

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berbagai bidang dalam pemasaran sudah dimasuki oleh perusahaan maupun industri dipasaran. hal ini dikarenakan perubahan yang terjadi di kalangan masyarakat terlalu cepat, baik dalam hal selera yang berubah-ubah, teknologi yang semakin canggih dan persaingan pasar yang semakin ketat. dikarenakan jumlah dan jenis produk yang dijual dipasaran semakin banyak dan beragam. Maka dalam menghadapi persaingan yang seperti ini perusahaan perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran dengan menggunakan saluran distribusi yang efektif dan efisien agar barang yang disalurkan dapat sampai ke tangan masyarakat hingga ke pelosok maupun pedesaan dengan cepat sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai.

Seperti yang kita ketahui bahwa tujuan utama dari suatu perusahaan pada intinya sama, yaitu dapat meningkatkan volume penjualan sehingga laba yang dihasilkan akan terus meningkat, namun tanpa melupakan kepuasan konsumen. Hal demikian jugalah yang akan dilakukan oleh salah satu distributor yang ada di Sumatera Utara yaitu PT. Alamjaya Wirasentosa Tj. Morawa Medan memberikan yang terbaik pada konsumen dengan mengirimkan barang-barang tepat waktu.

Terjadi peningkatan yang cukup pesat dalam dunia pemasaran. Peningkatan ini terjadi karena kebutuhan konsumen yang semakin banyak dan kompleks. Sehingga hal ini mendorong perusahaan PT. Alamjaya Wirasentosa Tj.

Morawa Medan untuk memenuhi permintaan masyarakat. Dan demi memenuhi permintaan tersebut PT. Alamjaya Wirasentosa Tj.Morawa Medan harus menghadapi persaingan yang cukup ketat baik untuk perusahaan yang memproduksi produk yang sama maupun produk yang berbeda. Untuk dapat menarik konsumen agar melakukan pembelian, maka perusahaan harus menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang akan dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu produk, harga, promosi, dan saluran distribusi. Dan dalam hal ini perusahaan PT.Alamjaya Wirasentosa Tj. Morawa Medan lebih bergerak ke arah saluran distribusi.

Saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran yang saling tergantung dalam proses mempermudah penyaluran produk dari produsen ke konsumen untuk digunakan atau dikonsumsi pada waktu yang tepat. Saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang sangat penting atau tidak boleh diabaikan dalam usaha mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran. Perusahaan juga menekankan pentingnya saluran distribusi mengingat bahwa cara ini dapat digunakan dan berfungsi sebagai tolak ukur kemampuan pemasaran di berbagai unit pemasaran tersebut.

Dalam mengambil keputusan untuk menggunakan saluran distribusi, perusahaan harus memperhatikan faktor yang mempengaruhi pilihan saluran distribusi. Faktor-faktor tersebut adalah pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan perusahaan. Keputusan memilih saluran distribusi tersebut menuntut kecermatan serta ketelitian yang tinggi, karena kesalahan dalam