

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sistem ekonomi dan bisnis yang dikembangkan seharusnya tidak terlepas dari tujuan sistem itu diciptakan, yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidup umat manusia.¹ Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya perusahaan mempunyai visi dan misi untuk meningkatkan penjualan yang mereka jalankan. Karena peningkatan penjualan tergantung dengan sistem atau bisnis proses yang yang dijalankan, apakah berjalan dengan baik atau sebaliknya. Untuk mendapatkan laba (keuntungan) yang besar, perusahaan mampu meningkatkan daya saing, dan meminimalkan biaya produk dalam pemasaran. Dengan mendapatkan laba (keuntungan) yang besar akan menggambarkan suatu perusahaan tersebut dapat bertahan hidup yang lebih lama. Mendistribusikan dan memasarkan produk secara merata merupakan bagian dalam meningkatkan suatu laba, peningkatan suatu laba tentunya mempunyai kurun waktu yang cukup lama. Saluran distribusi yang baik akan berpengaruh pada minat pelanggan, jika pelanggan merasa puas atas pelayanan dan persediaan barang yang mereka butuhkan ada, maka akan menambah omset bagi perusahaan.

Dalam rangka memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen, perusahaan harus memperhatikan saluran distribusi, yaitu dengan cara menyeleksi

¹ Fordebi Adesy, *Ekonomi Dan Bisnis Islam Seri Konsep Dan Ekonomi Dan Bisnis Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), hlm. 86

saluran distribusi yang akan digunakan. Bila ada kesalahan dalam memilih saluran distribusi, akan menghambat dalam menyalurkan barang atau jasa, Hal ini perlu dilakukan perusahaan karena berkembangnya permintaan oleh para konsumen untuk sebuah pelayanan yang lebih baik, kualitas dan keaneka ragaman bersamaan dengan meningkatnya persaingan secara global, membuat perusahaan harus berpikir secara cepat dan tepat bagaimana cara mengatur kembali bisnis mereka. Selain itu, adanya persaingan dunia bisnis yang sangat ketat.²

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai, sewaktu dan dimana barang atau jasa tersebut diperlukan. Proses distribusi tersebut pada dasarnya menciptakan faedah (*utility*) waktu dan tempat. Di era kompetitif yang dewasa pada saat ini yang menjadikan persaingan begitu ketat antar perusahaan, membuat perusahaan bekerja keras untuk mengatur perusahaan mereka mampu untuk tetap bertahan di tengah persaingan pada saat ini. Penerapan strategi yang tepat merupakan bagian penting yang ada dalam suatu perusahaan untuk tetap bertahan di tengah ketatnya persaingan pasar. Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung dan terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu barang atau jasa siap untuk digunakan atau untuk dikonsumsi.³

Dalam suatu perusahaan produsen tidak hanya melepaskan barang yang diproduksinya dari pergudangan begitu saja, tetapi produsen mampu memperhatikan barang dari pergudangan sampai ke konsumen akhir dan mampu

² Samun Jaja Raharja, *Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung*, (Jurnal: *Sosiohumaniora*), vol.15 , No. 2, Tahun 2013

³ Thessa Natasya Karundeng, *Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado)*, (Jurnal: *EMBA*), vol. 6, No. 3, Juli Tahun 2018, hlm. 1749

mencari peluang juga memperluas jaringan agar semua wilayah dapat dikuasai, tidak hanya lokal maupun nasional tetapi juga internasional. Dengan itu perusahaan membutuhkan saluran distribusi yang baik dan memadai agar saluran distribusi yang dilakukan berjalan dengan maksimal. Jika penyaluran produk dapat dipasarkan secara luas, tentunya dapat merekrut banyak konsumen, sehingga dapat meningkatkan bisnis penjualan pada perusahaan. Dalam kegiatan pemasaran perlu adanya fungsi kegiatan pemasaran yang dilakukan, yaitu penentuan produk, harga, distribusi, dan promosi. Distribusi merupakan salah satu permasalahan yang sering terjadi dalam kegiatan pemasaran, untuk mencapai keberhasilan suatu perusahaan di bidang pemasaran dapat dilihat dari saluran distribusi, baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

