ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT. DACRON CABANG BANJARMASIN

Ramona Savitri [1]

[1]Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Pembimbing 1 : Lamsah [2], Pembimbing 2 : Farida Yulianti [3]

[1]Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 16310635

[2]Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 1125126201

[3]Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari 1125097401

Email: ramonabjm5@gmail.com/085828315188

ABSTRAK

Ramona Savitri. NPM : 16.31.0635 " Analisis Saluran Distribusi Produk dalam meningkatkan Penjualan Pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin ". Pembimbing I (Hj. Lamsah, SE. MM) dan Pembimbing II (HJ. Farida Yulianti, SE. MM)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi produk pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin**. 2)** Untuk mengetahui dan mempelajari masalah yang terjadi dalam pelaksanaan saluran distribusi produk pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin dan 3) Memberikan solusi dalam pelaksanaan saluran distribusi pada PT. Dacron Cabang Banjamasin

PT. Dacron Bergerak dalam bidang tekstil dan bedding goods (perlengkapan tidur) memproduksi bantal, guling, kasur, matras protector, carded fiber (bahan pengisi bantal), padding (bahan pengisi bed cover), quilting (pola jahitan pada permukaan kain yang biasa di pakai pada kasur), high density padding (bahan kasur), hard pad (bantalan keras) dan geo textile. Yang semua produknya berbahan baku serat fiber.

. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian pendekatan kualitatif. Yaitu untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian.

Hasil dari penelitian ini adalah PT. Dacron Cabang Banjarmasin dalam melaksanakan kegiatan saluran distribusi dilakukan dengan distribusi yang selektif, menggunakan tidak hanya satu perantara penjualan dan pemilihan saluran distrbusi dengan cara lebih ketat. Dan Kegiatan saluran distribusi yang digunakan adalah sistem order, dimana aktivitas produksi dilakukan sesuai pesanan/ push production

Hendaknya perusahaan menggunakan distribusi selektif, agar volume penjualan bisa terus meningkat secara kountinue perusahaan harus menggunakan perantara lebih dari satu, dengan begini konsumen akan semakin mudah mendapatkan produk dan wilayah yang dijangkau juga semakin luas. Dan Perusahaan harus semakin baik lagi dalam membina hubungan dengan anggota saluran atau pelanggan, terutama anggota saluran yang potensial, yaitu dengan cara memberikan promosi yang menarik, memberikan bonus bagi para pelanggan.

Kata Kunci: Analisis, Saluran Distribusi Produk, Penjualan

ABSTRACT

Ramona Savitri. NPM : 16.31.0635 " Distribution Channel Analysis At PT. Dacron Banjarmasin Branch ". Supervisor I (Hj. Lamsah, SE. MM) and Supervisor II (HJ. Farida Yulianti, SE. MM)

This research was conducted to find out: 1) To find out the implementation of distribution channels in PT. Dacron Banjarmasin Branch. 2) To know and learn about problems that occur in the implementation of distribution channels at PT. Dacron Banjarmasin Branch and 3) Provide solutions in the implementation of distribution channels at PT. Dacron Branch Banjamasin

PT. Dacron Engaged in textiles and bedding goods (bedding) produces pillows, bolsters, mattresses, mattress protectors, carded fiber (pillow filler), padding (bed cover filler), quilting (stitching patterns on the surface of fabrics commonly used on mattresses), high density padding (mattress material), hard pads (hard pads) and geo textiles. All products are made from fiber fiber.

. The research method used is qualitative approach research. That is to understand the phenomenon of what the research subjects experienced.

The result of this research is PT. Dacron Banjarmasin Branch in carrying out distribution channel activities is carried out with selective distribution, using not only one sales intermediary and selection of distrbusi channels in a more stringent way. And distribution channel activities used is the order system, where production activities are carried out according to order / push production

Companies should use selective distribution, so that the volume of bias sales continue to increase kountinue companies must use more than one intermediary, thus consumers will be easier to get products and the area reached is also more widespread. And the Company must be even better in fostering relationships with channel members or customers, especially potential channel members, namely by providing attractive promotions, providing bonuses for customers.

