

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar belakang pemilihan judul

Dengan adanya perkembangan jaman, khususnya di bidang ekonomi dan teknologi sekarang ini, maka semakin banyak barang-barang yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan manusia, baik barang produksi maupun barang industri. Untuk mempertahankan keberadaannya dan untuk mencapai tingkat yang lebih baik, perusahaan dituntut untuk memilih saluran distribusi dan strategi pemasaran yang tepat.

Yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah suatu lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen. Setiap produk yang telah selesai dibuat oleh produsen harus ditentukan bagaimana cara memasarkannya ke pasar-pasar yang ada, agar sampai ketangan konsumen dalam jumlah dan waktu yang tepat. Ketepatan perusahaan dalam memilih jalur distribusinya akan menjadikan operasi perusahaan menjadi lebih efisien, dengan operasi yang efisien diharapkan akan mempengaruhi kegiatan pemasaran yang lain misalnya harga produk yang lebih kompetitif sehingga persaingan akan lebih mudah dihadapi.

Salah satu langkah untuk dapat mempertahankan produk secara terus menerus dalam meningkatkan volume penjualan adalah menentukan kebijaksanaan saluran distribusi yang akan dipilih dan yang dianggap paling tepat digunakan oleh perusahaan, dan harus sesuai dengan kondisi dan tujuan perusahaan, saluran distribusi merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam usaha untuk memperlancar arus barang dari produsen atau dari pengusaha kepada konsumen, kesalahan dalam memilih saluran distribusi dapat menghambat upaya penyaluran barang yang mengakibatkan volume penjualan menurun dan menimbulkan dampak kerugian bagi perusahaan. Meskipun barang atau produk telah sesuai dengan selera konsumen akan tetapi bila saluran distribusinya tidak tepat atau

terhambat, maka ada kemungkinan konsumen akan mengalihkan ketertarikannya kepada produk lain yang sejenis dan tentunya itu merupakan suatu kerugian bagi perusahaan.

Faktor terpenting dalam saluran pemasaran antara lain adalah pendistribusian, pengecer serta agen dan pedagang besar, peranan ini dengan sendirinya merupakan sarana yang dapat melakukan penyesuaian masalah secara komunitas atau dengan kata lain terus menerus serta pemilihan ragam produk untuk mencapai pasar yang diharapkan. Pemasar juga berperan mengalirkan ragam produk kepada pihak konsumen yang berkepentingan dengan masing-masing jenis dan ragam produk yang ditawarkan, sistem saluran distribusi tidak terjadi secara otomatis tetapi harus direncanakan terlebih dahulu, dengan tujuan agar dapat mendorong pola sistem saluran yang direncanakan. Atas hal dasar tersebut maka dapat dikatakan bahwa saluran distribusi mempunyai peranan penting dalam hubungannya dengan penjualan, volume penjualan dapat meningkat jika saluran distribusi yang dijalankan perusahaan dengan tepat. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan praktek kerja lapangan yang menyangkut saluran distribusi yang dilaksanakan oleh PT.KHARISMA FILM selaku distributor film dalam menyalurkan barangnya berupa film , dengan demikian diharapkan bioskop-bioskop akan mudah dalam mendapatkan produk-produk yang dihasilkan oleh produser-produser film, sehingga kemungkinan konsumen melakukan pembelian akan semakin besar. Untuk maksud tersebut yang penulis ambil adalah:

“Tinjauan pelaksanaan saluran distribusi pada PT KHARISMA FILM”

1.2. Identifikasi Masalah

Melaksanakan kebijakan saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang cukup penting dalam menyalurkan produk ketangan konsumen, oleh sebab itu setiap perusahaan harus memiliki strategi-strategi tertentu dalam meningkatkan volume penjualannya sesuai dengan latar belakang pemilihan judul.

Disini penulis hanya membatasi pada masalah-masalah yang berkaitan dengan saluran distribusi yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi yang dilaksanakan di PT.Kharisma Film
2. Masalah-masalah yang dihadapi oleh PT.Kharisma Film dalam menyalurkan produknya ke konsumen
3. Bagaimana memecahkan masalah yang dihadapi oleh PT.Kharisma Film.

1.3.Maksud dan tujuan kerja praktek

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 dari kerja praktek ini adalah:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi yang digunakan oleh PT.Kharisma Film
2. Untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi perusahaan dalam menyalurkan produknya
3. Untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan dalam menyalurkan produknya.

1.4.Kegunaan Praktek Kerja

Adapun kegunaan kerja praktek yang dilakukan oleh penulis terhadap PT Kharisma Flm yaitu agar bermanfaat :

1. Bagi Penulis, penelitian ini banyak membuat masukan terutama kejelasan dalam penerapan ilmu, khususnya pemasaran, terutama mengenai saluran distribusi yang diperoleh secara teori selama perkuliahan dengan kenyataannya dalam 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 perusahaannya.

3. Bagi Almamater, diharapkan penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan bagi mahasiswa dan mahasiswi serta aktivitas akademik Universitas Widyatama

1.5. Metoda Praktek Kerja

Metoda yang penulis gunakan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini adalah metoda deskriptif, yaitu suatu metoda dalam penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu pemikiran ataupun peristiwa pada masa sekarang **M. nazir** (2005; 54) tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta hubungan antara fenomena yang diselidiki, Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengadakan penelitian langsung pada perusahaan tempat penulis mengadakan penelitian. Penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

- A. Observasi

Yaitu data diperoleh melalui pengamatan dan pencatatan langsung dari objek survey

- B. Metode Wawancara

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

2. 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 kerja praktek

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam Penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis mengadakan penelitian pada PT.Kharisma Film (distributor film) yang beralamat di jalan Jenderal Sudirman No.554 Bandung 40232 Jawa Barat Indonesia dan dilaksanakan pada bulan Januari tahun 2007, sampai dengan bulan Maret tahun 2007.

