

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Situasi persaingan yang semakin kompetitif juga dialami oleh perusahaan yang bergerak di bidang distributor di dalam memasarkan produknya untuk mencapai tingkat volume penjualan yang optimal, sekaligus untuk memperoleh kepercayaan dari perusahaan induk sebagai distributor utama dalam memasarkan produknya, maka perusahaan yang bergerak dibidang distributor perlu menetapkan strategi pemasaran yang terencana dengan baik agar mampu bertahan menghadapi persaingan tersebut.

Setelah barang selesai dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap selanjutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Hal ini menyangkut masalah penentuan strategi penyaluran, termasuk pemilihan saluran distribusi, penanganan secara fisik dan distribusi fisik.

Penulis tertarik dengan usaha pemasaran yang dilakukan oleh PT. Mestika Sakti Medan, khususnya dalam hal penentuan strategi penyaluran distribusi barang-barangnya. Saluran distribusi ini sangat besar pengaruhnya bagi pemasaran suatu produk, sebab produk yang bagaimanapun sempurnanya tidak berarti apa-apa bila produk tersebut jauh dari jangkauan konsumen baik dalam pengertian

jarak maupun waktu, agar produk tersebut selalu tersedia pada saat dibutuhkan dan pada tempat yang dapat dijangkau oleh konsumen.

Saluran distribusi yang terlalu panjang mungkin akan mengakibatkan biaya yang tinggi atau sebaliknya saluran distribusi yang pendek mengakibatkan tidak efektifnya penyaluran produk pada konsumen, oleh karena itu diperlukan penentuan panjangnya saluran distribusi yang paling efektif dan efisien.

PT. Mestika Sakti Medan bergerak dalam bidang usaha distributor untuk obat-obatan, alat-alat cukur seperti : Gillette, Goal, Sikat Gigi Oral-B dan Komestik.

Untuk dapat memasuki pasar yang ada dalam rangka memenuhi permintaan akan produk Gillette, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan, maka dalam hal ini saluran distribusi sangat memegang peranan dalam memenuhi permintaan pasar dan memperluas jaringan pasar. Inilah yang mendorong penulis untuk mengusulkan penelitian di bidang saluran distribusi produk Gillette pada PT. Mestika Sakti Medan dengan judul : **“ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PRODUK GILLETTE DI PT. MESTIKA SAKTI MEDAN “.**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan alasan pemilihan judul yang telah diuraikan di atas dalam hal penentuan strategi penyaluran untuk produk Gillette, maka yang menjadi pokok permasalahannya adalah “Volume penjualan produk belum tercapai akibat saluran distribusi yang diterapkan belum mengikuti perkembangan.”