BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pemilihan Judul

Dewasa ini perkembangan ekonomi di Indonesia menunjukan peningkatan yang sangat pesat, ditandai dengan maraknya kegiatan-kegiatan usaha di bidang industri, baik jasa, maupun perdagangan. Dampak dari perkembangan kegiatan usaha ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara para pelaku bisnis. Untuk dapat bertahan dalam situasi persaingan yang ketat, maka setiap perusahaan harus mampu menjalankan usahanya secara professional.

Salah satu hal penting dalam melaksanakan kegiatan bisnis adalah kegiatan di bidang pemasaran. Pemasaran merupakan ujung tombak sekaligus mediator yang menjembatani kepentingan perusahaan dan pasarnya. **George R. Terry (2006 : 68)**

Dalam situasi bisnis sekarang, strategi pemasaran perusahaan dituntut lebih dari sekedar pengembangan produk yang baik, penetapan harga yang murah, kegiatan promosi yang baik, tetapi perusahaan harus memperhatikan penyaluran produknya agar sampai ketangan konsumen, dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi. Menurut **Kotler dan Keller** (2007:122) yang dimaksud dengan Saluran distribusi adalah organisasi-organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Dan menurut **Buchari Alma** (2007:49) saluran distribusi merupakan lembaga yang saling terkait untuk menjadikan produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi.

Saluran distribusi *online* mulai populer sejalan dengan makin populernya penggunaan internet. Sebelum adanya saluran distribusi *online*, kegiatan distribusi membutuhkan biaya yang tidak sedikit. Akibatnya banyak perusahaan kecil atau yang baru bertumbuh tidak mampu melakukan aktifitas memasarkan produknya secara optimal. Menjamurnya jejaring sosial seperti Facebook ini membuka peluang yang sangat baik bagi siapa saja untuk melakukan aktifitas saluran

distribusi dengan lebih baik dan biaya relatif murah. Menurut **Fransiskus Musa Royan** (2006:39) saluran distribusi *online* adalah suatu kegiatan penyaluran barang dan jasa agar sampai ke tangan konsumen yang dilakukan mengunakan media komputer dengan menggunakan jasa kurir

Pada saat ini para pengusaha mendapat dorongan yang besar untuk mengembangkan usahanya melalui saluran distribusi secara langsung menggunakan jasa internet (*online shop*), sehingga saluran distribusi ini dapat secara efektif mengantarkan data, video, dan teks. Pertumbuhan pesat internet telah menciptakan permintaan kapasitas saluran informasi yang sangat besar. Menggunakan saluran ini yaitu untuk mengidentifikasi alternatif saluran utama yaitu saluran distribusi langsung dengan menggunakan kontak langsung dengan konsumen, dan menggunakan tenaga penjual yang harus mereka gaji. Dengan menggunakan saluran distribusi melalui internet ini, membutuhkan biaya yang jauh lebih murah, tetepi tidak dapat menangani produk yang rumit dan distributor kehilangan kontak langsung dengan konsumen.

Sebagian besar perilaku konsumen saat ini sudah mulai berubah dengan adanya bisnis-bisnis *online*. Dengan adanya saluran distribusi alternatif ini, konsumen bisa membeli barang yang diinginkan tanpa harus keluar rumah dan membuang waktunya ke mall-mall yang ada.

Seiring dengan pentingnya peranan pemasaran dalam perusahaan untuk bisa menghadapi persaingan dalam industri sejenis, maka setiap perusahaan harus menentukan kebijaksanaan saluran distribusi yang akan dipilih *(online-ofline)* yang dianggap paling tepat digunakan oleh perusahaan, dan harus sesuai dengan kondisi serta tujuan perusahaan. Ketetapan perusahaan dalam menentukan saluran distribusinya akan sangat mendukung lancarnya penyaluran produk sampai ke tangan konsumen.

Kesalahan dalam memilih saluran distribusi dapat menghambat upaya penyaluran barang yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Karena meskipun barang telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi bila saluran distribusinya terhambat maka selera konsumen memudar.

