

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masalah Sektor bisnis dewasa ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dengan tingkat persaingan yang tinggi, ditandai dengan semakin banyaknya berbagai jenis produk baru yang bermunculan dipasaran. Berbagai jenis produk substitusi hadir dengan kualitas yang semakin meningkat, harga yang relatif murah, dan memiliki sistem saluran distribusi yang efektif. Hal ini mengharuskan perusahaan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka dengan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Kemampuan dalam menghadirkan inovasi dan terobosan merupakan suatu keharusan bagi perusahaan untuk menyediakan produk yang jauh lebih unggul, berdaya saing, dan kompetitif dipasaran untuk dapat memenangkan persaingan.

Diantara metode dalam mengatasi persaingan yaitu melalui perencanaan strategi saluran distribusi produk sehingga produk dapat dengan mudah diterima oleh pelanggan. Fungsi saluran distribusi menjadi media yang dapat digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk dan jasa yang dihasilkan sehingga dapat digunakan oleh konsumen. Saluran distribusi juga sangat penting karena berfungsi meningkatkan arus barang dari produsen ke konsumen secara efisien. Sistem saluran distribusi yang buruk akan berdampak negatif bagi pertumbuhan Keputusan Pembelian sehingga target penjualan tidak akan tercapai.

Untuk itu, setiap perusahaan perlu meninjau dan melakukan analisis secara mendalam agar dapat menentukan dengan tepat jenis dan metode saluran distribusi yang paling relevan dengan produk yang dihasilkan termasuk dengan memperhatikan fungsi-fungsi dari saluran distribusi seperti fungsi informasi dan fungsi promosi bagi perusahaan.

Pemilihan dan penentuan saluran distribusi memerlukan dasar penilaian yang relevan dan dapat diperhitungkan agar menghindari dampak pada pemborosan biaya, kegagalan investasi serta kehilangan peluang dalam upaya memperluas pangsa pasar. Dalam upaya mengurangi kesalahan dalam proses distribusi, penting untuk menganalisa setiap instrumen yang saling berkaitan. Menurut Tjiptono, (2008:185) dalam variabel saluran distribusi menggunakan beberapa factor yang terdiri atas:

- a. Kecukupan jumlah,
- b. Intensitas pelayanan dan
- c. Kelengkapan item produk.

Aspek kecukupan jumlah merujuk pada jumlah produk yang tersedia di setiap titik saluran distribusi yang meliputi agen, pedagang besar dan pengecer. Perusahaan sebagai produsen perlu memastikan bahwa seluruh jaringan suplier dan kawasan yang menjadi jangkauan distribusinya memiliki jumlah produk mampu memenuhi permintaan konsumen. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan, karena ketersediaan produk dipasar. Komitmen perusahaan dalam menjamin kestabilan harga dan kehadiran perusahaan dalam menyediakan produk itu sendiri. Sedangkan indikator intensitas pelayanan merupakan jadwal pelayanan

distribusi yang dilakukan oleh perusahaan sebagai produsen kepada seluruh suplier yang manjadi bagian dalam rantai distribusi mereka. Intensitas pelayanan ini menunjukkan kestabilan dan kepastian layanan sehingga secara terjadwal produk dapat disalurkan tepat waktu dan sesuai dengan permintaan.

Perlu diketahui bahwa sistem pelayanan dan tingkat intensitasnya sangat mempengaruhi fungsi saluran distribusi karena berkaitan secara langsung dengan tujuan dalam menciptakan laba serta beban biaya yang perlu dikeluarkan oleh perusahaan. Indikator kelengkapan item produk merujuk pada tersedianya seluruh jenis produk yang dihasilkan oleh perusahaan sebagai produsen kepada seluruh agen dalam rantai disitribusi mereka. Agen-agen yang menjadi bagian dalam rantai distribusi dijamin memiliki seluruh jenis produk yang produksi oleh produsen. Karena mengingat kebutuhan dan keinginan konsumen sangat beragam sehingga seluruh jenis produk yang dihasilkan harus tersedia dipasaran. Tiga faktor ini sangat berkaitan erat dengan efektifitas saluran distribusi, banyak perusahaan memberikan perhatian serius guna memiliki sistem distribusi yang baik dan mendukung upaya mereka dalam menghasilkan laba. Diantara perusahaan dalam mendistribusikan produk dan memberikan pelayanan akan kebutuhan makanan ringan ringan seperti GELAMAI terhadap konsumen adalah Gelamai Perentak yang berada di Kabupaten Merangin Provinsi Jambi.

