BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

LPG (liquefied natural gas) pada saat ini merupakan bahan bakar yang sering dicari oleh rumah tangga ataupun industri. Di zaman yang modern seperti sekarang masyarakat lebih memilih menggunakan gas elpiji sebagai bahan bakar untuk kompor gas. Selain mudah, hemat efisien gas LPG juga aman asalkan sesuai prosedur penggunaannya. Di indonesia sendiri gas LPG masih disubsidi oleh pemerintah untuk gas LPG 3kg. Pertamina selaku badan usaha milik negara bekerja sama dengan SPPBE untuk mendistribusikan gas LPG. Untuk membatasi subsidi tersebut, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 104 Tahun 2007 tentang penyediaan, pendistribusian, dan penetapan harga LPG. Tapi LPG 3 kg hanya untuk masyarakat miskin, oleh sebab itu pendistriannya juga harus tepat sasaran. Untuk itu juga tersedia LPG yang non subsidi untuk masyarakat yang mampu. LPG yang non subsidi juga tersedia dalam beberapa varians diantaranya LPG tabung 50 kg, LPG tabung 12 Kg, dan 5 kg. Atau lebih dikenal dengan Bright Gas. Untuk mengatur distribusi gas, Pemerintah bekerja sama dengan swasta dengan memanfaatkan bekas Agen dan Pangkalan minyak tanah menjadi Agen dan angkalan gas LPG.

Salah satu perusahan swasta yang bergerak di bidang bahan bakar adalah Mayangkara grup. Kantor pusat Mayangkara Grup beralamat di jl. Ciliwung 22, Bendo, Kepanjen Kidul, Blitar, P.O. Box; 66116, Jawa Timur. Mayangkara Grup adalah perusahaan perseroan terbatas yang berkecimpung dalam dunia

bisnis telekomusikasi, komunikasi radio. Mayangkara Grup juga menaungi banyak radio yang tergabung dalam mayangkara radio grup sperti ; radio mayangkara Blitar, Radio Perkasa Blitar, Radio Perkasa Tulungagung, Radio Josh Tulungagung, Radio Pandowo Tulungagung, Radio Kembang Sore Tulungagung dan juga radio Kartika Jombang. Selain itu Mayangkara Grup juga memiliki Mayangkara Petrolium grup yang meliputi kegiatan usaha atau bisnis dalam urusan minyak dan bahan bakar. Mayangkara petrolium Grup memiliki unit usaha SPBU, memiliki Unit Usaha Pangkalan Minyak tanah, memiliki Unit uasaha SPPBE – Stasiun Pengisian dan Pengangkutan Bahan Elpigi (LPG-red)- PT. Rama Manggala Gas Blitar dan juga agen pendistribusiaan gas LPG 3 kg yaitu PT. Manggala Jaya Gas yang berada di Tulungagung.

PT. Manggala Jaya Gas yang berada di jl. Mayor Sujadi timur NO.22B Plosokandang, Kedungwaru, Tulungagung. Di PT. Manggala Jaya Gas sendiri terdapat 4 unit usaha yaitu PT. MCG, PT. MCGS dan Juga Radio Perkasa. PT. Merupakan perusahaan yang bergerak dibidang repair, retester, dan repaint tabung elpigi baik yang 3kg, 12kg maupun 50kg. PT. Manggala Jaya Gas sendiri merupakan agen pendistribusiaan gas LPG 3 kg untuk wilayah Tulungagung. Untuk melaksanakan kegiatan ini perusahaan harus membentuk saluran distribusi. Sebuah saluran pemasaran atau saluran distribusi melakukan kerja dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa

dari yang akan menggunakannya. ² Saluran distribusi berfungsi membantu perusahaan dalam menyebarkan dan mendekatkan produk-produknya kepada konsumen, sehingga konsumen akan lebih mudah untuk mendapatkan barang yang di butuhkan.