Keywords: Analysis, Distribution Channels

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia perdagangan yang semakin berkembang membawa dampak tersendiri terhadap strategi dan metode penjualan produk sebagai alat pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan merupakan suatu pernyataan kemana perusahaan akan dibawa, sedangkan strategi merupakan cara secara umum yang akan ditempuh untuk mencapai arah tujuan tersebut. Pada dasarnya tujuan setiap perusahaan adalah menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dengan kata lain perusahaan berusaha mencapai tingkat volume penjualan yang menguntungkan karena hal tersebut dapat untuk mengukur posisi perusahaan dengan laba yang diperhitungkan akan diperoleh. Dalam penyaluran produknya kepada konsumen perusahaan menentukan metode dan saluran yang akan digunakan untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar atau ke konsumen. Perusahaan harus berhati-hati dalam menentukan saluran distribusi yang akan digunakan karena saluran distribusi mempengaruhi semua keputusan pemasaran lainnya. Pelaksanaan kebijaksanaan dalam saluran distribusi dan variabel pemasaran yang lainnya mempunyai pengaruh secara langsung terhadap volume penjualan perusahaan. Adapun variabel pemasaran yang lain adalah produk, harga, dan usaha-usaha promosi.

Namun harus di ingat, bahwa perusahaan yang ada saat ini sangat banyak, dengan sendirinya jumlah dan produk sangat banyak pula. Inii akan menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan karena akan menimbulkan persaingan yang ketat diantaranya adalah situasi bisnis yang saat ini sering kali menjadi masalah bagi perusahaan, salah satunya yaitu masalah pemasaran, karena masalah pemasaran adalah sesuatu yang sangat penting bagi kemajuan sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan banyaknya perusahaan yang memproduksi barang dan jasa. Melihat kemajuan teknologi saat ini sangat memungkinkan perusahaan memproduksi produknya secara besar-besaran serta dengan kualitas yang terbaik. Tanpa adanya kegiatan pemasaran yang mumpuni maka semuanya akan sia-sia, karena mungkin saja produk yang dihasilkn tidak sesuai dengan yang diharapkan

oleh konsumen. Sudah pasti masalah tersebut akan merugikan perusahaan.

Dalam usaha menarik konsumen untuk membeli barang dan jasa yang telah diproduksi, serta dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan, perusahaan dituntut untuk memilih saluran distibusi dan strategi pemasaran yang tepat. Dalam situasi bisnis sekarang strategi pemasaran harus bukan hanya pengembangan produk yang baik, penetapan harga yang murah, dan kegiatan promosi yang baik, tetapi perusahaan juga harus memperhatikan penyaluran produknya agar sampai ke tangan konsumen. Oleh karena itu, saluran distribusi merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam usaha untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen.

Menurut Sunyoto (2015) saluran distribusi dapat diartikan sekelompok pedagang dan agen perusahan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari satu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu.

Kesalahan dalam memilih saluran distribusi dapat menghambat upaya penyaluran barang yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Karena meskipun barang telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi bila saluran distribusinya tidak mempunyai kemampuan atau terhambat maka selera konsumen akan memudar.

PT. Dacron Cabang Banjarmasin adalah perusahaan yang bergerak dalam industri fiber/serat. Kebijakan dari perusahaan dalam bidang distribusi adalah langsung kepada konsumen sesuai dengan pesanan atau lewat distributor atau agen ke wilayah-wilayah tertentu.

Keberhasilan perusahaan memenangkan persaingan juga ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam pemilihan saluran distribusi dalam perusahaannya. Saluran distribusi yang digunakan pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin yaitu saluran distribusi tidak langsung. Pemilihan saluran distribusi yang tepat akan berpengaruh pada besarnya volume penjualan total dan laba perusahaan.