CV. Laa Tansa adalah perusahaan yang memproduksi Air Minum Dalam Kemasan "AMT". Usaha ini diharapkan menjadi energi baru dalam meningkatkan ekonomi pondok. Saat ini usaha ini masih menangani produksi air minum kemasan cup 220 ml dan kemasan botol 600 ml. target utama konsumen unit usaha ini adalah internal pondok dan masyarakat sekitar. bergerak dalam sektor produksi air minum kemasan cup 220 ml dan kemasan botol 600 ml. Air adalah kebutuhan dasar bagi kehidupan bahkan air adalah sumber dari kehidupan itu sendiri. Kebutuhan akan air saat ini semakin meningkat. Air minum sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Air minum penting bagi kesehatan tubuh.

CV. Laa Tansa menggunakan saluran distribusi intensif, yaitu menyediakan produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki tingkat konsumsi dan permintaan yang tinggi. CV. Laa Tansa mempunyai komitmen untuk terus

memperluas jaringan di setiap wilayah atau membangun jaringan distribusi baru di area-area strategis sehingga semua segmen pasar dapat dikuasai dengan memfokuskan pada beberapa strategis.

Dalam meningkatkan penjualan maka CV. Laa Tansa harus meningkatkan kualitas produk dan memberi motivasi kepada konsumen agar dapat memiliki barang tersebut. Tidak hanya itu dalam meningkatkan penjualan maka CV. Laa Tansa harus memiliki saluran pendistribusian yang baik agar penyaluran barang dapat lebih cepat, mudah dan jumlahnya banyak. Para penyalur dapat menjadi suatu alat untuk CV. Laa Tansa dalam mendapatkan respon dari konsumen di pasar. Makin aktif penyalur dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen mengenai suatu produk, maka makin besar manfaat yang dapat diambil oleh produsen produk yang bersangkutan. Dan makin terbuka pula kesempatan untuk CV. Laa Tansa dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam menentukan distribusi yang akan digunakan oleh CV. Laa Tansa untuk menyalurkan produknya ada beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu jenis produk dan kemampuan perusahaan. Hal ini bertujuan agar distribusi dapat berjalan efektif guna meningkatkan penjualan.

Adapun kendala yang dialami oleh CV. Laa Tansa dengan meningkatnya permintaan yang tinggi dari distributor, perusahaan sedikit mengalami kewalahan untuk memenuhi permintaannya. Sebuah cara yang dilakukan oleh CV. Laa Tansa untuk mengatasi kendala tersebut dengan melakukan kemampuan yang maksimal dan baik sehingga barang sampai pada konsumen. Berdasarkan konteks penelitian di atas, peneliti menarik untuk melakukan sebuah penelitian lebih lanjut tentang

“Analisis Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Air Mineral di CV. Laa Tansa di Desa Plakpak Kecamatan Pegantenan Kabupaten Pamekasan”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti menemukan beberapa fokus penelitian, diantaranya adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi saluran distribusi di CV. Laa Tansa?
2. Bagaimana saluran distribusi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan di CV. Laa Tansa?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian dapat mengemukakan tujuan penelitian dengan berdasarkan fokus penelitian di atas, yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi saluran distribusi di CV. Laa Tansa.
2. Untuk mengetahui saluran distribusi yang bisa diterapkan untuk meningkatkan jumlah penjualan di CV. Laa Tansa.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menunjang penguasaan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan. Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Menjadi salah satu cara untuk mempraktikkan teori-teori yang didapat selama mengikuti perkuliahan dan meningkatkan wawasan dan khasanah keilmuan terutama mengenai Analisis Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Air Mineral di CV. Laa Tansa.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Syari'ah IAIN MADURA

Dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dalam rangka mendokumentasikan dan menginformasikan hasil penelitian ini di fakultas Ekonomi Syari'ah IAIN MADURA.

3. Bagi Konsumen/Masyarakat

hasil penelitian ini bisa memberi sumbangsih berkenaan dengan penerpan distribusi yang dilakukan oleh CV. Laa Tansa dalam menjalankan bisnis serta mengetahui peranan nilai-nilai ekonomi dalam islam yang dijalankan tidak melenceng dari ajaran islam dan manfaatnya benar-benar dapat dirasakan bagi masyarakat.

