

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan zaman kerap kali diikuti dengan beraneka ragamnya aktivitas-aktivitas yang dilakukan masyarakat pada berbagai segi kehidupan. Semakin meningkatnya jumlah kebutuhan yang dirasakan sebagian masyarakat terhadap suatu produk (barang dan jasa), merupakan kesempatan pasar yang cukup besar. Kondisi demikian memunculkan dua hal penting yang terkait perusahaan, yakni peluang dan ancaman. Peluang berarti suatu kondisi yang memberikan manfaat jika dicapai melalui usaha tertentu dan merupakan ancaman jika kesempatan pasar yang ada dimanfaatkan oleh pesaing. Sehingga pemasaran sebagai salah satu fungsi dan kegiatan perusahaan mempunyai peranan yang cukup penting dalam membantu meraih peluang tersebut sehingga memberikan manfaat bagi perkembangan perusahaan.

Terdapat empat faktor internal yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mendukung keberhasilan pemasaran yaitu produk, promosi, harga, dan distribusi. Untuk dapat mendukung keberhasilan pemasaran yang pada akhirnya berdampak pada keberhasilan kegiatan penjualan. Maka, hal ini tergantung pada kekuatan manajemen dalam menganalisis dan memanfaatkan berbagai variabel yang dimilikinya serta merancang secara strategis program-program pemasaran dalam kerangka lingkungan yang dihadapi perusahaan dan kemudian menjalankan rencana tersebut.

Distribusi pemasaran adalah satu dari sekian faktor penting yang harus diperhatikan dengan mendukung kesuksesan pemasaran. Penentuan saluran distribusi pemasaran dianggap sebagai salah satu kegiatan kritis karena mempengaruhi keputusan-keputusan pemasaran lainnya.

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang melimpah karena terdiri dari berbagai suku bangsa dan budaya. Masyarakat Indonesia gemar mengonsumsi cemilan. Hal ini lantaran enak dan harganya murah. Salah satu jenis camilan yang disukai oleh berbagai kalangan adalah mi lidi.

Belakangan ini banyak jajanan tempo dulu kini kembali populer. Salah satunya adalah mi lidi. Camilan yang terbuat dari tepung terigu ini sempat populer di tahun 1990-an. Lama redup, kini popularitas mi lidi kembali berkibar.

Sebagian besar orang yang lahir sebagai generasi 90-an pasti akan tahu mengenai mi lidi. Sejak lama jenis jajanan tersebut menjadi legenda karena sudah jarang yang menjual jajanan tersebut.

Melihat dari banyaknya peluang bisnis camilan ringan mi lidi ini, maka tidak jarang pebisnis yang pandai dalam melihat target pasar menjadikan camilan ringan ini sebagai sebuah sebuah peluang usaha yang sangat menjanjikan. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan yang memproduksi produk sejenis maupun produk yang berbeda sekalipun. Sehingga untuk menarik minat konsumen, maka perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran mi lidi ini salah satunya dapat dipengaruhi oleh faktor saluran distribusi.

Home industry “Mama Lidi” adalah perusahaan pembuat camilan berbahan dasar tepung terigu yang mengalami kemajuan cukup pesat terutama di wilayah Jember dan sekitarnya. Bahkan *home industry* ini menjadi pelopor usaha camilan mi lidi di Jember dan sekitarnya. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk mengetahui *Home Industry* “Mama Lidi” mendistribusikan produknya sehingga akan diketahui saluran distribusi mana yang paling efektif.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja jenis saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember ?
2. Bagaimana pengaruh dari tiap saluran distribusi terhadap hasil penjualan pada perusahaan *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember ?
3. Saluran distribusi mana yang memberikan peningkatan volume penjualan lebih dominan di *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember ?

1.3 Tujuan penelitian

1. untuk mengetahui bagaimana sistem distribusi yang digunakan oleh *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember;
2. untuk mengetahui pengaruh dari tiap saluran distribusi terhadap hasil penjualan pada *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember;
3. untuk mengetahui saluran distribusi mana yang memberikan peningkatan volume penjualan lebih dominan di *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

1. mengetahui bagaimana sistem distribusi yang digunakan oleh perusahaan *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember;
2. mengetahui pengaruh dari tiap saluran distribusi terhadap hasil penjualan pada perusahaan *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember;
3. mengetahui saluran distribusi mana yang memberikan peningkatan volume penjualan lebih dominan di *Home Industry* “Mama Lidi”, Jember.