

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pertumbuhan sektor industri yang sangat pesat memungkinkannya perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal kuat dan berskala besar serta menimbulkan ketatnya persaingan antar perusahaan dalam industri. Dalam kenyataannya, persaingan tersebut bisa dalam bentuk persaingan yang sehat atau kurang sehat yang dapat menjatuhkan pihak lain. persaingan yang kurang sehat dapat berupa praktek monopoli atau hambatan masuk ke pasar. Sektor perindustrian merupakan sektor yang berpotensi menghasilkan nilai tambah terutama bagi banyak perusahaan. Nilai tambah tersebut dapat diperoleh dari banyak faktor, antara lain adanya variasi produk yang beraneka ragam yang berkualitas yang dihasilkan industri untuk menarik konsumen, teknologi modern yang digunakan untuk menghasilkan profit yang sebesar-besarnya.

Perkembangan sektor industri dalam pembangunan di Indonesia tidak terlepas dari peranan dan keberadaan industri kecil. Dengan demikian upaya peningkatan pengembangan industri merupakan langkah yang tepat untuk memacu pertumbuhan ekonomi daerah. Selain itu untuk membuka kesempatan kerja, keberadaan industri kecil juga sebagai penopang ekonomi kerakyatan. Pembangunan sebuah industri di Indonesia diarahkan untuk mampu memecahkan masalah masalah sosial ekonomi yang mendasar, khususnya dalam memperluas kesempatan kerja, memenuhi kebutuhan dasar rakyat, pemerataan produksi dan pengentasan kemiskinan. Salah satu jalan untuk memperlancar proses pembangunan disebuah negara adalah dengan cara menempuh strategi industrialisasi Industri kecil merupakan pilar utama dalam pengembangan ekonomi daerah.

Pemasaran merupakan kegiatan perusahaan yang menjadi factor penentu ketahanan hidup perusahaan karena pemasaran meliputi kegiatan kegiatan perusahaan untuk meningkatkan jumlah permintaan atas produk yang ditawarkan. Perusahaan dapat dikatakan sukses bila perusahaan telah mencapai tujuannya, baik tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Pada umumnya tujuan jangka pendek perusahaan adalah memperoleh laba yang sebesar-besarnya dan tujuan jangka panjangnya adalah mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Pemasaran adalah semua kegiatan yang diarahkan untuk mengenali dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pelanggan. Pemasaran merupakan suatu proses yang setiap individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu atau kelompok lainnya.

Perusahaan selalu menginginkan agar setiap usaha yang dilakukan mendapat kemajuan, berkembang dan mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Dalam kondisi seperti ini, perusahaan dituntut mempersiapkan berbagai upaya sehingga perusahaan dapat mempertahankan keberadaannya atau bahkan mampu memanfaatkan kondisi sehingga dapat mengembangkan perusahaan dengan cara memuaskan keinginan konsumen. Semua ini dapat diwujudkan dengan kegiatan terencana dan melibatkan elemen-elemen yang lain dalam perusahaan secara baik. Salah satu kegiatan penting yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya adalah kegiatan pemasaran produk perusahaan bersangkutan. Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga produk dan promosi, melainkan juga pendistribusian produk. Oleh karena itu dalam kegiatan pemasaran dikenal adanya bauran pemasaran yang meliputi 4P, yaitu product, price, promotion dan place/distribution

Dalam dunia bisnis, setiap perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan citra produknya dimata konsumen. Salah satu cara untuk menghadapi persaingan tersebut adalah dengan merancang suatu strategi pemasaran untuk menyampaikan produknya, sehingga dengan mudah dapat diterima oleh konsumen. Untuk memaksimalkan strategi pemasaran di butuhkan dana untuk membiayai bauran yang terdapat pada pemasaran tersebut yaitu salah satunya membiayai distribusi produk yang di hasilkan. Seiring berkembangnya zaman, salah satu aspek yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan dalam bertahan dan bersaing adalah dilakukan melalui proses sistem distribusi, dimana saluran distribusi mempunyai tujuan untuk menyalurkan produk yang dihasilkan perusahaan dengan sasaran segmen tertentu di berbagai daerah geografis yang berbeda. Adanya konsumen yang tersebar secara geografis mengakibatkan perusahaan memilih kebijakan untuk menempatkan produknya di berbagai lokasi yang mendekati konsumen.