E. Definisi Istilah

Dalam rangka menghindari perbedaan pengertian yang di timbulkan dari penggunaan judul di atas, maka dirasa penting untuk memperjelas istilah-istilah kunci yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Saluran : Saluran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.

2. Distribusi : Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produksi dan konsumsi. Berkat distribusi barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian kegunaan dari barang dan jasa akan lebih meningkat setelah dapat dikonsumsi.
3. Saluran Distribusi : Saluran Distribusi merupakan jalan atau rute yang dilalui oleh produk mulai dari produsen sampai ke tangan pelanggan akhir.
4. Penjualan : Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan.

F. Kajian Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu oleh peneliti yang pernah menulis baca yaitu:

1. Nisia Tamuntuan tahun 2013 yang berjudul Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon). Penelitian ini bersifat kualitatif, proses dan sistem tataniaga pertanian sayuran wortel di kelurahan Rurukan dan Pasar Tradisional Kota Tomohon. Sampel dipilih secara purposive dan bersifat snowball sampling. Hasil penelitian menunjukkan proses produksi sayuran wortel, dilakukan melalui pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan dan panen. Para petani telah berpengalaman dalam pertanian, rata-rata pengalaman menanam Wortel di atas 10 tahun sehingga mereka telah memahami cara bercocok tanam Wortel yang baik, termasuk pemilihan bibit unggul. Saluran distribusi rantai pasokan

menggunakan model saluran distribusi sederhana (Model saluran distribusi 1 sampai dengan 3 tingkat), baik di pasar tradisional, atau di supermarket Kota Tomohon , banyak dijual Wortel hasil produksi para petani Desa Ruruan Penelitian ini bersifat kualitatif, penulis menggunakan metode deskriptif karena adanya kenaturalan dan keobjektifan data sesuai dengan realitas sebenarnya tanpa adanya intervensi (tekanan) dari luar bahkan dari peneliti itu sendiri, sehingga data yang dideskripsikan betul-betul alami dan bukan direayasa. Peneliti menggunakan metode deskriptif karena tidak menggabungkan dan menghubungkan antara dua sudut pandang yang peneliti lakukan, akan tetapi peneliti mencoba mencari suatu peristiwa yang ada di lokasi dan menjawab permasalahan yang ada.⁴

2. Thessa Natasya Karundeng tahun 2018 yang berjudul Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus di CV. Karya Abadi, Manado). jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menjalankan aktivitas distribusi fisik yang mengutamakan transportasi dalam pelaksanaan distribusinya. Dalam menjalankan proses distribusi masih ada juga faktor penghambat yang menyebabkan distribusi tidak berjalan sesuai keinginan karena perusahaan belum bisa menangani dengan tepat kegiatan distribusi dan faktor eksternal yang memperlambat kelancaran pendistribusian barang. Keputusan strategi distribusi yang dilaksanakan oleh CV. Karya Abadi adalah sebuah strategi

⁴ Nisia Tamuntuan, *Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel di Kelurahan Ruruan Kota Tomohon*, (Jurnal: EMBA), Vol. 1, No. 3, Juli Tahun 2013, hlm. 356-475

yang tepat dalam menjalankan proses distribusi. Strategi yang tepat akan lebih tepat jika diselaraskan dengan pengawasan aktivitas distribusi yang maksimal.⁵

3. Samun Jaja Raharja yang berjudul *Pendistribusiann Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung*. Penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan datanya adalah studi literature dan studi lapangan. Studi lapangan menggunakan observasi, dan wawancara. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan menggunakan saluran distribusi pendek. Hal ini disebabkan untuk barang berasal dari produsen langsung dan berlaku untuk perusahaan yang besar seperti Hypermarket.⁶

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Jurnal	Persamaan	Perbedaan
1.	Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon).	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini bersifat kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Hasil dari penelitiannya
2.	Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado).	<ul style="list-style-type: none"> • jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Hasil dari penelitiannya
3.	Pendistribusiann Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan metode penelitian kualitatif • Teknik pengumpulan datanya adalah studi literature dan studi lapangan 	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Hasil dari penelitiannya

⁵ Ibid, hlm. 1748-1757

⁶ Samun Jaja Raharja, *Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung*, (Jurnal: *Sosiohumaniora*), vol.15 , No. 2, Juli Tahun 2013, hlm. 222-231