Menurut Philip Kotler Saluran Distribusi sebagai himpunan perusahaan dari perorangan yang mengambil alih hak, atau membantu dalam mengalihkan hak atas barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.³ Dengan kata lain saluran distribusi merupakan alur perpindahan barang dari produksi kepada konsumen. Dalam hal ini terdapat beberapa pihak mulai dari agen, pedagang hingga konsumen. Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Dengan semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut.

Penetapan keputusan dalam saluran distribusi merupakan keputusan yang sangat komplek dan penuh tantangan yang harus dihadapi perusahaan karena menyangkut masalah biaya distribusi yang terkandung didalamnya serta dalam suatu sistem saluran distribusi dapat menciptakan volume penjualan yang berbeda-beda. Volume Penjualan adalah pencapaian penjualan dalam bentuk kuantitatif dari segi fisik atau volume. Sehingga kegiatan distribusi dalam suatu

 $^2{\rm Thamrin}$ Abdullah dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran, Jakarta : Rajawali Pers, 2016 hal. 208.

³ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta : CV. Andi Offset, 2007, hal. 101.

⁴ Freddy Rengkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Integrated Marketing Communication*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009, hal. 207.

perusahaan mempunyai peranan yang penting sebab tanpa adanya saluran distribusi yang tepat maka volume penjualan produk tidak dapat maksimal. Apabila suatu perusahaan sudah menetapkan saluran distribusi yang digunakan maka harus menggunakan saluran distribusi yang telah ditetapkan dalam waktu tertentu..

Untuk melihat besarnya alokasi dan realisasi penjualan gas LPG 3kg pada PT. Manggala Jaya Gasdari bulan januari sampai bulan Desember 2017, maka dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1

Data realisasi penerimaan dan penjualan gas LPG 3 kg di agen LPG PT.

Manggala Jaya Gas periode : Januari 2017- Desember 2017

Bulan	Penerimaan (Tabung Isi)	
	Alokasi	Realisasi penjualan
Januari	284.480	284.480
Februari	273.280	273.280
Maret	295.680	295.680
April	288.400	288.400
Mei	311.920	311.920
Juni	319.200	315.280
Juli	298.480	302.400
Agustus	310.800	310.800
September	312.480	312.480
Oktober	299.600	299.600
November	299.600	299.600
Desember	317.520	317.520

Sumber: PT. Manggala Jaya Gas Tulungagung 2018

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut dapat kita lihat kondisi alokasi dan realisasi penjuala gas LPG 3 kg pada PT. Manggala Jaya Gas Tulungagung selama bulan Januari hingga Bulan Desember 2017. Secara umum, realisasi penjualan gas LPG 3 kg Pada PT. Manggala Jaya Gas selam bulan Januari sampai Desember 2017 mengalami kondisi yang fluktuatif. Dimana kondisi realisasi penjualan gas LPG 3 kg tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan jumlah realisasi penjualan

sebesar 317.520 tabung. Sedangkan penjualan terendah terjadi pada bulan Februari 2017 dengan realisasi penjualan sebesar 273.280 tabung. Sedangkan pada bulan Juni 2017 realisasi penjualan gas LPG 3 kg tidak sesuai dengan alokasi yang ditargetkan. Dimana, pada bulan Juni 2017 alokasi gas LPG 3 kg sebesar 319.200 tabung sedangkan realisasi penjualan gas LPG pada bualn Juni 2017 sebesar 315.280 tabung, sehingga tersisa 3.920 tabung. Dimana sisa alokasi pada bulan Juni tersebut dimasukkan pada alokasi bulan Juli 2017. Dimana jumlah alokasi gas LPG pada bulan Juli 2017 sebesar 298.480 tabung dan realisasi penjualan gas LPG pada bulan Juli 2017 menjadi 302.400 tabung.