Sistem distribusi adalah serangkaian kegiatan yang sangat menentukan bagi suatu perusahaan dimana hasil produksi (produk) dikirimkan kepada konsumen untuk dipasarkan dengan tujuan untuk memudahkan pemasaran produk. Sistem distribusi barang merupakan salah satu pendukung utama setelah proses produksi. Tidak adanya kontrol terhadap pendistribusian barang dapat menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Distribusi akan melibatkan pergerakan dan penyimpanan produk dari pabrik ke konsumen dengan pertambahan nilai dari produk.

Saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang berfungsi mempercepat arus barang dari produsen ke konsumen secara efisien. Saluran distribusi sebagai salah satu unsur bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk dan mencapai tujuan perusahaan. Tanpa adanya saluran distribusi yang baik, maka volume penjualan yang akan dicapai tidak akan teralisasi. Oleh sebab itu, pihak perusahaan harus menentukan dengan tepat saluran distribusi yang sesuai dengan produk yang dihasilkan. Adanya kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi dapat mengakibatkan tidak sampainya produk dalam jumlah dan

waktu yang tepat ke tangan konsumen yang dapat menyebabkan kerugian yang cukup besar bagi perusahaan.

Perusahaan perlu memperhatikan fungsi-fungsi dari saluran distribusi untuk mendukung kegiatan saluran distribusi seperti fungsi informasi, promosi, negosiasi, pesanan, pendanaan, pengambilan resiko dan fungsi kepemilikan fisik. Bila perusahaan kurang memperhatikan fungsi-fungsi saluran distribusi tersebut maka dapat berdampak kurang baik bagi perusahaan itu sendiri terhadap tujuan penjualannya dan juga untuk citra perusahaan. Pemilihan dan penentuan saluran distribusi bukan suatu hal yang mudah karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi akan dapat menggagalkan tujuan perusahaan yang telah di tentukan. Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan penghamburan biaya atau pemborosan. Oleh sebab itu masalah pemilihan saluran distribusi akan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menginginkan perkembangan kegiatannya. Dengan demikian sangatlah tepat apabila perusahaan memahami kebijaksanaan distribusi terutama yang menyangkut pemilihan saluran distribusi dan penentuan distribusi fisik.

Untuk dapat memperkecil kesalahan-kesalahan penggunaan sistem distribusi yang dipilih, maka sebelum pemasaran di kembangkan terlebih dahulu masalah-masalah yang berkenaan dengan saluran distribusi diinventarisasi. Faktor-faktor utama yang perlu mendapat perhatian dalam hal ini antara lain: beban biaya dari berbagai jenis saluran, distribusi, jarak antara perusahaan dengan para pemakai, luas pasar yaang ingin dilayani oleh perusahaan, type dan jumlah outlet yang hendak dipakai serta sejauh mana perusahaan ingin menguasai distribusi fisik barang tersebut.

Penentuan saluran distribusi yang tepat benar-benar harus menjadi salah satu perhatian utama bagi perusahaan, mengingat persaingan yang semakin ketat dari perusahaan lain yang memproduksi barang sejenis nampak semakin kompetitif. Saluran distribusi yang tepat adalah saluran distribusi yang mempunyai kemampuan dan tanggung jawab yang dapat meningkatkan hasil penjualan, sehingga diperoleh hasil yang maksimal. Selain penentuan saluran distribusi secara tepat, perusahaan juga harus memperhitungkan biaya yang di keluarkan untuk membiayai kegiatan distribusi tersebut, sebab apabila terlalu besar biaya yang di keluarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

Bentuk usaha yang selalu dinamis perkembangannya adalah industri makanan. Industri makanan sebagai salah satu subsistem penting dalam sistem bisnis yang memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi disebabkan oleh pangsa pasar dan nilai tambah yang relatif besar dalam produksi nasional. Industry makanan dinilai dapat mempercepat transformasi struktur perekonomian dari pertanian ke industri dan dapat menjadi wahana bagi usaha pengentasan kemiskinan karena daya jangkau serta spektrum kegiatannya yang luas. Sektor

industry makanan memiliki potensi untuk menjadi penggerak perekonomian karena produk industry makanan memiliki elastisitas harga untuk permintaan dan penawaran yang relatif lebih tinggi sehingga tidak mungkin terjadi stagnasi. Berbeda dengan barang primer atau produk pertanian yang belum diolah, jika terjadi panen raya maka harga akan turun disebabkan oleh elastisitas harga yang rendah (Soekarwati, 2008).