2. Penjelasan Judul

Mengingat pentingnya saluran distribusi untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen dan berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dan mengambil judul untuk penelitian tersebut yaitu "ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PRODUK DALAM MENINGKAT PENJUALAN PADA PT. DACRON CABANG BANJARMASIN".

Sebelum membahas lebih jauh tentang permasalahan dalam penulisan skripsi ini, maka terlebih dahulu penulis akan menjelaskan pengertian dari judul tersebut. Skripsi ini berjudul "**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PT.DACRON CABANG BANJARMASIN**"

Agar bagian-bagian dari judul tersebut dapat dimengerti, maka penulis akan menguraikan perbagian dalam kalimat tersebut.

1) Analisis

Dalam Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer karangan Peter Salim dan Yenni Salim (2002) Analisis adalah proses pemecahan masalah yang dimulai dengan hipotesis (dugaan, dan sebagainya) sampai terbukti kebenarannya melalui beberapa kepastian (pengamatan, percobaan, dan sebagainya).

2) Saluran distribusi

Menurut Basu Swastha DH (2012) "Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barangbarang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke pemakai."

3) Penjualan

Basu Swastha DH (2014) penjualan merupakan satu bagian dari promosi dan promosi adalah satu bagian dari program pemasaran secara keseluruhan.

4) PT. DACRON Cabang Banjarmasin

Bergerak dalam bidang tekstil dan bedding good **(**Perlengkapan tidur) memproduksi bantal guling, Kasur, matras protector, carded fiber (bahan pengisi bantal), padding (bahan pengisi bed cover), quilting, hight density padding yang semua produknya berbahan baku serat fiber

3. Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin?
2. Masalah apa saja yang di hadapi dalam pelaksanaan saluran distribusi produk dalam meningkatkan penjualan?
3. Bagaimana solusi yang harus dilakukan dalam mengatasi masalah yang timbul dalam pelaksanaan saluran distribusi pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin?

4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1) Tujuan Penelitian

(1) Untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin

(2) Untuk mengetahui dan mempelajari masalah yang terjadi dalam pelaksanaan saluran distribusi produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin

(3) Memberikan solusi dalam pelaksanaan saluran distribusi pada PT. Dacron Cabang Banjamasin

2) Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bisa memberikan informasi penting baik langsung atau tidak langsung :

(1) Bagi penulis

Diharapkan dapat mempelajari lebih baik lagi tentang manajemen pemasaran khususnya dibidang saluran distribusi, serta memperdalam ilmu yang sudah di dapat selama masa perkuliahan.

(2) Bagi perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangsih dan bahan masukan bagi perusahaan, sehingga kegiatan saluran distribusi yang dilakukan perusahaan akan lebih baik.

(3) Bagi pihak lain

Dapat di jadikan sebagai pengetahuan, sebagai referensi untuk penelti-peneliti yang membahas permasalahan yang sama dengan yang dalam skripsi ini.

5. Metode Penelitian

1) Jenis penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah Metode Deskriptif, Pengertian metode deskriptif adalah Metode deskriptif adalah metode yang digunakan unuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

2) Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Dacron Cabang Banjarmasin Komplek Lumba-Lumba No. A 20. Trisakti Pelabuhan. Banjarmasin

3) Unit penelitian

Yang menjadi unit penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah sebuah organisasi dalam sebuah cabang perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang jadi dan setengah jadi yaitu PT. Dacron Cabang Banjarmasin.

4) Data

(1) Pengertian Data

Menurut Arikunto (2002), data merupakan segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi, sedangkan informasi adalah hasil pengolahan data yang dipakai untuk suatu keperluan.

Data adalah kumpulan kejadian yang diangkat dari suatu kenyataan (fakta), dapat berupa angka-angka, huruf, simbol-simbol khusus, atau gabungan dari ketiganya. Data masih belum dapat 'bercerita' banyak sehingga perlu diolah lebih lanjut.

(2) Jenis-jenis Data

Untuk mendapatkan data yang sesuai dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 (dua) jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang diambil secara langsung dari responden melalui instrument questioner.
2. Data Sekunder yaitu data yang didapatkan dari orang ketiga atau

pihak lain yang sudah berupa data baku.