Tabel 1.2 Jumlah Karyawan PT. Manggala Jaya Gas

No	Jabatan	Jumlah
1	Admin	7
2	Kasir	2
3	Mekanik/ bengkel	4
4	Salesman	26
5	Security	3
6	Staf Gudang	5
7	Supervisor	21
8	Supply Gudang	5
9	Office boy	2
	Jumlah	75

Sumber: PT. Manggala Jaya Gas

Berdasarkan tabel 1.2 tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah seluruh karyawan PT. Manggala Jaya Gas berjumlah 72 orang. Dimana perinciannya jumlah karyawan bagian Admin sejumlah 7 orang, karyawan bagian kasir 2 orang, karyawan bagian Mekanik 3 orang, karyawan bagian Salesman 26 orang, karyawan bagian Security sejumlah 3 orang, karyawan bagian staf gudang

berjumlah 5 orang, karyawan bagian supervisor berjumlah 21 orang dan karyawan bagian supply gudang berjumlah 5 orang.

Tabel 1.3 Jumlah dan Jenis Transportasi PT. Manggala Jaya Gas

No	Jenis Kendaraan	Jumlah
1	Pick up / L300	9
2	Truck / Colt Diesel	20

Sumber: PT. Manggala Jaya Gas Tulungagung 2018

Dari tabel 1.2 di atas dapat kita lihat jenis dan jumlah sarana transportasi agen gas LPG 3 kg PT. Manggala Jaya Gas Tulungagung. Dimana, Jumlah total kendaraan angkutan sejumlah 29 unit, dengan rincian kendaraan pick up berjumlah 9 unit dan kendaraan truk berjumlah 20 unit kendaraan. Dengan jumlah banyak harusnya kendaraan cukup bisa mencukupi kebutuhan yang pendistribusian tabung gas LPG 3 kg kepada pangkalan atau toko-toko mitra dari PT. Manggala Jaya Gas. Akan tetapi luasnya daerah pemasaran perusahaan menyebabkan jumlah kendaraan yang cukup banyak tersebut masih belum memenuhi dalam pendistribusian barang, ditambah lagi apabila terjadi kerusakan pada armada kendaraan yang mengalami kerusakan cukup parah sehingga berhenti beroperasi dan menyebabkan terhambatnya pengiriman barang. Selain itu terbatasnya jumlah mekanik yang dimiliki bengkel perusahaan menyebabkan perbaikan armada kendaraan memerlukan waktu, meskipun ada armada kendaraan cadangan tetap saja hal itu akan mempengaruhi proses pengiriman gas LPG kepada pangkalan atau konsumen yang berakibat akan terjadinya keterlambatan pengiriman.

Sistem pendistribusian gas LPG yang dilakukan PT. Manggala Jaya Gas adalah dengan menaruh barang digudang terlebih dahulu sebelum barang tersebut di distribusikan kepada agen atau pangkalan. PT. Manggala Jaya Gas mempunyai gudang yang cukup luas dan mampu menampung banyak barang serta armada kendaraan, namun terkadang terjadi antrian saat bongkar muat barang karena minimnya sarana dan prasarana pergudangan yang dimiliki serta terbatasnya jumlah tenaga staff gudang. Selain itu terkadang terlambatnya suppy gudang dalam pengiriman gas LPG dari SPPBE ke gudang menyebabkan terlambatnya pengiriman barang ke pada agen atau pangkalan. Terkadang terjadi kelangkaan gas LPG yang menyebabkan stok gas LPG di gudang berkurang.