Gelamai perentak adalah panganan manis khas Jambi yang berasal dari daerah Kabupaten Merangin ini di buat dengan Bahan utama adalah beras ketan, kelapa, dan gula pasir. Makanan ini bentuknya serupa dodol dengan tekstur lebih kenyal dan wanginya yang khas, serta dibungkus agak kotak

dengan anyaman umbai. Cita rasa dari gelamai muncul dari cara pembuatannya yang masih tradisional. Pembuatan Gelamai masih menggunakan kuali besi dengan bahan bakar kayu karet yang membuat aroma gelamai ini menjadi lebih harum. Gelamai perentak dibuat tanpa bahan pengawet, sehingga lebih aman untuk dikonsumsi. Gelamai ini sudah sangat terkenal di wilayah Kabupaten Merangin khususnya, dan wilayah Provinsi Jambi pada umumnya. Bahkan sudah terkenal sampai keluar daerah Jambi sebagai oleh-oleh.

Usaha gelamai perentak merupakan salah satu usaha kecil dari tiga perusahaan sejenis yang menawarkan produk makanan ringan berupa gelamai atau dikenal dengan nama dodol di kabupaten merangin. Usaha gelamai perentak ini merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 1992 yang berlokasi dipasar atas bangko kabupaten merangin. Jika dilihat dari letak perusahaan, maka usaha gelamai perentak berada pada lokasi yang sangat strategis, terletak dekat dengan jalan pintas yang menghubungkan kabupaten merangin ke kabupaten kerinci dan propinsi Sumatra barat. Apabila dilihat dari jumlah sumber bahan baku, maka usaha ini mempunyai prospek yang cerah dikarenakan perusahaan ini beroperasi disekitar daerah yang banyak menghasilkan bahan baku yang digunakan dalam proses produksinya. Dilihat dari perkembangan usaha yang tercermin dari volume penjualan, maka usaha gelamai perentak ini mengalami perkembangan yang cukup baik. Hal ini dapat terlihat dari variable dibawah ini : Table 1.1 Keputusan Pembelian produk gelamai perentak bangko 300 gram

TABEL 1.1
KEPUTUSAN PEMBELIAN
GELAMAI PERANTAK TAHUN 2016-2020

Tahun	Jumlah Penjualan (Dalam Kilo Gram)	Pertumbuhan (%)
2016	38.400	-
2017	41.088	7
2018	47.662	16
2019	49.569	4
2020	52.543	6

Sumber : Gelamai Perantak Pasar Atas Merangin

Kemudian untuk mengetahui market share (pangsa pasar) selama 5 tahun dapat diketahui pada table sebagai berikut : Table. 1.2. perkembangan market share (pangsa pasar) selama 5 tahun terakhir

TABLE. 1.2.
PERKEMBANGAN MARKET SHERE
(PANGSA PASAR)

Tahun	Market Share (Dalam Kilo Gram)	Pertumbuhan (%)
2016	38.400	37,8%
2017	41.088	33,9%
2018	47.662	31,4%
2019	49.569	30,2%
2020	52.543	29,4%

Sumber : Gelamai Perantak Pasar Atas Merangin

Bagi usaha gelamai perentak, upaya peningkatan kinerjanya membutuhkan penanganan yang cukup baik dan cermat dalam hal mendistribusikan kepada konsumen atau ke pengecer perusahaan. Penyampaian yang efektif dibutuhkan mengingat produk ini secara relative rusak. Usaha gelamai perentak bangko yang tergolong dalam satu dari tiga usaha kecil yang memproduksi makanan ringan berupa gelamai mendudukin posisi yang baik di pasaran kabupaten merangin. Jika dihubungkan dengan pangsa pasar minimarket (market share), dari tahun ketahun

mengalami penurunan. Padahal jumlah pesaing dalam usaha ini adalah tetap memasarkan produknya hanya pada pasar dalam propinsi jambi. Hal ini menunjukkan adanya indikasi bahwa usaha gelamai perentak ini kurang mampu menggarap potensi pasar yang ada

