

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia bisnis, distribusi barang memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan dalam mencapai target penjualan. Proses distribusi yang baik akan memastikan bahwa produk sampai ke tangan konsumen tepat waktu dan dalam kondisi yang baik. Sebaliknya, distribusi yang kurang optimal dapat menghambat arus barang, menyebabkan keterlambatan, dan pada akhirnya berdampak pada menurunnya tingkat penjualan. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus mengevaluasi dan mengoptimalkan strategi distribusi agar dapat meningkatkan volume penjualan secara efektif.

Dalam dunia perdagangan modern, persaingan antar perusahaan semakin ketat. Perusahaan yang mampu mendistribusikan barang dengan efisien akan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan pesaingnya. Distribusi yang cepat dan tepat sasaran dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, mempercepat perputaran barang, dan mengurangi biaya operasional. Dengan demikian, optimalisasi sistem distribusi menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar yang semakin dinamis.

Perubahan pola konsumsi masyarakat dan perkembangan teknologi juga memengaruhi sistem distribusi barang. Kemajuan teknologi informasi dan logistik memungkinkan perusahaan untuk mengadopsi sistem distribusi yang lebih modern dan efisien. Penggunaan sistem digital dalam manajemen distribusi, seperti pelacakan barang secara real-time dan otomatisasi proses pengiriman, dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas distribusi barang dan pada akhirnya meningkatkan volume penjualan.

Selain itu, faktor geografis juga menjadi salah satu tantangan dalam distribusi barang. Perusahaan yang beroperasi di wilayah yang luas harus memiliki strategi distribusi yang matang agar produk dapat didistribusikan secara merata. Ketidakeimbangan distribusi dapat menyebabkan

kelangkaan barang di suatu wilayah dan kelebihan stok di wilayah lain, yang pada akhirnya akan berdampak pada tingkat penjualan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan strategi distribusi yang terencana dan sistematis.

Dalam upaya meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus mempertimbangkan berbagai saluran distribusi yang sesuai dengan karakteristik produk dan pasar. Beberapa perusahaan memilih menggunakan saluran distribusi langsung untuk mengurangi biaya perantara, sementara yang lain lebih memilih saluran tidak langsung untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Pemilihan saluran distribusi yang tepat akan membantu perusahaan dalam meningkatkan efektivitas distribusi barang dan mengoptimalkan volume penjualan.

Distribusi barang yang baik tidak hanya berkaitan dengan aspek logistik, tetapi juga dengan strategi pemasaran. Penyediaan produk di tempat yang tepat dan pada waktu yang tepat akan meningkatkan kemungkinan produk terjual lebih cepat. Oleh karena itu, distribusi barang tidak bisa dipisahkan dari strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan. Kombinasi antara distribusi yang efektif dan strategi pemasaran yang tepat akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan.

Menurut Kotler dan Keller (2020:54), distribusi adalah proses penyampaian produk atau jasa dari produsen ke konsumen melalui berbagai saluran distribusi yang telah dirancang dengan tujuan meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pemasaran produk. Distribusi yang baik memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saingnya. Oleh karena itu, perusahaan harus merancang sistem distribusi yang sesuai dengan kebutuhan pasar agar dapat meningkatkan volume penjualan.

Menurut Christopher (2020:19), distribusi merupakan aspek penting dalam manajemen rantai pasok yang bertujuan untuk memastikan bahwa barang sampai ke pelanggan dengan cepat dan efisien. Manajemen distribusi yang buruk dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman, peningkatan biaya, dan penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu,

perusahaan harus terus berinovasi dalam strategi distribusi guna meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis.

Menurut Smith (2021:41), volume penjualan adalah jumlah unit produk yang berhasil dijual dalam periode tertentu yang mencerminkan keberhasilan strategi pemasaran dan distribusi perusahaan. Peningkatan volume penjualan menunjukkan bahwa strategi pemasaran dan distribusi yang diterapkan telah berjalan dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan harus terus mengevaluasi dan mengembangkan strategi distribusinya untuk meningkatkan volume penjualan.