Permasalahan lain yang tidak kalah penting dan perlu di perhatikan dalam distribusi penjualan adalah tentang salesman atau tenaga penjual. Dimana tenaga penjual memiliki peranan yang penting dalam memasarkan produk kepada konsumen. Tenaga penjual atau agen sangat memiliki peran penting dalam menunjang proses kelancaran pendistribusian barang. Hal ini dikarenakan tenaga penjual atau agen merupakan perpanjangan tangan perusahaan yang memiliki pengaruh yang besar dalam mensukseskan pengiriman barang untuk sampai ke tangan konsumen.⁵ Jumlah salesman pada PT. Manggala Jaya Gas yang sudah cukup banyak di rasa masih kurang bila dibandingkan dengan luasnya daerah pemasaran perusahaan. Hal ini perlu adanya penambahan tenaga penjual dan SPV guna meningkatkan volume penjualan perusahaan dan juga untuk menguasai pangsa pasar yang lebih luas lagi.

⁵ Swasta Basu, *Azas – azas Marketing*, Edisi ketiga, Yogyakarta : Liberty, 2003, hal. 328.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul : "Pengaruh Sarana Transportasi, Pergudangan dan Salesman Terhadap Distribusi Penjualan Gas LPG Pada PT. Manggala Jaya Gas Tulungagung"

B. Rumusan Masalah

Pada penelitian ini ada beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- Apakah sarana transportasi berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas ?
- 2. Apakah sarana pergudangan berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas ?
- 3. Apakah salesman atau tenaga penjual berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas?
- 4. Apakah sarana transportasi, sarana pergudangan dan salesman berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah:

- Menguji apakah sarana transportasi berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.
- Menguji apakah sarana pergudangan berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.

- Menguji apakah agen atau sales berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.
- Menguji apakah sarana transportasi, sarana pergudangan dan agen berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.

D. Kegunaan Penelitian/Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

- Menguji apakah sarana transportasi berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.
- Menguji apakah sarana pergudangan berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.
- Menguji apakah agen atau sales berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.
- Menguji apakah sarana transportasi, sarana pergudangan dan agen berpengaruh positif signifikan terhadap distribusi penjualan gas LPG pada PT. Manggala Jaya Gas.

Manfaat yang diharapkan adalah:

1. Manfaat Individu

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi peneliti sendiri agar bisa menjadi referensi dan pemahaman yang lebih dalam dengan adanya penelitian ini.

2. Manfaat Perguruan Tinggi

Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dan menjadi karya yang sangat berharga bagi peneliti dalam mendalami konsentrasi ekonomi syariah dalam mengkaji saluran distribusi terhadap volume penjualan di IAIN Tulunagung.

3. Manfaat Instansi

Menjadi masukan bagi pengambil keputusan pada PT. Manggala Jaya Gas dalam penerapan sarana transportasi, pergudangan dan salesman/tenaga penujal gas LPG yang memberikan pengaruh terhadap sdistribusi penjualan.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup hanya berfokus pada variabel *independent* dan variabel *dependent*, dalam penelitian ini variabel independennya yaitu Sarana transfortasi, pergudangan dan Salesman atau tenaga penjual. Sedangkan variabel dependennya yaitu Distribusi penjualan.

Keterbatasan penelitian hanya berfokus pada judul yaitu "Pengaruh Sarana Transportasi, Pergudangan, Dan Salesman Terhadap Distribusi Penjualan Gas LPG Pada PT. Manggala Jaya Gas Tulungagung".

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam menafsirkan judul skripsi ini, maka penulis perlu memberikan penegasan atau pengertian pada istilah-istilah

dalam judul tersebut yang sekaligus menjadi batasan dalam pembahasan selanjutnya:

1. Definisi konseptual

- a. Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis dalam menciptakan, mengomonikasikan, pengiriman, dan penciptaan nilai baik bagi konsumen, pelanggan, rekanan dan masyarakat yang dirancang untuk merencanakan, menentukan, harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.⁶
- b. Distribusi merupakan proses penyampaian atau mengalirnya suatu produk dari sumber yaitu produsen, sampai ketempat tujuan atau ke tangan konsumen. ⁷
- c. Transportasi adalah kegiatan perpindahan manusia atau barang dari suatu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah kendaraan yang digerakkan oleh manusia atau mesin.⁸
- d. Pergudangan/ penyimpanan merupakan tempat atau suatu fasilitas yang digunakan untuk menyimpan barang barang-barang sebelum barang tersebut didistribusikan kepada konsumen. Penyimpanan atau pergudangan adalah pengamanan barang-barang selama dibutuhkan.⁹

⁷ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep dan Strategi*, Jakarta : Rajawali Pers, 2014, hal. 248.