(3) Teknik Penggalian Data

1) Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan pengamatan langsung ke objek penelitian.
2) Wawancara, yaitu penelitian ini dilakukan dengan cara Tanya jawab dengan pimpinan perusahaan.
3) Kepustakaan, yaitu penulis mengambil dari data sumber kepustakaan yang berhubungan dengan penelitian, kemudian disesuaikan dengan metode penelitian.

Data yang berhasil diperoleh dari penelitian lapangan digunakan sebagai alat perbandingan dengan sumber-sumber teoritis yang dikaji dari berbagai studi kepustakaan, yang akan dijadikan dasar untuk mendapatkan pemecahan masalah yang ada, serta menarik suatu kesimpulan dan saran dalam penulisan skripsi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pelaksanaan Saluran Distribusi Pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin

Sesuai denga apa yang sudah yang kita ketahui bersama bahwa barang yang mempunyai kualitas dan harga bersaing bukan suatu jaminan bahwa produk yang dihasilkan akan dapat diterima dipasaran. Dalam melakukan aktivitas produksinya semua perusahaan pasti mempunya tujuan yaitu ingin mendapatkan laba. Agar tujuan ini tercapai dengan sempurna, maka perusahaan harus melakukan strategi-strategi salah satunya ialah saluran distribusi. Karena lewat saluran distribusi ini pula kebutuhan konsumen dapat terpenuhi.

Saluran distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, karena berfungsi sebagai penghubung antara produsen dengan konsumen. Ketepatan perusahaan dalam memilih sebuah saluran distribusi akan membuat perusahaan mendapatkan keuntungan. Dengan adanya saluran distribusi perusahaan akan lebih efesien dan dalam memperluas pangsa pasarnya.

Peranan saluran dsitribusi dalam meningkatkan volume penjualan memang selalu diharapkan oleh perusahaan, sebab apabila hanya berharap pada pemberian informasi tentang manfaat dari produk tidak akan menjamin konsumen mau bertahan dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan-perusahaan akan mempertimbangkan tingkatan saluran distribusi yang sesuai dengan perusahaannya untuk menyalurkan produk-produk yang mereka hasilkan supaya dapat sampai dan diterima dipasaran.seperti perusahaan yang lain PT. Dacron Cabang Banjarmasin juga melakukan hal tersebut, sebagai perusahaan yang bergerak sebagai produsen jadi dan setengah jadi juga harus memiikirkan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam memilih saliran distribusi.

Menurut Basu dan Irawan (2003:299-302) faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dapat dikelompokan dalam 4 faktor, yaitu pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan, dan pertimbangan perantara.

Sedangkan menurut Djaslim Saladin (2003:110-111), “Ciri konsumen, ciri produk, ciri perantara, sifat pesaing, sifat perusahaan, dan sifat lingkungan”.

PT. Dacron Cabang Banjarmasin menggunakan saluran distribusi order, yaitu kegiatan produksi dilakukan apabila ada order atau permintaan tetapi sesuai dengan batas minimum produksi. Maka perusahaan akan langsung melakukan aktivitas produksi dan dilalkukan sesuai dengan permintaan atau *push production*, tidak terkecuali untuk barang yang setengah jadi.

2. Tujuan Saluran Distribusi Yang Digunakan PT. Dacron Cabang Banjarmasin

Produk yang dihasil dari suatu perusahaan adalah kunci bagaimana perusahaan tersebut dapat bertahan selama pendistribusian dari barang yang dihasilkan kepada konsumen lancar. Maka dari itu yang wajib itu pahami dan dilakukan oleh perusahaan adalah menetapkan dan

menggunakan saluran distribusi yang harus benar-benar tepat.