Menurut Brown (2021:31), volume penjualan tidak hanya menunjukkan jumlah produk yang terjual, tetapi juga menjadi indikator penting dalam mengukur pertumbuhan dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Dengan meningkatnya volume penjualan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, optimalisasi distribusi barang menjadi salah satu langkah strategis dalam upaya meningkatkan volume penjualan dan keberlanjutan bisnis perusahaan.

Di CV. Perindo Kota Gunungsitoli, distribusi barang menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan keberhasilan penjualan produk. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan, CV. Perindo harus memastikan bahwa produk mereka tersedia di berbagai wilayah dengan sistem distribusi yang efisien. Dengan memanfaatkan jaringan distribusi yang luas dan kerja sama dengan mitra logistik, perusahaan ini dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Selain itu, CV. Perindo juga terus berupaya mengoptimalkan strategi distribusi mereka agar dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya saing di pasar lokal.

CV. Perindo, sebuah perusahaan yang beroperasi di Kota Gunungsitoli, memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan barang bagi masyarakat setempat. Sebagai distributor lokal, CV. Perindo berupaya meningkatkan volume penjualan dengan cara memperluas jaringan distribusi dan meningkatkan kecepatan pengiriman barang. Langkah-langkah ini diambil untuk memastikan bahwa kebutuhan masyarakat dapat

terpenuhi dengan cepat, terutama dalam kondisi pasar yang dinamis dan permintaan yang terus meningkat. Dengan demikian, CV. Perindo berkontribusi terhadap peningkatan daya saing ekonomi lokal di Kota Gunungsitoli.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andi Saputra (2021) dengan judul Analisis Efektivitas Distribusi Barang terhadap Peningkatan Penjualan di PT. Sumber Jaya Mandiri Kota Medan. Dengan metode kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas sistem distribusi barang yang diterapkan oleh PT. Sumber Jaya Mandiri dalam meningkatkan volume penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa distribusi yang baik dapat mempercepat proses pemasaran dan memperluas jangkauan pasar. Faktor utama yang mendukung efektivitas distribusi adalah pemilihan rute pengiriman yang efisien, kerja sama dengan distributor lokal, serta penggunaan teknologi dalam sistem manajemen logistik. Dengan strategi ini, PT. Sumber Jaya Mandiri berhasil meningkatkan volume penjualannya secara signifikan dalam kurun waktu dua tahun terakhir. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan di CV. Perindo Kota Gunungsitoli terletak pada lokasi dan fokus kajiannya. Penelitian sebelumnya dilakukan di PT. Sumber Jaya Mandiri yang berskala lebih besar, sementara penelitian ini akan fokus pada CV. Perindo yang merupakan usaha dalam skala menengah di Kota Gunungsitoli. Selain itu, penelitian ini akan lebih mendalami faktor-faktor spesifik yang mempengaruhi distribusi barang di daerah dengan akses logistik yang lebih terbatas, seperti yang terjadi di Gunungsitoli.

Berdasarkan observasi awal, peneliti menemukan beberapa Fenomena yang sering terjadi dalam distribusi barang untuk meningkatkan volume penjualan di CV Perindo Kota Gunungsitoli, seperti keterlambatan pengiriman barang kepada pelanggan, kurangnya ketersediaan barang, dan kesulitan akses ke beberapa lokasi distribusi. Keterlambatan pengiriman bisa disebabkan oleh kondisi jalan yang buruk atau cuaca yang tidak mendukung, yang menghambat kelancaran distribusi. Selain itu, keterbatasan jumlah stok atau persediaan yang kurang optimal

menyebabkan beberapa produk tidak tersedia saat dibutuhkan pelanggan, sehingga berpotensi menurunkan penjualan. Persaingan ketat di pasar juga menuntut CV Perindo untuk menyediakan produk tepat waktu dan memastikan distribusinya cepat agar dapat bersaing. Faktor lainnya adalah kendala komunikasi antara pusat distribusi dan agen di lapangan, yang seringkali menyebabkan ketidakakuratan data permintaan dan ketersediaan barang. Fenomena ini menunjukkan bahwa untuk meningkatkan volume penjualan, CV Perindo perlu mengoptimalkan sistem distribusi mereka agar lebih efisien dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan

Tabel 1.1
Data Penjualan

No	Lokasi distribusi	Jumlah Pengiriman (unit)	Jumlah Stok yang Tersedia (unit)	Waktu Pengiriman (hari)	Faktor Kendala Utama	Volume Penjualan (Rp)
1	Nias Barat	150	200	3	Jalan Rusak, Cuaca Buruk	7,500,000
2	Nias Selatan	200	250	2	Akses Jalan Terbatas	10,000,000
3	Nias Utara	180	230	4	Kendala Transportasi	9,000,000

Sumber: CV. Perindo Kota Gunungsitoli, 2025.

