

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Situasi persaingan yang semakin kompetitif juga dialami oleh perusahaan yang bergerak di bidang distributor di dalam memasarkan produknya. Untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal, maka perusahaan perlu menetapkan strategi pemasaran atau distribusi yang terencana dengan baik agar mampu bertahan menghadapi persaingan tersebut.

Distribusi merupakan proses yang menunjukkan penyaluran barang dari produsen sampai ke tangan masyarakat konsumen. Produsen artinya orang yang melakukan kegiatan produksi. Konsumen artinya orang yang menggunakan atau memakai barang/jasa dan orang yang melakukan kegiatan distribusi disebut distributor.

Distribusi terdiri atas seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk atau jasa pemilikannya dari produsen ke konsumen. Dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor penting yang tidak dapat diabaikan adalah memilih secara tepat distribusi yang akan digunakan dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan juga dapat dipandang sebagai suatu perbandingan antara apa yang dibutuhkan dengan apa yang diperolehnya. Berdasarkan teori, seseorang akan terpenuhi kepuasannya jika perbandingan tersebut adil. Adanya ketidakseimbangan khususnya yang merugikan akan menimbulkan ketidakpuasan.

Perbandingan yang tidak seimbang dapat juga menimbulkan kepuasan bagi seseorang apabila dinilai menguntungkan mereka, tetapi tidak demikian bagi orang-orang moralis.

Jadi kepuasan pelanggan merupakan evaluasi atau penilaian dari pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, dimana penilaian tersebut karena adanya kemampuan perusahaan memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan oleh pelanggan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

PT. Alamjaya Wirasentosa Medan bergerak dalam bidang usaha distributor untuk produk Indofood dan Frisian Flag. Untuk dapat memasuki pasar yang ada dalam rangka memenuhi permintaan akan produk ini sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka dalam hal ini distribusi sangat memegang peranan dalam memenuhi permintaan pasar dan memperluas jaringan pasar.

Fenomena yang dijumpai mengenai distribusi produk yang dijumpai adalah mengenai biaya yang dibuat perusahaan tidak mendapatkan discount khusus untuk pembelian paket besar sehingga target penjualan yang dibuat pihak depo menurun. Sementara kepuasan pelanggan dilihat dari jumlah pembelian yang dilakukan pihak toko sering menurun disebabkan karena terlalu tingginya harga penjualan produk yang dilakukan perusahaan.