PT. Dacron Cabang Banjarmasin menggunakan perantara agen dan pedagang besar dalam memperlancar arus produk mereka kepada konsumen. Pemakaian perantara tersebut mempunyai tujuan-tujuan, yaitu :

1. Memperluas daerah pemasaran

   Untuk memperluas jangkauan pemasaran dari produknya PT. Dacron Cabang Banjarmasin telah memanfaatkan saluran distribusi yang mereka pilih dengan tepat. Saluran distrbusi sangat penting peranannya dalam menangani masalah konsumen, oleh karena itu, saluran distrbusi sebagai sarana perantara secara langsung atau tidak langsung akan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.

2. Mendapatkan informasi

   Saluran distrbusi yang dipakai oleh PT. Dacron Cabang Banjarmasin sudah berfungsi dengan baik, karena itulah informasi dapat diketahui oleh perusahaan mengenai informasin pasar, pesaing, dan lain-lain. Informasi-informasi tersebut sangat penting sebagai sarana untuk memperbaiki, meningkatkan eksistensi perusahaan.

3. Meningkatkan efesiensi distribusi

   Konsumen dari produk PT. Dacron Cabang Banjarmasin area persebarannya sangat luas, untuk menyalurkan produknya pasti perusahaan akan memerlukan dana yang tidak sedikit kalau dilakukan tanpa adanya perantara. Karena itulah maka PT. Dacron Cabang Banjarmasin menggunakan saluran distribusi untuk mengatasi hal tersebut. PT. Dacron Cabang Banjarmasin cukup menyalurkan produknya melalui agen dan pedagang besar saja, untuk menyampaikan ke tangan konsumen maka peranan dari perantaralah yang berperan.

4. Meningkatkan Hasil Penjualan

   Dampak dari tercapainya pasar yang luas adalah adanya peningkatan hasil penjualan produk dikarenakan sistem saluran distribusi yang berperan dengan baik, hal ini akan memudahkan para konsumen yang jauh dan mereka tidak

perlu menghubungi kantor pusat, tetapi cukup menghubungi agen atau pedagang besar saja.

PT. Dacron Cabang Banjarmasin sudah memastikan kalau jangkauan pasar mereka sudah meliputi daerah kalimantan Selatan, bahkan sudah keluar dari daerah.

5. Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan

   Dengan adanya saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Dacron Cabang Banjarmasin, maka konsumen dalam mendapatkan produk yang mereka inginkan bisa cepat dan sesuai dengan yang mereka butuhkan.

6. Untuk menghadapi pesaing

   Perusahaan-perusahaan yang memproduk barang yang sama cukup banyak, maka PT. Dacron Cabang Banjarmasin lebih mengutamakan kapasitas, legalitas karena membayar kewajiban pajak, menginkatkan kualitas produknya, dan menjaga kepercayaan dari konsumen melalui saluran distribusi yang diterapkan, sehingga dengan ini peluang dari pesaing sangat kecil dalam merebut konsumen.

PT. Dacron Cabang Banjarmasin dalam hal mengembangkan pasar yang lebih luas berusaha mencari dan mendapatkan informasi dalam memasarkan produknya apakah ada keluhan atau kurangnya pelayanan dari konsumen. Agar informasi ini dapat di proses sebagai bahan penting untuk meningkatkan kerja dan kinerja dari perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen.

3. Fungsi Saluran Distribusi Yang Dilakukan PT. Dacron Cabang Banjarmasin

PT. Dacron Cabang Banjarmasin mempunyai anggota saluran distribusi yang cukup banyak. Adapun fungsi saluran distribusi perusahaan antara lain :

1) Sebagai sarana Informasi, informasi-informasi tentang perusahaan akan disampaikan melalui perantara tentang produk baru, perubahan harga dan lain-lain.
2) Sarana Promosi, perusahaan melibatkan diri setiap ada kegiatan-kegiatan yang ada di masyarakat, yaitu sebagai sponsor acara penting dalam bentuk memberikan dana

melalu proposal permohonan dana kegiatan dari masyarakat, maka dalam hal ini perusahaan dapat memasang spanduk atau semacamnya yang menunjukkan adanya ikut serta perusahaan, sehingga dengan cara ini promosi pun berjalan.

