

ABSTRAK

Ristae, NPM. 16.31.0791 “ Analisis Strategi Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan hasil Penjualan Pada PT. Kimia Farma Apotik Cabang Banjarmasin “. Dibimbing oleh Ibu HJ. Lamsah, SE, MM (Pembimbing I) dan Ibu, Susiladewi, SE, SH, MM (Pembimbing II).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui 1) Strategi Saluran Distribusi yang dilakukan oleh PT. Kimia Farma Apotik Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan hasil penjualan. Dan 2) Saluran distribusi apa yang direkomendasikan?

PT. Kimia Farma Apotik Cabang Banjarmasin yang merupakan objek penelitian sebagai perusahaan yang bergerak dibidang distribusi produk farmasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik wawancara yang bersifat Indepth interview, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini adalah Dalam menyalurkan produknya ke konsumen, strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah strategi intensif dan jenis yang saluran distribusinya adalah saluran distribusi tidak langsung,

Kata Kunci:;, Strategi Saluran Distribusi, Hasil Penjualan.

ABSTRACT

This research was conducted to determine 1) Distribution Channel Strategy conducted by PT. Kimia Farma Pharmacy, Banjarmasin Branch in increasing sales results. And 2) What distribution channels are recommended?

PT. Kimia Farma Pharmacy Branch Banjarmasin, which is the object of research as a company engaged in the distribution of pharmaceutical products.

The research method used is descriptive qualitative method. Data retrieval is done is to use interview techniques that are indepth interview, and documentation.

The results of this study are in distributing their products to consumers, the strategy undertaken by the company is an intensive strategy and the type of distribution channel is an indirect distribution channel.

Keywords: Distribution Channel Strategy, Sales Results.

1. Pendahuluan

Dalam menjalankan suatu bisnis tentunya perusahaan mempunyai visi dan misi untuk meningkatkan penjualan yang mereka jalankan. Karena peningkatan penjualan tergantung dengan sistem atau bisnis proses yang yang dijalankan, apakah berjalan dengan baik atau sebaliknya. Untuk mendapatkan laba (keuntungan) yang besar, perusahaan mampu meningkatkan daya saing, dan meminimalkan biaya produk dalam pemasaran. Dengan mendapatkan laba (keuntungan) yang besar akan menggambarkan suatu perusahaan tersebut dapat bertahan hidup yang lebih lama.

Dalam memasarkan suatu produk, produsen banyak bekerja sama dengan perantara pemasaran (distributor) untuk mendistribusikan produknya ke pasar. Perantara pemasaran merupakan suatu saluran perdagangan atau saluran distribusi. Adapun menurut Kasmir dan Jakfar mengenai saluran distribusi pemasaran adalah suatu hubungan antara produsen dengan konsumen akhir dalam melakukan distribusi baik barang maupun jasa. Dengan itu perusahaan membutuhkan saluran distribusi yang baik dan memadai agar saluran distribusi yang dilakukan berjalan dengan maksimal. Jika penyaluran produk dapat dipasarkan secara luas, tentunya dapat merekrut banyak konsumen, sehingga dapat meningkatkan bisnis penjualan pada perusahaan.

2. Landasan Teori

1) Strategi

Menurut Griffin dalam mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. (*strategy is a comprehensive plan for accomplishing an organization's goals*) tidak hanya sekedar mencapai, akan tetapi strategi juga

dimaksudkan untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi di lingkungan di mana organisasi tersebut menjalankan aktivitasnya.

2) Saluran distribusi

Yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah Lembaga-lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen sampai ke konsumen.

3. Penelitian Terdahulu

1) Rasid, Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.

Apotik 2019, tujuannya untuk mengetahui volume dan kendala-kendala apa saja yang dialami oleh PT. Salama Nusantara dalam mendistribusikan produknya, metode yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif dan hasil dari penelitiannya adalah Strategi yang selama ini diterapkan adalah strategi distribusi intensif dan selektif dan kendalanya adalah kurangnya jaringan atau mitra kerja dalam memasarkan produknya, penyampaian barang ke konsumen akhir dan tidak tepat waktu

2) Septy Adelia, Analisis Saluran Distribusi Pada PT. Surya Manggala di Karanganyar 2003. Tujuannya untuk Mengetahui jenis saluran distribusi yang lebih menguntungkan ditinjau dari volume penjualan dan biaya distribusi Metode yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif dan hasil Penelitiannya adalah Saluran distribusi tidak langsung lebih menguntungkan untuk diterapkan dalam perusahaan karena volume penjualannya lebih banyak dan biaya distribusi per unitnya lebih murah

3) Benny Soboro Analisis Strategi Saluran Distribusi Minyak PelumasEnduro Pada PT. Arjuna Lumas Dwiguna Pekanbaru tujuannya yaitu Mengetahui efektifitas saluran distribusi pada PT. Arjuna Lumas Dwiguna Pekanbaru, Metode Penelitian yang digunakan yaitu Deskriptif Kualitatif. Hasil dari penelitian tersebut adalah PT. Arjuna

Lumas Dwiguna Pekanbaru belum optimal dalam meningkatkan volume penjualan minyak Pelumas Enduro ditinjau dari sisi *market coverage, cost, dan control*.

4. Metodologi Penelitian

- 1) *Liberary Research* (Studi kepustakaan)
- 2) *Field Research* (Riset lapangan)

5. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1) Hasil Penelitian

Penyebab masalah yang sering terjadi dalam saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Kima Farma Apotik Cabang Banjarmasin yaitu lambatnya pengiriman ke pelanggan karna banyak juga pesanan yang harus segera diantarkan dan susah membagi waktu dalam pengiriman barang karena terkait dengan jatuh tempo/kontrak.

2) Pembahasan

Strategi yang dilakukan oleh PT. Kima Farma Apotik Cabang Banjarmasin dalam meningkatkan hasil penjualan. Ada dua strategi yang dilakukan oleh perusahaan yaitu :

- (1) Strategi horizontal
- (2) Strategi vertikal

6. Penutup

Jenis saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Kimia Farma Apotik cabang banjarmasin adalah saluran distribusi tidak langsung, sebagai agen distributor dalam menyalurkan produknya ke berbagai reseller (rumah sakit, dinas kesehatan, apotik, toko obat, dll) dan dapat di jual kembali ke konsumen akhir.

7. Daftar Pustaka

-, Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi, Penerbit Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Ardiyanta, Oky. *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Salama Nusantara*, 2013.
- Assuri, Sofian. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1987.
- Cannon, Joseph (ed.). *Pemasaran Dasar*, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Fakultas Ekonomi, 2001., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin
- Hasibuan, Regen. *Analisis Pelaksanaan Ditribusi dalam Meningkatkan Penjualan pada PT Simas Distribusindo di Pekanbaru*.
- Kodrat, David Sukardi Kodrat, *Manajemen Distribusi: Old Distrribution Channel and Postmo Distribution Channel Approach Berbasis Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009
- Kurfiyati, Ersi. *Analisis Saluran Distribusi Pada PT. Suprasurya Manggala Di Karanganyar*, 2003.
- Muh. Fitrah and Luthfiyah (ed.). *Metodologi Penelitian*, CV Jejak, 2017.

**ANALISIS STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN HASIL
PENJUALAN PADA PT. KIMIA FARMA APOTIK CABANG
BANJARMASIN**

ARTIKEL



Oleh :

**RISTAE
16.31.0791**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN
MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI
BANJARMASIN
2020**