

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, persaingan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini berdampak pada persaingan dunia usaha yang semakin meningkat, baik perusahaan yang bergerak dibidang industri, perdagangan maupun jasa. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas produk dan penyaluran produk yang dapat diterima dengan baik, karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada pesaing.

Perkembangan menuju tahap industrialisasi menuntut bangsa Indonesia agar mampu melaksanakan pembangunan dalam semua aspek industri secara kuat, banyaknya perusahaan yang telah lama berdiri maupun yang baru berdiri mengakibatkan persaingan yang ketat diantara perusahaan industri yang sejenis maupun berbeda. Tujuan yang hendak dicapai yang mengakibatkan persaingan diantara perusahaan-perusahaan industri ini. Aspek perekonomian namun tentu saja menjadi faktor paling utama yang menjadi tujuan dalam suatu kegiatan usaha semua perusahaan-perusahaan tersebut yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal, kemudian setelah itu menciptakan posisi yang kuat dalam benak konsumen. Demi memperoleh hal tersebut, perusahaan harus mampu memperhatikan kegiatan-kegiatan pemasaran yang akan dilakukan meliputi produk, harga, promosi, serta pemilihan saluran distribusi yang tepat.

Salah satu aspek yang akan mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya dapat dilakukan melalui proses saluran distribusi, dimana saluran distribusi mempunyai tujuan untuk menyalurkan produk yang dihasilkan perusahaan dengan sasaran segmen tertentu. Karena selain melakukan promosi, perusahaan pun harus mampu mendistribusikan atau menyampaikan produk mereka dengan baik agar konsumen memperoleh banyak kemudahan untuk mendapatkan produk tersebut dalam jumlah dan waktu yang tepat, tetapi hal ini seringkali tidak terlaksana dengan baik sehingga kepuasan konsumen seringkali terabaikan. Karena tidak terpenuhinya kepuasan inilah yang menyebabkan saat ini konsumen cenderung menunjukkan perilaku yang tidak loyal. Bagi pemasar, pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru, loyalitas atau kesetiaan ini pula digunakan sebagai barometer kelangsungan hidup perusahaan, karena dengan memiliki konsumen yang setia artinya produk mereka akan terus dan digunakan sehingga hal ini akan berdampak pada tingkat kenaikan penjualan dan posisi perusahaan di masyarakat.

PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *trading* dan *contracting* terkemuka di Indonesia untuk produk epoxy lantai, *cleaning chemical* dan oli pelumas industri. Perusahaan ini memiliki aktivitas usaha yaitu menjual dan mendistribusikan produk-produk kimia kepada perusahaan-perusahaan atau konsumen yang membutuhkan produk tersebut dalam kegiatan operasional usahanya, khususnya yang tersebar didaerah-daerah Bandung. Saluran distribusi memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perusahaan ini, karena besarnya penjualan yang dicapai oleh PT. Ezzer Kemindo Muliatama terjadi karena saluran distribusi perusahaan yang semakin luas, adanya konsumen baru, maupun pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen lama. Kesuksesan dalam suatu perusahaan akan terjadi apabila perusahaan tersebut dapat mencapai tujuan dari perusahaannya. Salah satunya dengan melakukan sebuah saluran pendistribusian yang tepat terhadap penyaluran produknya dan akhirnya mampu menciptakan serta mempertahankan loyalitas dan kesetiaan dari konsumen atau *reseller*. Untuk mencapai tujuan

tersebut maka perusahaan memerlukan berbagai usaha yang tepat agar tujuan yang telah direncanakan tercapai.

Selain itu, produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 346) adalah "Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan". Menurut Kotler (2005:49), "Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat". Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa "Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas."

Mengetahui akan pentingnya loyalitas pelanggan atau *reseller*, maka menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian tentang pengaruh dari saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung terhadap terjadinya loyalitas dari para pelanggan atau *resellernya*. Dengan adanya pengukuran loyalitas ini maka perusahaan bisa menentukan prioritas perbaikan kualitas produk-produk kimia sesuai dengan harapan konsumen sehingga jumlah konsumen relatif meningkat dan mampu menciptakan dan meningkatkan loyalitas konsumen atau *reseller* lebih tinggi lagi terhadap perusahaan.

Berhasil atau tidaknya PT. Ezzer Kemindo Muliatama memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan konsumen atau *reseller* sehingga mampu menciptakan loyalitas konsumen atau *reseller* yang tinggi terhadap perusahaan akan sangat bergantung pada saluran distribusi yang dilaksanakannya. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan proses penelitian dengan judul

“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS *RESELLER* PT. EZZER KEMINDO MULIATAMA CABANG BANDUNG”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh saluran distribusi terhadap *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.
3. Bagaimana pengaruh secara keseluruhan antara saluran distribusi dan kualitas produk terhadap loyalitas *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini antara lain

1. Mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap loyalitas *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.
3. Memberikan informasi untuk meningkatkan loyalitas *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran terhadap pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap loyalitas *reseller* kepada perusahaan untuk meningkatkan loyalitas.

1.5 Batasan Masalah Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas dan atas keterbatasan yang dimiliki oleh penulis, untuk itu maka penulis membuat pembatasan masalah mengenai

pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap loyalitas *reseller* pada PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.

1. Penelitian ini hanya membahas tentang “Pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap loyalitas *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung.”
2. Objek penelitian ini dilakukan di PT. Ezzer Kemindo Muliatama, Kawasan Kopo Mas Regency No.99a, Margasuka, Babakan Ciparay, Bandung.
3. Data yang digunakan adalah data yang didapatkan pada pengumpulan data bulan
4. Pengumpulan data dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian yaitu *reseller* PT. Ezzer Kemindo Muliatama cabang Bandung dengan menggunakan kuesioner.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk dapat memberikan gambaran yang jelas dan mengenai sistematika penelitian, maka disusun atas per bab yang ada dalam proposal ini. Ada pun isi masing-masing bab secara singkat adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diberikan penjelasan mengenai Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Batasan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Yaitu merupakan uraian mengenai pengaruh saluran distribusi dan kualitas produk terhadap *reseller*, teori yang diambil dari berbagai pakar manajemen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menerangkan metodologi penelitian, sumber data dan teknik analisis sistem.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

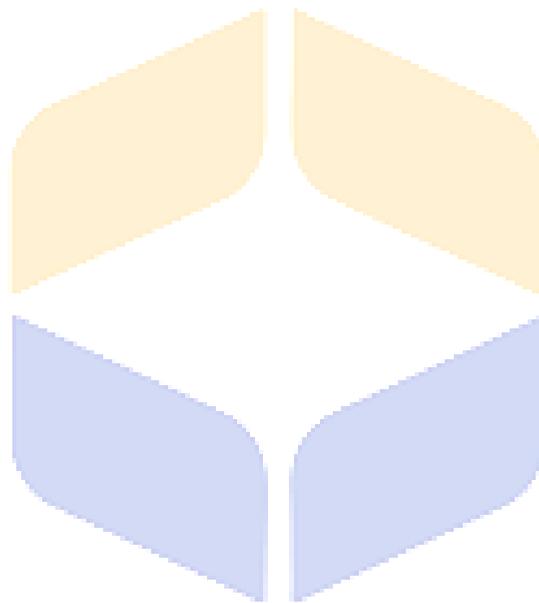
Bab ini akan membahas profil perusahaan, pengumpulan data yang dilakukan dan pengolahan data penelitian.

BAB V ANALISIS

Bab ini akan dibahas sekilas tentang tinjauan umum perusahaan dan pembahasan hasil penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan dan saran.



STIMLOG