3) Sarana Negoasiasi, jenis produk yang dipesan biasanya dinegosiasikan mengenai model dan kualitas dari produk itu sendiri. Hal tersebut dikarenakan baisanya pemesan tersebut bisa dari pedagang besar atau agen-agen.
4) Pemesanan, perusahaan melayani pesanan produk baik secara massal *(pull production)* atau sesuai permintaan *(push production)*, barang jadi atau yang setengah jadi, pemesanan tersebut datang dari anggota-anggota perantara atau saluran distribusi.
5) Pengembalian resiko, setiap produk sudah berlualitas, maka papabila ada retur barang yang rusak (cacat) bahkan sampai terjadi kehilangan yang disebabkan oleh kelalaian perantara, maka ini merupakan tanggung jawab dari perantara. Sebaliknya jika hal tersebut terjadi karena kelalaian dari perusahaan maka ini merupakan tanggung jawab dari perusahaan.
6) Kepemilikan fisik, perusahaan memberilan pelayanan pengiriman barang kepada perantara agen atau pedagang besar dengan cara langsung menggunakan sistem delivery.
7) Pembayaran, pihak perusahaan PT. Dacron Cabang Banjarmasin memberikan kemudahan kepada anggota saluran distribusinya dalam sistem pembayaran, bisa melalui Bank.
8) Kepemilikan, dalam menjual produknya kepada perantara, perusahaan menggunakan sistem putus.

Penulis berkesimpulan dari uraian fungsi-fungsi pemasaran saluran distribusi tersebut dilakukan dengan baik oleh pihak perusahaan. Fungsi saluran distribusi yang dilakukan oleh perusahaan dengan saluran distribusi sedikit berbeda, hal ini terjadi karena adanya perbedaan pesanan, baik produk yang jadi atau yang setengah jadi.

4. Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi Yang Dilakukan PT. Dacron Cabang Banjarmasin

Dalam menyalurkan hasil produknya PT. Dacron Cabang Banjarmasin terlebih dahulu menetapkan saluran distribusi yang akan digunakan. Hal ini perlu dilakukan untuk memperlancar arus barang. Sebab produk yang dihasilkan merupakan barang yang tidak semua barang jadi, sehingga keinginan dari perusahaan untuk menjual barang dalam volume yang banyak tidak diimbangi oleh perantara yang bergantung pada keinginan konsumen yang berbeda-beda.

Dengan adanya faktor diatas maka PT. Dacron Cabang Banjarmasin menetapkan untuk menjual produknya hanya pada perantara saja. Hal ini dilakukan untuk menjaga hhubungan dengan para perantara.

PT. Dacron Cabang Banjarmasin menggunakan saluran distribusi dalam menyalurkan produknya agar sampai ke pasaran. Mempunyai jaringan konsumen yang luas maka perusahaan tersebut menetapkan jenis-jenis saluran distribusi yang digunakan sebagai sarana untuk menyebarkan produknya. Untuk lebih jelasnya bentuk saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Dacron Cabang Banjarmasin adalah Saluran Distribusi Order, dengan rincian sebagai berikut :

a. PT. Dacron Cabang Banjarmasin → Konsumen

   Perusahaan dalam hal ini melakukan penjualan secara order langsung kepada konsumen akhir, dan konsumen akhir yang datang ke PT. Dacron Cabang Banjarmasin untuk memesan produk perusahaan.

b. PT. Dacron Cabang Banjarmasin → Pengecer

   Pengecer yang dimaksud disini adalah perantara-perantara yang membeli barang setengah jadi yang akan diproduk oleh perusahaan mereka menjadi barang jadi misalnya, kasur, bantal, dan lain-lain.

