

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini, dunia usaha berkembang dengan sangat cepat di berbagai sektor seperti perdagangan, industri, jasa, dan media massa. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis, dengan memanfaatkan sumber daya ekonomi yang tersedia. Pemasaran menjadi salah satu aktivitas utama yang harus dijalankan oleh suatu sistem bisnis demi menjaga kelangsungan usahanya. Konsumen tidak hanya sekadar membeli produk secara fisik, tetapi mereka juga menginginkan nilai atau manfaat tertentu dari produk tersebut, yang disebut sebagai "keinginan". (Ayu Muchlisa & Suriyanto, 2021:60)

Industri alat kesehatan di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya layanan kesehatan serta perkembangan fasilitas kesehatan di berbagai daerah. Pertumbuhan ini menciptakan peluang bagi perusahaan distributor alat kesehatan untuk memperluas pasar dan meningkatkan kinerja bisnisnya.

Menurut (Ismiati&Widiyastuti,2022:22)Yang dimaksud dengan “distribusi” adalah berbagai upaya pemasaran yang ditujukan untuk mempercepat dan mempermudah penyediaan atau pendistribusian produk dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan (jenis, jumlah, harga, lokasi, dan waktu). Selain itu, penetapan harga produk alat

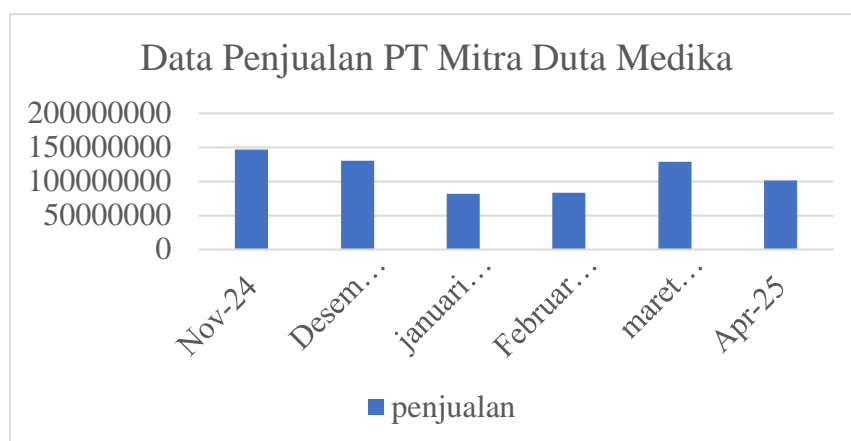
kesehatan menjadi faktor penting yang memengaruhi daya saing perusahaan. Harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan minat beli konsumen, sementara harga yang terlalu rendah dapat mengurangi margin keuntungan dan merusak persepsi kualitas. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai aspek seperti biaya produksi, nilai guna produk, kondisi pasar, serta strategi pesaing dalam menentukan harga yang optimal.

Pentingnya kinerja penjualan dilakukan karena mencerminkan suatu prestasi yang dicapai atas suatu keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Kinerja penjualan merupakan suatu hasil yang diperoleh suatu perusahaan melalui serangkaian proses dalam kurun waktu tertentu yang mengarah pada standar yang telah ditentukan oleh perusahaan sebagai upaya untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar besarnya (Partiwi & Herawati, 2022:30)

PT Mitra Duta Medika merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang distribusi alat kesehatan yang melayani berbagai rumah sakit, klinik,, dan instansi medis lainnya, dalam menghadapi tantangan dalam mengelola saluran distribusi dan menetapkan harga produk yang kompetitif, saluran distribusi yang efektif dan efisien sangat penting untuk memastikan ketersediaan produk di berbagai wilayah, sementara strategi penetapan harga yang tepat dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar.