⁶ Apri Budianto, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2015, hal 16.

⁸ Diakses melalui, https://id.m.wikipedia.org pada tgl 06-06-2018, pukul 12:54 wib

⁹ Basu Swastha dan Irawan, manajemen pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty Offset, 2005, hal. 319.

e. Salesman / tenaga penjual adalah orang yang menjual barang yang dihasilkan oleh perusahaan baik itu dalam kapasitas besar maupun dalam jumlah kecil. Salah satu fungsi salesman adalah melakukan penjualan dengan bertemu muka (face-to-face selling), dimana seorang penjual dari perusahaan langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya.¹⁰

G. Sistematika Penulisan

Sistematika Pembahasan skripsi dalam penelitian ini akan disajikan dan dilaporkan secara terperinci dalam enam bab, dengan setiap babnya terdapat anak sub-bab sebagai perinciannya.

Bagian Awal, terdiri dari : Halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi, dan abstrak.

Bab I: Dalam bab pertama ini berisi pendahuluan yang menjelaskan gambaran singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi, yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, identifikasi penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah dan sistematika penulisan skripsi. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi ini dibuat dengan judul tersebut dan mengidentifikasi dan pembatasan masalahnya serta fokus penelitian, tujuan dilakukan penelitian serta kegunaan penelitian dan penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini.

-

 $^{^{10}}$ Basu Swastha dan Irawan, manajemen pemasaran Modern, Yogyakarta : Liberty Offset, 2005, hal. 408.

BAB II: Dalam bab kedua ini berisi landasan teori yang membahas tentang pemasaran, saluran distribusi, sarana transportasi, pergudangan dan salesman. Selain itu pada bab ini juga terdapat penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan juga hipotesis pelitian yang merupakan jawaban sementara dari penelitian. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

BAB III: Metodologi penelitian merupakan gambaran proses penelitian dilapangan di tempat observasi, yang disesuaikan dengan teori atau konsepkonsep relevan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Dimana metodologi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: jenis pendekatan penelitian, populasi, teknik analisis data, sumber data dan variabel dalam penelitian, metode pengumpulan data serta metode penelitian yang digunakan. Kaitanya bab ketiga ini dengan bab selanjutnya yaitu bab ini sebagai bahan landasan untuk mengerjakan bab selanjutnya.

Bab IV: Hasil Penelitian, bab ini memuat hasil dari penelitian dilapangan yang berisi tentang deskripsi perusahaan, deskripsi tentang hasil-hasil penelitian dan juga memuat uraian tentang data dan temuan yang diperoleh dengan menggunakan metode dan prosedur yang diuraikan dalam bab sebelumnya, dimana hasilnya nanti akan dibahas dan dianalisis dalam bab selanjutnya.

Bab V : Pembahasan Hasil Penelitian, bab ini berisikan tentang pembahasan data penelitian dan hasil analisis data pada bab sebelumnya. Dalam bab ini

pembahasan mengenai hasil dari bab sebelumnya dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu yang di sajikan dalam bagian landasan teori.

Bab VI: Penutup, bab ini merupakan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran yang berhubungan dengan penelitian. Pada bab ini berisi tentang rangkuman semua hasil penelitian yang telah diuraikan secara lengkap dalam bab sebelumya. Bagian penutup terdiri dari: kesimpulan, dan saran.

Bagian Akhir, terdiri dari : Daftar rujukan, Lampiran-lampiran, Surat peryataan keaslian skripsi, daftar riwayat hidup.