Untuk itu perusahaan harus memutuskan segmen mana yang ingin dilayani dan saluran distribusi mana yang akan digunakan untuk masing-masing segmen, sebab pada masing-masing segmen perusahaan ingin meminimalkan biaya saluran total untuk dapat memenuhi tingkat layanan yang diinginkan pelanggan. Sebuah perusahaan yang telah menghasilkan produk, bukan berarti tujuan perusahaan telah tercapai, karena suatu produk tidak akan berarti bila tidak dapat disalurkan dengan baik kepada konsumen.

Sebagaimana layaknya perusahaan *home industry*, Flux Developments merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan busana. Produk yang dihasilkan bervariasi, seperti kaos, kemeja, jaket, *sweater* dan lain-lain. Permintaan terhadap kaos paling berfluktuasi setiap bulannya. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasarnya, Flux Development harus memiliki saluran distribusi yang tepat agar produk yang dihasilkan dapat diterima dengan baik oleh pasar konsumennya, sehingga perusahaan dengan sendirinya akan memperoleh laba serta mencapai kesejahteraan yang baik untuk perusahaan dan masyarakat luas. Flux development memasarkan produknya tidak hanya di wilayah Bandung saja, tetapi sudah ke kota-kota besar di Indonesia. Flux Development menggunakan saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana yaitu saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara yaitu melalui jasa internet (*online shop*).

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik melakukan praktek kerja lapangan guna meninjau saluran distribusi yang dilaksanakan oleh FLUX DEVELOPMENT dalam menyalurkan produknya.

Adapun judul dari praktek kerja lapangan tersebut adalah :

"**TINJAUAN PELAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI (*PLACE*) PADA FLUX DEVELOPMENT BANDUNG"**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi yang digunakan Flux Development?
2. Masalah-masalah apa saja yang dihadapi oleh Flux Development dalam menyalurkan produknya kekonsumen ?

3. Bagaimana cara mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh Flux Development dalam menyalurkan produknya kekonsumen?

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari kerja praktek ini adalah untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir, guna memenuhi salah satu syarat ujian sidang Program Diploma III Jurusan Manajemen Universitas Widyatama.

Tujuan kerja praktek ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi yang digunakan oleh Flux Development.
2. Untuk mengetahui masalah-masalah apa yang dihadapi perusahan dalam menyaluran produknya.
3. Untuk mengetahui cara menyelesaikan masalah yang dihadapi perusahan dalam menyalurkan produknya.

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan kerja praktek yang dilakukan oleh penulis terhadap Flux Development yaitu agar dapat bermanfaat:

1. Bagi penulis

   Penelitian ini banyak memberikan masukan terutama kejelasan dalam penerapan ilmu, khususnya *marketing* terutama saluran distribusi yang diperoleh secara teori selama kuliah dengan kenyataannya menghadapi masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

2. Bagi perusahaan

   Diharapkan akan dapat disusun informasi sebagai bahan masukan sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan di dalam mengelola kegiatan saluran distribusi untuk mengembangkan perusahannya.

3. Bagi pembaca

   Diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pembaca.

1.5. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan di dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah dengan metode deskriptif yaitu metode penyusunan laporan dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan selama penulis mengadakan penelitian.

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut

1. *Field research* (penelitian lapangan)

   Yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan penelitian langsung pada perusahaan tempat penulis mengadakan penelitian.

   Penelitian menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

   - *Observation*

     Yaitu data yang diperoleh melalui pengamatan dan pencatatan langsung dari objek survey

   - *Interview*

     Yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan wawancara atau tanya jawab langsung dengan pihak terkait.

2. *Library research* (penelitian pustaka)

   Yaitu data yang diperoleh dengan mengumpulkan data-data sekunder yang berhubungan dengan objek penelitian seperti dari catatan-catatan perkuliahan dan buku-buku literatur, yang akan dijadikan landasan pemikiran teoritis didalam membahas masalah-masalah yang ditemukan dalam penelitian lapangan.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam memperoleh data yang diperlukan untuk penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis melakukan penelitian pada Flux Development Jl.Taruna I no.11 Ujung Berung Bandung dan waktu penelitian dilakukan pada Bulan Februari 2010 sampai dengan Maret 2010.