Beberapa penelitian sebelumnya telah meneliti pengaruh saluran distribusi terhadap kinerja penjualan seperti studi (Hoang, 2021:35), Hasil analisis menunjukkan bahwa saluran distribusi juga memiliki dampak positif pada

kinerja penjualan. Hasil ini juga menunjukkan bahwa aktivitas saluran distribusi menjadi perantara terhadap kinerja penjualan. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Andre, 2021:364) Harga memiliki hubungan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis.



**Gambar 1**

### **Data Penjualan**

Data Penjualan PT Mitra Duta Medika 6 Bulan Terakhir 2024 s/d 2025

Berdasarkan gambar 1 data penjualan selama 6 bulan terakhir, penjualan yang diperoleh PT Mitra Duta Medika pada 3 bulan terakhir mengalami ketidakstabilan target, yaitu terhitung pada bulan Februari mengalami penurunan, di bulan Maret mengalami peningkatan dan di bulan April kembali mengalami penurunan. Dampak yang ditimbulkan yaitu tidak tercapainya target penjualan di tahun 2025. Hal tersebut diperlukan evaluasi lebih lanjut dari pihak *management* terkait penjualan yang menurun sehingga dapat menjadi acuan untuk pencapaian pada target penjualan selanjutnya.

Menurut (Amin, 2021:296) keberhasilan perusahaan merupakan faktor penting dalam penelitian bisnis. Karena mencerminkan kemampuan organisasi

dalam mencapai tujuan dan mempertahankan daya saing di pasar. Dalam konteks distribusi alat kesehatan, keberhasilan kinerja ditunjukkan kepada kemampuan perusahaan dalam menyediakan produk secara tepat waktu, dengan harga yang kompetitif, serta memastikan kepuasan pelanggan. Berikut tabel hasil pra survey persepsi saluran distribusi sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Hasil Pra Survey Persepsi Saluran Distribusi**

No	Uraian Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Apakah saluran distribusi yang digunakan cocok dengan karakteristik alat kesehatan yang dijual	40%	60%
2.	Apakah produk tersedia di berbagai wilayah?	37%	63%
3.	Apakah biaya pengiriman produk relatif efisien dan tidak membebani?.	37%	63%
4.	Apakah Anda tidak pernah mengalami kesulitan dalam proses distribusi produk?	37%	63%

Sumber : data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 1 hasil pra-survei yang dilakukan terhadap tim sales PT Mitra Duta Medika, diperoleh temuan bahwa saluran distribusi yang di lakukan PT Mitra Duta Medika, masih tergolong kurang memuaskan. Hasil data menunjukkan bahwa sistem distribusi PT Mitra Duta Medika masih belum optimal dan belum memenuhi harapan pelanggan. Hal ini terlihat dari mayoritas responden yang menyatakan rata-rata 37,9% setuju dan 63% tidak setuju, ketidakpuasan terhadap berbagai aspek distribusi mulai dari jenis atau rute pengiriman, cakupan wilayah distribusi, efisiensi, hingga kepuasan secara

keseluruhan . Berikut tabel hasil pra survey persepsi harga produk sebagai berikut :

**Tabel 2**  
**Hasil Pra Survey Persepsi Harga Produk**

No	Pernyataan	Setuju	Tidak setuju
1.	Apakah harga produk lebih kompetitif dibandingkan pesaing lain?	40%	60%
2.	Apakah harga produk tidak menjadi hambatan untuk melakukan pembelian?	40%	60%
3.	Apakah perubahan harga produk tidak terlalu sering terjadi?	36%	64%
4.	Apakah harga yang tercantum sesuai dengan yang dibayar saat transaksi?	43%	57%

Sumber : data primer diolah tahun 2025

Berdasarkan table 2 hasil pra - survei diatas mengenai harga produk. Hasil temuan menunjukkan bahwa 38% setuju dan 62% tidak setuju, mayoritas responden memiliki pandangan negatif terhadap kebijakan harga yang diterapkan oleh PT Mitra Duta Medika. Terdapat empat aspek utama yang menjadi perhatian, yaitu kewajaran harga, keterjangkauan, stabilitas harga, dan kepastian serta transparansi harga, berikut tabel hasil pra survey kinerja penjualan sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Hasil Pra Survey Kinerja Penjualan**