Indonesia merupakan negara yang kaya akan hasil ikan laut dan memiliki beraneka ragam ikan. Hasil perikanan pasca tangkap tersebut kurang maksimal jika tidak diikuti dengan teknologi pengolahan yang tepat, oleh sebab itu teknologi pengolahan yang sesuai akan dapat menghasilkan produk olahan yang memberikan nilai tambah bagi masyarakat sekitarnya, salah satu produk olahan yang di buat dari ikan yaitu petis.

Perikanan merupakan sektor agribisnis yang memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia. Menurut Kementerian Kelautan dan Perikanan (2014), pada tahun 2013 produksi perikanan Indonesia mencapai 19.5 juta ton dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 15.5 juta ton. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara produsen komoditas perikanan terbesar kedua di dunia setelah China. Kontribusi perikanan budidaya memiliki potensi yang cukup besar bagi produksi perikanan Indonesia dibandingkan potensi perikanan tangkap. Ratarata kontribusi perikanan budidaya mengalami peningkatan sejak tahun 2009 hingga 2013 sebesar 9.34 persen sedangkan perikanan tangkap mengalami penurunan sebesar 11.75 persen. Komoditas perikanan nasional yang banyak dihasilkan adalah ikan dan udang.

Namun, komoditas perikanan tersebut merupakan produk pangan yang mudah sekali rusak (*perishable*) dan tidak tahan lama. Kerusakan tersebut terjadi karena adanya kegiatan bakteri, enzimatik, dan oksidasi yang umumnya menimbulkan bau tidak sedap sehingga tidak dapat lagi diolah apalagi di konsumsi. Untuk mengatasi masalah tersebut, perlunya kegiatan pengolahan ikan untuk dapat memperlama masa penggunaannya serta memberikan nilai tambah produk. Banyak cara pengolahan dan pengawetan produk perikanan yang bertujuan untuk mengurangi kadar air yang tinggi baik secara tradisional maupun modern sehingga dapat dimanfaatkan lebih lama. Usaha pengawetan ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara yaitu dengan penggaraman, pengeringan, pengasapan, pemindangan, dan pendinginan. Usaha pengawetan juga tidak hanya sebatas pada pengolahan menjadi produk yang masih berbentuk ikan atau udang saja melainkan pengolahan untuk menjadi bentuk lain setelah dicampur dengan bahan-bahan lain seperti petis, kerupuk, abon ikan (Tresnaphandini 2006).

Dalam proses pengolahan ikan atau udang diperlukan adanya industri pengolahan produk perikanan karena dengan adanya industri pengolahan tersebut produksi perikanan dapat dimanfaatkan secara maksimal. Industri pengolahan ikan atau udang merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan nilai tambah ikan dan udang dan penyimpanan produk olahan menjadi lebih tahan lama serta mendiversifikasikan komoditas perikanan tersebut.

Tabel 1.1 Produk olahan hasil perikanan tahun 2010-2014

No	Provinsi	Tahun dan Jumlah Produksi				
		2010	2011	2012	2013	2014
1	D.K.I Jakarta	45622	424032	512967	544796	530000
2	Jawa Barat	364376	187150	161076	181299	185670
3	Jawa Tengah	199178	751726	749895	732789	786540
4	D.I Yogyakarta	15412	53502	33725	33725	9860
5	Jawa Timur	214908	597690	1 484695	1465526	1481370
6	Banten	42616	519489	23040	28 458	40000

Sumber : Kelautan dan Perikanan dalam angka diolah

Berdasarkan pada table 1.1 dapat dilihat Jawa Timur adalah provinsi penghasil terbesar produk olahan perikanan di Pulau Jawa ini. Jika dibandingkan dengan provinsi lainnya seperti D.K.I Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, D.I Yogyakarta, dan Banten, Jawa Timur jauh lebih unggul dari segi produksi hasil perikanan dibandingkan dengan provinsi lainnya. salah satu pengolahan produk hasil perikanan di Jawa Timur adalah petis.

