BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan antara perusahaan jamu di Indonesia semakin tajam. Hal ini mendorong PT. Deltomed Wonogiri melaksanakan kegiatan promosi dan distribusi terutama persaingan antara perusahaan yang menghasilkan produk sama atau sejenis dalam merebut pasar. Persoalan yang dihadapi oleh para pengusaha sekarang ini tidak hanya bagaimana usahanya untuk meningkatkan hasil produksinya, tapi yang lebih penting adalah bagaimana cara menjual barang yang diproduksi tersebut. Persaingan tersebut meliputi persaingan dalam hal penentuan harga, kualitas produk, promosi dan kegiatan distribusi yang cepat dan tepat persaingan ini bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, berkembang dan mendapatkan laba.

Situasi perekonomian sekarang ini orang dapat bebas memproduksi barang yang mereka sukai, sehingga perusahaan dituntut untuk dapat merebut pasar dalam persaingan yang ketat dengan perusahaan lain, maka setiap perusahaan harus mampu menyusun kegiatan manajemen yang tepat terutama dalam bidang pemasaran.

Pemasaran di dalam dunia usaha merupakan sesuatu yang sangat penting, sebab jika perusahaan tidak mampu menjual produknya kepada konsumen maka mengakibatkan kerugian dan perusahaan akan mengalami

kemacetan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran agar produk yang ditawarkan bisa sampai ketangan konsumen, maka salah satu unsur yang diperhatikan adalah promosi dan distribusi. perusahaan dapat menyampaikan hal-hal yang berkenaan dengan produk usahanya, baik mengenai kualitas, harga, merek, dan informasi lainnya dengan cara promosi.

Pelaksanaan kegiatan promosi suatu perusahaan dapat memanfaatkan sarana atau alat promosi yang ada. Alat-alat promosi tersebut adalah periklanan, publisitas, personal selling dan promosi penjualan yang disebut sebagai promotional mix.

Industri jamu mengalami persaingan ketat karena sudah banyak perusahaan yang terjun kebisnis, persaingan ketat itu terjadi sejak harga obat kimia melambung tinggi sehingga permintaan obat tradisional / semakin meningkat.

PT Deltomed sebagai produsen jamu atau obat tradisional juga melaksanakan kegiatan promotion untuk memperkenalkan produknya pada konsumen dengan harapan konsumen akan menggunakan produknya. Walaupun PT Jamu Deltomed sudah dikenal masyarakat luas dan sekitarnya, promosi tetap dilaksanakan agar konsumen tidak merasa ragu untuk membeli dan menggunakan produknya.

Bertitik tolak uraian tersebut maka akan diadakan penelitian dengan judul : PENGARUH PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN JAMU PT. DELTOMED WONOGIRI.

B. Perumusan Masalah

Pokok masalah yang menjadi sasaran dalam penelitian adalah :

1. Apakah pengaruh promosi dan distribusi terhadap volume penjualan ?
2. Variabel manakah yang memberikan pengaruh lebih dominan antara promosi dengan distribusi, terhadap volume penjualan PT. Deltomed Wonogiri ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi dan distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Deltomed Wonogiri.
2. Untuk mengetahui variabel yang memberikan pengaruh lebih dominan antara promosi dengan distribusi terhadap volume penjualan PT. Deltomed Wonogiri.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian.

1. Manfaat Praktis
   a. **Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada perusahaan PT. Deltomed Wonogiri dalam melaksanakan kebijaksanaan yang berhubungan dengan penetapan bentuk kegiatan promosi dan distribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan.**

b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian mengenai masalah bentuk kegiatan promosi dan distribusi.

2. Manfaat Teoritis

Memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran, yaitu mendukung teori-teori yang berhubungan dengan bentuk kegiatan promosi dan distribusi.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah dan memperjelas arah dan tujuan penelitian ini, maka penelitian mengguna kan 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 : LANDASAN TEORI TENTANG BIAYA PROMOSI DAN BIAYA DISTRIBUSI

Bab ini menguraikan tentang pengertian pemasaran, pengertian *marketing mix*, persyaratan kegiatan promosi, macam-macam promosi, pengertian saluran distribusi, penentuan saluran distribusi, fungsi saluran distribusi, dan alternatif saluran distribusi.

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 : ANALISIS DATA TENTANG PENGARUH BIAYA PROMOSI DAN DISTRIBUSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN

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

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan penelitian skripsi, saran-saran yang perlu disampaikan baik untuk objek penelitian maupun untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN