yang tidak boleh diabaikan oleh produsen adalah tersedianya produk, agar setiap saat dibutuhkan oleh konsumen yang bersangkutan dapat diperoleh dengan mudah dan cepat. Kealpaan suatu perusahaan untuk dapat menyediakan produknya setiap saat dibutuhkan oleh konsumen, akan menimbulkan konsekuensi bahwa loyalitas konsumen terhadap merk produknya menurun, yang disebabkan karena banyaknya produk substitusi sempurna yang mempunyai kualitas dan harga yang bersaing dengan produk perusahaan yang bersangkutan.

Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Dengan semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul:

PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN BIAYA SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA PT.BATAM TEXTILE INDUSTRY UNGARAN, SEMARANG)

B. Perumusan Masalah

Dari uraian diatas, maka dapat dirumuskan pokok permasalahannya yaitu sebagai berikut :

1. Apakah biaya promosi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan?

2. Apakah biaya saluran distribusi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap volume penjualan?
3. Apakah biaya promosi dan biaya saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

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

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi yang dapat dimanfaatkan bagi perusahaan, dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan promosi dan saluran distribusi untuk meningkatkan volume penjualan PT. BATAM TEXTILE.

2. Bagi Peneliti

Diharapkan dalam penelitian ini penulis dapat menerapkan teori-teori yang telah ditempuh selama kuliah, sekaligus dapat menambah pengetahuan mengenai promosi dan saluran distribusi serta dapat menjadi acuan penelitian lebih lanjut

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memperjelas arah dan tujuan penelitian ini, maka penelitian menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat tinjauan teori yang relevan yang mendukung data penelitian dan memuat materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber yang ada yang digunakan sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang dimunculkan

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini terdiri dari kerangka pemikiran, hipotesis, obyek dan lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel serta metode analisis data.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Bab ini tentang gambaran umum perusahaan serta hasil analisis data dan pembahasannya dengan pembuktian hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN