

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran dalam suatu perusahaan memegang peranan yang sangat penting, karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, melakukan perkembangan terhadap perusahaan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mencapai laba dalam meningkatkan volume penjualan.

PT. Lautan Persada adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan ikan segar menjadi ikan beku. Terutama bahan baku yang dibutuhkan untuk UKM pemindangan. Adapun beberapa jenis produk yang dihasilkan PT ini adalah ikan Aso-aso atau sering disebut ikan gembung, ikan kuring, ikan tongkol, ikan selayang, ikan sarden dan masih banyak lagi. Dalam hal ini pengemasan ikan beku memiliki beberapa kemasan untuk pengepakan jenisnya Frozen, SKR, Ocean, Mabong dan Wallet sedangkan untuk kemasan lokal diproduksi kemasan kotak polos. Dari segi ketahanannya sendiri, selama dalam mesin pendingin dapat bertahan selama 2 tahun namun belum pernah terjadi karena stok barang selalu laris terjual sedangkan jika sudah pada konsumen ketahanannya tergantung pada konsumen itu sendiri jika langsung diolah maka dalam waktu sejam saja sudah cair, namun jika dimasukkan ke pendingin maka bisa sehari-hari.

Tabel 1.1

Data penjualan PT. Lautan Persada Belawan Periode Januari s/d Desember 2021

Bulan	Target penjualan	Realisasi pencapaian	Presentase
Januari	2.250.000.000	1.710.000.000	76%
Februari	2.250.000.000	2.115.000.000	94%
Maret	2.250.000.000	1.710.000.000	76%
April	2.250.000.000	2.250.000.000	100%
Mei	2.250.000.000	1.845.000.000	82%
Juni	2.250.000.000	1.710.000.000	76%
Juli	2.250.000.000	3.060.000.000	136%
Agustus	2.250.000.000	2.520.000.000	112%
September	2.250.000.000	1.980.000.000	88%
Oktober	2.250.000.000	2.385.000.000	106%
November	2.250.000.000	1.710.000.000	76%
Desember	2.250.000.000	2.115.000.000	94%

Tabel 1.1 diatas dapat terlihat penjualan pada PT. Lautan Persada Belawan. Target yang ditetapkan perusahaan dari bulan Januari 2021- desember 2021 sebanyak Rp. 2.250.000.000 perbulannya dan persentase tertinggi dicapai pada bulan Juli yaitu sebesar 136% dan persentase terendah di bulan januari sebesar 76%.

Tabel 1.2.

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas produk (X1)	Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Sumber : Assauri (2014: 211)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance (kinerja) berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk 2. Durability (daya tahan) yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti
Saluran Distribusi X2	Saluran Saluran Distribusi adalah suatu jalur pemasaran yang ditentukan oleh pihak perusahaan dalam mendistribusikan ataupun memberikan pelayanan terkait barang kepada pelanggannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk
Personal Selling (X3)	Personal selling adalah cara yang paling tua dan penting tidak mudah di ulang, dapat menciptakan <i>two ways communication</i> antara ide yang berlainan antara penjual dan pembeli Sumber: Alma (2016:185)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikasi Pelanggan 2. Mencari Informasi 3. Pengetahuan Produk 4. Menangani Keluhan 5. Memberi Solusi 6. Kemampuan Menutup Penjualan 7. Penawaran Khusus

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk membahas tentang “Analisis pengaruh Kualitas Produk, Saluran Distribusi, dan *Personal Selling* terhadap Volume Penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan”

I.2. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kualitas produk yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan mengakibatkan return terhadap produk yang dibeli.

2. Saluran distribusi mempengaruhi volume penjualan ikan.
3. Personal selling yang masih belum berkompetensi.
4. Volume penjualan dipengaruhi oleh sedikit banyaknya ikan.

I.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk secara parsial terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan saluran Distribusi secara parsial terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan ?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan Personal Selling secara parsial terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, saluran distribusi, dan personal selling secara parsial terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan?

I.4. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan pada PT. Lautan Persada Belawan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Lautan Persada Belawan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh personal selling terhadap volume penjualan pada PT. Lautan Persada Belawan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, saluran distribusi, dan personal selling terhadap volume penjualan pada PT. Lautan Persada Belawan

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah suatu kondisi fisik, sifat, dan fungsi produk , baik itu produk barang atau layanan jasa, berdasarkan tingkat mutu yang disesuaikan dengan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan untuk memenuhi kepuasan dan juga kebutuhan

pelanggan. Kualitas Produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen.

Beberapa definisi Kualitas Produk menurut para ahli :

- a. Menurut Assauri (2015), Kualitas Produk adalah pernyataan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.
- b. Menurut Feingenbaum (2015) dalam Marwanto, Kualitas Produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan) pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk adalah sebagai berikut :

- a. Pasar, pelanggan atau konsumen sebagai pengguna produk
- b. Tujuan Organisasi, standar kualitas terhadap volume output tinggi/rendah, harga produk, desain produk, proses produksi

I.5.2. Saluran Distribusi

Saluran Distribusi adalah suatu jalur pemasaran yang ditentukan oleh pihak perusahaan dalam mendistribusikan ataupun memberikan pelayanan terkait barang kepada pelanggannya.

Beberapa definisi Saluran Distribusi menurut Para Ahli :

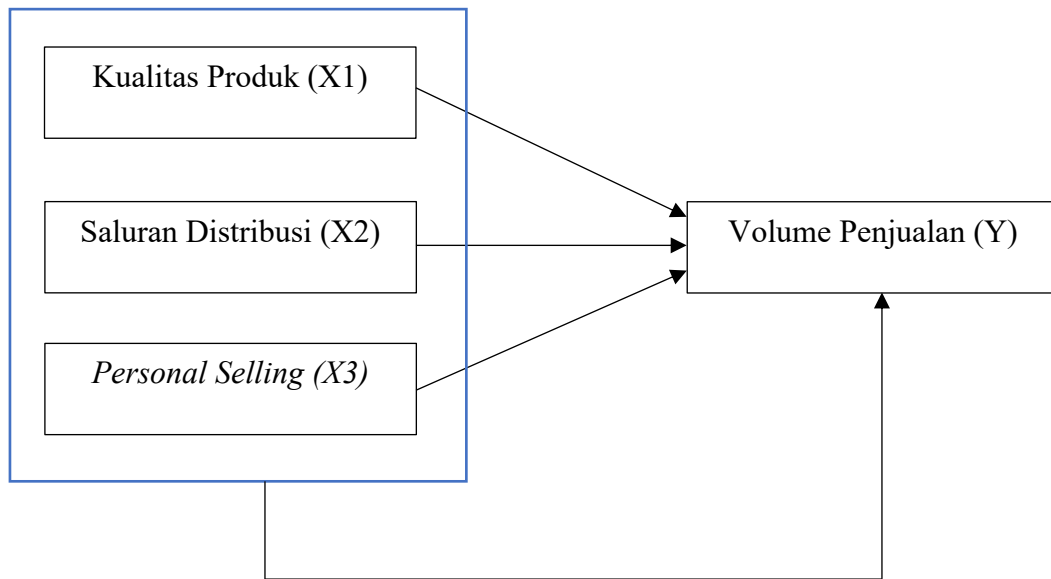
- a. Menurut Abubakar (2018), Saluran Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.
- b. Menurut Sunyoto (2015), Saluran Distribusi dapat diartikan sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

I.5.3. Personal Selling

Personal Selling adalah promosi penjualan yang dilakukan dengan dua arah dan dinilai lebih efektif dalam memasarkan produk, karena tujuan akhir dalam suatu promosi adalah melakukan penjualan.

Beberapa definisi Personal Selling menurut para ahli :

- a. Menurut Kotler & Keller (2012), Personal Selling adalah interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan menerima pesanan.
- b. Menurut Kotler & Amstrong (2014), Personal Selling terdiri dari interaksi antara pribadi dengan pelanggan dan calon pelanggan untuk membuat penjualan dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan.



Gambar 1.1

Kerangka Konseptual

I.6 Hipotesis Penelitian

Menurut Sujarweni (2015:68) bahwa hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan
- H2 : Saluran Distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan
- H3 : Personal Selling berpengaruh terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan
- H4 : Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Dan Personal Selling berpengaruh terhadap volume penjualan Ikan pada PT. Lautan Persada Belawan