Petis merupakan produk sampingan olahan makanan yang teksturnya hampir mirip dengan kecap, tetapi umumnya lebih kental. Pembuatan petis sebagian dari pemanfaatan air rebusan ikan tuna. produk petis ini merupakan bahan makanan (bumbu masak) yang sedap, bergizi dan mempunyai nilai yang lebih tinggi Selain itu, produk petis juga dapat digunakan sebagai bumbu tambahan produk makanan ringan seperti kerupuk petis, tahu petis, dll.

Petis merupakan produk hasil perikanan yang umumnya terbuat dari hasil samping rebusan ikan/udang. berbentuk kental dengan Petis di produksi di berbagai tempat salah satu di kecamatan Muncar kabupaten Banyuwangi yang terletak tidak jauh dengan dari laut atau daerah pertambakan karna bahan dasar pembuatannya yang bersumber dari hasil laut. Kebanyakan tempat pembuatan produksi petis yang berskala kecil menengah proses produksinya dilakukan oleh pemiliknya sendiri atau dengan pegawai sehingga proses produksi yang di lakukan agar cepat selesai.

Rasa asin, manis yang digunakan sebagai campuran bumbu masak alami pada masakan terutama di daerah Muncar Banyuwangi Jawa Timur. Aneka hidangan seperti rujak cingur, rujak manis, tahu petis menggunakan petis sebagai campuran bumbu penyedapnya. Penggunaan petis dalam makanan tradisional banyak di gunakan sebagai bahan tambahan dalam olahan yang dapat memberikan cita rasa yang khas.

Dimana minat masyarakat pada makanan dengan bahan tambahan petis seperti tahu petis, rujak, dan makanan lainnya masih cukup tinggi. Kualitas petis sendiri juga dipengaruhi oleh penambahan bahan pengisi. Penambahan bahan pengisi ini dimaksudkan untuk menambah nilai kuantitas, kualitas, tingkat penerimaan konsumen maupun nilai jual produk petis. Bahan pengisi yang umum digunakan dalam pembuatan petis yaitu gula pasir, mentega, garam, dan micin.

Tabel 1.2 : Jumlah Produksi Petis di Muncar Banyuwangi tahun 2012-2016

No	Nama Pemilik	Alamat	Tahun dan Jumlah Produksi (ton)				
			2012	2013	2014	2015	2016
1	Ibu Arba'	Jln.Sampangan	19,200	24,000	21,600	19,080	20,000
2	Hj. Sulimah	Jln.Sampangan	9,500	10,000	15,000	17,200	19,000
3	Ibu Syafi'ah	Jln.Sampangan	9,000	10,800	14,400	16,200	18,000
4	P. Mahrus	Jln.Sampangan	8,000	11,000	13,000	10,000	12,000
5	Ibu Komariah	Jln.Sampangan	12,000	14,000	17,000	20,000	21,500

Berdasarkan table 1.2 terdapat 6 industri petis di Muncar Banyuwangi, namun jika dipandang dari segi kapasitas produksi yang paling unggul industri milik ibu Arba' di bandingkan dari industri petis lainnya.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan suatu masalah pokok yaitu :

Lebih Efisien Manakah Saluran Distribusi Pemasaran Produk Petis Arba' Yang Di Terapkan Oleh UD. Kurnia Industri Di kecamatan Muncar Banyuwangi?

1.3 Tujuan Peneliian

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

Untuk Menganalisis Saluran Distribusi Pemasaran Yang Paling Efisien Produk Petis Arba' Pada UD. Kurnia Industri Di kecamatan Muncar Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Perusahaan

Sebagai Bahan Informasi Dan Pertimbangan Bagi Perusahaan Serta Dapat Dijadikan Pedoman Dalam Usaha Mempertahankan Dan Meningkatkan Volume Penjualan.

2. Pihak Lain

Sebagai Bahan Bacaan Untuk Memperoleh Informasi Dan Menambah Wawasan Serta Sebagai Bahan Refrensi Bagi Peneliti Selanjutnya Yang Ingin Meneliti Masalah Saluran Ditribusi.

3. Bagi Penyusun

Penelitian Ini Dapat Menambah Wawasan Mengenai Saluran Distriusi Pemasaran Produk Petis Arba' UD. Kurnia Industri Dikecamatan Muncar Banyuwangi