No	Pertanyaan	Setuju	Tidak Setuju
1.	Apakah banyak pelanggan melakukan pembelian ulang produk alat kesehatan?	40%	60%
2.	Apakah produk PT Mitra Duta Medika memiliki posisi kuat di pasar alat kesehatan?	33%	68%
3.	Apakah Anda merasa percaya diri menawarkan produk karena kualitas alat kesehatan dari PT Mitra Duta Medika terbukti baik?	37%	63%
4.	Apakah Anda merasa proses penjualan kepada pelanggan berjalan lancar dan tanpa kendala berarti?	40%	60%

Sumber : data diolah tahun 2025

Berdasarkan tabel 3 hasil pra - survei di atas mengenai kinerja. Hasil temuan menunjukkan bahwa 36% setuju dan 63% tidak setuju, mayoritas responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan-pernyataan positif dari ketiga aspek tersebut. Hal ini mencerminkan adanya berbagai kendala yang dihadapi perusahaan dalam meningkatkan performa bisnisnya.

Berdasarkan uraian dan penjelasan latar belakang diatas, terdapat permasalahan yang tentunya akan mempengaruhi kinerja perusahaan, tujuan penelitian ini untuk memperoleh empiris pengaruh persepsi saluran distribusi terhadap kinerja penjualan, pengaruh persepsi harga harga produk terhadap kinerja penjualan, pengaruh persepsi saluran distribusi dan persepsi harga produk terhadap kinerja penjualan.

Berdasarkan uraian diatas PT Mitra Duta Medika merupakan salah satu perusahaan yang berperan penting dalam mendistribusikan alat kesehatan ke

berbagai fasilitas layanan kesehatan. Namun berdasarkan pengamatan awal, terdapat indikasi bahwa kinerja penjualan belum optimal, khususnya dalam aspek distribusi dan penetapan harga, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Saluran Distribusi Dan Persepsi Harga Produk Alat Kesehatan Terhadap Kinerja Penjualan Di PT Mitra Duta Medika”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Saluran distribusi belum sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sehingga belum mempermudah proses penjualan secara maksimal.
2. Produk belum banyak tersedia secara merata di beberapa wilayah tertentu
3. Pengiriman produk sering terlambat, dan tidak selalu sampai dalam kondisi baik.
4. Biaya pengiriman melalui ekspedisi masih dianggap tinggi dan menjadi beban bagi pelanggan.
5. Harga produk belum kompetitif dibandingkan pesaing lain, sehingga pelanggan mempertimbangkan alternatif merek lain
6. Beberapa pelanggan merasa harga sulit dijangkau, apalagi oleh klinik atau instansi kecil.
7. Harga sering berubah-ubah, dan membuat proses pembelian jadi terganggu.
8. Informasi harga kurang jelas, dan sistem harga belum terbuka sehingga pelanggan jadi ragu.

9. Produk PT Mitra Duta Medika belum sepenuhnya dominan dibandingkan pesaing di beberapa area
10. Pertumbuhan penjualan belum optimal, ditandai oleh kurangnya pembelian ulang dan pertumbuhan jumlah pelanggan.
11. Tim penjualan belum merasa percaya diri sepenuhnya dalam menawarkan produk, meskipun kualitas produk dinilai baik.
12. Pembelian ulang dari pelanggan masih rendah, menunjukkan loyalitas pelanggan belum terbentuk optimal.