Penelitian pernah dilakukan oleh Dian Candra Fatimah dan Fajar Ali dengan judul Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Zee Di PT. Catur Sentosa Anugerah. Adapun hasil penelitian tersebut adalah dengan hasil analisis dengan menggunakan metode statistik regresi linier sederhana $Y = 1,148 + 1,081 X$ yang menunjukkan pengaruh saluran distribusi (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah positif. Selanjutnya hasil pengujian koefisien korelasi menunjukkan nilai korelasi dari kedua variabel yaitu saluran distribusi dan Keputusan Pembelian sebesar 0,865 dengan arah hubungan yang positif dan dalam tingkat hubungan sangat kuat serta signifikan. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis, uji T sebesar 14,035 dengan sig 0,000. diperoleh t tabel sebesar 1,6682 dengan kata lain T hitung lebih besar dari T tabel ($14,035 > 1,6682$). Jadi dapat disimpulkan H_0 di tolak dan H_a diterima, atau dapat di artikan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian susu zee di PT. Catur Sentosa Anugerah Bandung. Besarnya koefisien determinasi adalah 0,749 (75%) yang artinya saluran distribusi memberikan pengaruh sebesar 75% terhadap Keputusan Pembelian dan sebesar 25% dipengaruhi oleh faktor lain.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Jainuddin dan Sri Ernawati dengan judul Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Sosis BE MART Cabang Bima. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian pada Sosis BE MART Cabang Bima. Penelitian ini mengambil sampel 96 dengan teknik purposive sampling. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert, dimana kuesioner dibagikan kepada konsumen yang pernah membeli produk sosis BE MART. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS 20.00. Hasil penelitian menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan saluran distribusi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian BE MART Cabang Bima.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian “Pengaruh Saluran Distribusi, Intensitas Pelayanan Dan Kelengkapan Item Produk Terhadap keputusan Pembelian Gelamai Perentak”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan suatu masalah pokok yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh saluran distribusi(X1), terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?
2. Apakah terdapat pengaruh intensitas pelayanan (X2), terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?
3. Apakah terdapat pengaruh kelengkapan item produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?
4. Apakah saluran distribusi (X1), intensitas pelayanan (X2), dan kelengkapan item produk (X3) berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari Penelitin ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi(X1), terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?
2. Untuk mengetahui pengaruh intensitas pelayanan (X2), terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?

3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan item produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?
4. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi yang terdiri atas kecukupan jumlah (X1), intensitas pelayanan (X2), dan kelengkapan item produk(X3) berpengaruh secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian(Y) Gelamai Perentak Kabupaten Merangin dan berepa besar pengaruh tersebut ?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat anantara lain sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

- a. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana (S1) pada STIE Sakti Alam Kerinci
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan acuan penelitian bagi mahasiswa Program Studi manajemen khususnya bidang penelitian strategi pemasaran.

2. Secara Praktis

- a. Manfaat bagi penulis Penelitian ini dapat menjadi sumber ilmu pengetahuan yang bermanfaat dalam mengetahui strategi saluran distribusi Gelamai Perentak

- b. Manfaat bagi mahasiswa Penelitian ini dapat menjadi landasan ilmiah dan acuan dalam memperluas wawasan penulisan skripsi selanjutnya.
- c. Manfaat bagi industry gelamai Perentak Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan pengambilan keputusan serta pertimbangan bagi Manajemen dalam menerapkan strategi saluran distribusi gelamai perentak sehingga dapat memperluas jangkauan pasar dalam mendorong pertumbuhan perusahaan.