Data di atas menggambarkan distribusi barang yang dilakukan oleh CV Perindo Kota Gunungsitoli untuk memenuhi kebutuhan pasar di Kabupaten Nias Barat, Nias Selatan, dan Nias Utara. Setiap lokasi distribusi memiliki jumlah pengiriman tertentu yang disesuaikan dengan ketersediaan stok barang. Waktu pengiriman dapat bervariasi tergantung pada kondisi geografis dan faktor eksternal seperti cuaca buruk atau jalan yang rusak. Kendala utama yang mempengaruhi distribusi adalah akses jalan yang terbatas, medan yang sulit, serta cuaca yang tidak menentu, yang mempengaruhi efisiensi distribusi.

Menurut studi terbaru dalam logistik dan distribusi, distribusi yang efisien sangat penting untuk meningkatkan volume penjualan. Menurut Kusumo (2021), salah satu aspek utama dalam strategi distribusi adalah kecepatan pengiriman barang, yang langsung berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan. Dalam kondisi distribusi yang tidak optimal, seperti jalan rusak atau waktu pengiriman yang lama, volume penjualan dapat menurun karena keterlambatan pemenuhan permintaan pelanggan. Selain itu, menurut Fauzi & Dwi (2020), pengelolaan stok yang baik adalah faktor penentu dalam distribusi barang. Kurangnya ketersediaan barang, meskipun pengiriman tepat waktu, dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan kehilangan peluang penjualan. Dalam hal ini, optimalisasi manajemen stok untuk memastikan ketersediaan barang sesuai dengan permintaan sangat penting. Terakhir, komunikasi yang baik antara pusat distribusi dan agen di lapangan juga terbukti penting dalam memperbaiki efisiensi distribusi dan memaksimalkan volume penjualan (Rahman & Siregar, 2021).

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti tertarik mengangkat judul “Analisis Distribusi Barang Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di CV. Perindo Kota Gunungsitoli.”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi fokus penelitiannya adalah memfokuskan hanya membahas tentang Analisis Distribusi Barang dalam Meningkatkan Volume Penjualan di CV. Perindo Kota Gunungsitoli.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem distribusi barang yang diterapkan oleh CV. Perindo dalam upaya meningkatkan volume penjualan?

2. Apa saja hambatan yang dihadapi CV. Perindo dalam proses distribusi barang, dan bagaimana solusi yang diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis sistem distribusi barang yang diterapkan oleh CV. Perindo dalam upaya meningkatkan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan yang dihadapi CV. Perindo dalam proses distribusi barang, dan mengetahui solusi yang diterapkan untuk mengatasi hambatan tersebut.

1.5 Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi akademisi dalam memahami hubungan antara efektivitas distribusi dengan pencapaian target penjualan, serta sebagai bahan pengembangan teori dalam manajemen logistik dan pemasaran.

2. Secara Praktis:

- a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman dalam menganalisis faktor-faktor distribusi yang mempengaruhi volume penjualan, sekaligus meningkatkan kemampuan dalam melakukan riset dan pengolahan data di bidang bisnis dan ekonomi. Bagi CV. Perindo Kota Gunungsitoli sebagai lokasi penelitian.

- b. Bagi Lokasi Penelitian (CV. Perindo Kota Gunungsitoli)

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam memperbaiki sistem distribusi yang diterapkan agar lebih efisien dan mampu meningkatkan daya saing perusahaan.

c. Bagi Fakultas Ekonomi (Universitas Nias)

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam pengajaran dan pengembangan kurikulum yang berkaitan dengan manajemen distribusi dan strategi pemasaran, sehingga mahasiswa dapat memahami penerapan konsep-konsep tersebut dalam dunia usaha.