### **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini difokuskan pada dua variabel independen, yaitu persepsi saluran distribusi dan persepsi harga produk, yang dipandang memiliki keterkaitan erat dengan kinerja penjualan. Proses dalam penyusunan batasan masalah ini di ambil berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kemiripan dengan penelitian ini. Tahapan dalam penyusunan batasan masalah diawali dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang tercantum dalam judul penelitian, yaitu persepsi saluran distribusi, persepsi harga produk, dan kinerja penjualan. Setelah itu dilakukan studi pendahuluan melalui pengamatan awal dan pra-survei untuk memastikan bahwa kedua variabel bebas tersebut merupakan faktor yang dianggap dominan dalam memengaruhi penjualan. Hasil temuan ini kemudian menjadi dasar untuk memfokuskan ruang lingkup penelitian hanya pada variabel-variabel yang relevan, persepsi saluran distribusi dalam penelitian ini dipahami sebagai pandangan responden mengenai sejauh mana produk dapat diakses dengan mudah melalui jalur distribusi yang tersedia,

mencakup ketepatan waktu pengiriman, ketersediaan produk di berbagai wilayah, serta kenyamanan dalam memperoleh barang. Sedangkan persepsi harga produk lebih menitikberatkan pada penilaian konsumen terhadap kewajaran, stabilitas, dan keterjangkauan harga dibandingkan dengan manfaat yang diterima.

Kinerja penjualan sebagai variabel dependen diukur melalui pencapaian target penjualan, volume penjualan dalam periode tertentu, serta frekuensi pembelian konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh persepsi saluran distribusi dan persepsi harga produk terhadap kinerja penjualan, tanpa membahas faktor lain seperti strategi promosi, kualitas produk, atau kondisi persaingan pasar. Pembatasan ini dimaksudkan agar penelitian menjadi lebih terarah, tidak melebar ke luar konteks, serta memungkinkan peneliti untuk menguji hubungan antarvariabel dengan lebih mendalam.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan ?
2. Apakah persepsi harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan ?
3. Apakah persepsi saluran distribusi dan persepsi harga produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja penjualan ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan persepsi saluran distribusi terhadap kinerja penjualan
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan persepsi harga produk terhadap kinerja penjualan
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh positif dan signifikan persepsi saluran distribusi dan persepsi harga produk secara simultan terhadap kinerja penjualan

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama pihak yang berkepentingan secara langsung dengan penelitian yang serupa.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan distribusi, harga, dan kinerja penjualan.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Untuk Peneliti**

Penelitian ini memberikan peluang yang sangat baik untuk menerapkan dan mengimplementasikan pengetahuan yang telah dipelajari selama pendidikan di Universitas Binaniaga Indonesia, serta untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam meraih gelar Sarjana

Manajemen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memperdalam pemahaman mengenai saluran distribusi dan harga produk dari kinerja perusahaan, serta meningkatkan pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran..

b. Untuk Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi PT Mitra Duta Medika dalam meningkatkan efektivitas saluran distribusi dan strategi penetapan harga guna menunjang peningkatan kinerja penjualan.

c. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut yang akan dilakukan dikemudian hari dan sebagai tambahan referensi Perpustakaan Universitas Binaniaga Indonesia.

## **G. SISTEMATIKA PENULISAN**

### **BAB I        PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang yang menjadi dasar dilakukannya penelitian mengenai pengaruh saluran distribusi dan harga produk alat kesehatan terhadap kinerja penjualan PT Mitra Duta Medika. Di dalamnya juga memuat identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, serta sistematika penulisan skripsi ini.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan landasan teori yang relevan dengan topik penelitian, yaitu mengenai konsep saluran distribusi, harga produk, dan kinerja penjualan. Selain itu, dalam bab ini juga akan diuraikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel, serta hipotesis penelitian yang akan diuji.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian, meliputi pendekatan, lokasi dan waktu, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data untuk menguji hipotesis..

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan termasuk jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

## BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini merupakan bab akhir dari penyusunan penelitian ini dan peneliti menyimpulkan mengenai apa yang ditemukan selama penelitian, berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti memberikan saran-saran yang dapat menjadi masukan yang mungkin bermanfaat bagi PT Mitra Duta Medika