5. Tingkat Hasil Pelayanan Yang Di inginkan Oleh Pelanggan

PT. Dacron Cabang Banjarmasin selalu memperhatikan tingkat hasil pelayanan yang diinginkan pelanggan sasaran antara lain :

1. Ukuran Lot : tidak ada pembatasan oleh perusahaan terhadap pembelian produk oleh para perantara order pada setiap

pembelian barang. Karena PT. Dacron Cabang Banjarmasin menjual semua jenis produk pada perantara, baik itu barang mentah atau barang setengah jadi.

2. Waktu tunggu : PT. Dacron Cabang Banjarmasin memberikan layanan cepat dalam hal delivery barang, hal ini dilakukan karena menjaga hubungan baik dengan para perantara.
3. Variasi produk : perusahaan menyediakan beragam produk dan selalu mengikuti mode yang yang sedang disukai (barang jadi), sedangkan untuk barang mentah atau setengah jadi itu tergantung pada permintaan dari perantara.
4. Dukungan layanan : PT. Dacron Cabang Banjarmasin memberikan kemudahan dalam setiap pelunasan produk minimal satu minggu dan DP 50% terhadap perantara yang sudah lama dan dapat dipercaya. Selain itu perusahaan mempunyai ijin atas usahanya agar konsumen percaya terhadap kualitas produk dan servis yang dihasilkan perusahaan. Selain itu agar para institusi yang ada baik pemerintah maupun swasta akan mempertimbangkan kerjasama dengan perusahaan karena perusahaan memilikiijin usaha dan membayar pajak.

6. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi Pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin

Dalam usaha mengembangkan saluran distribusi, perusahaan harus dapat memilih bentuk saluran distribusi langsung, karena saluran distribusi ini diharapkan dapat berkelanjutan dan meningkatkan laba perusahaan.

Sebelum perusahaan menentukan untuk saluran distribusi yang akan digunakan dalam rangka penyaluran hasil produksinya ke tangan konsumen, maka terlebih dahulu perusahaan mempertimbangakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dalam pemilihan saluran distribusi yang akan digunakan. Adapun faktor-faktor tersebut adalah :

1) Ciri perantara

PT. Hilon Cabang Banjarmasin menggunakan perantara dalam menyalurkan suatu produk pada

perusahaan adalah penting, karena peranan perantara mampu menjangkau konsumen serta memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Selain itu, dengan adanya perantara kelancaran penyaluran produk ke konsumen akan baik sehingga konsumen tidak mendapatkan kesulitan untuk mendapatkan yang mereka inginkan.

2) Ciri produk

PT. Dacron Cabang Banjarmasin bergerak dalam bidang tekstil dan *bedding goods*. Produk yang dihasilkan oleh PT. Dacron Cabang Banjarmasin merupakan bahan yang lambat rusak, walaupun demikian pihak perusahaan dalam menyalurkan produknya secara langsung.

3) Ciri pesaing

Perusahaan-perusahaan yang memproduk barang yang sama cukup banyak hanya ada perbedaan dari bahan dasar saja. Mereka juga menggunakan perantara untuk menyebarkan barang produk mereka ke pasaran.

4) Ciri konsumen

PT. Dacron Cabang Banjarmasin memiliki konsumen yang beragam, mengikuti produk yang dihasilkan apakah barang jadi atau yang setengah jadi, bahkan bahan dasarnya sendiri. Berdasarkan factor tersebut maka perusahaan dalam memiliki perantara yang tidak sedikit pula, sehingga wilayah konsumen yang luas dapat terjangkau secara merata.

5) Ciri perusahaan

PT. Dacron Cabang Banjarmasin merupakan cabang dari perusahaan besar, sehingga perantara yang bekerja sama dengan pihak perusahaan diberikan bantuan dalam mempromosikan barang yang dihasilkan oleh para perantara tersebut. Sistem manajemen pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin pun tidak di ragukan lagi.

6) Ciri lingkungan

Lingkungan perusahaan adalah keadaaan sekitar perusahaan yang mempengaruhi perusahaan itu sendiri. Sifat lingkungan yang mendorong perusahaan untuk menggunakan saluran

distribusi langsung adalah banyaknya permintaan dari perantara atau konsumen untuk menjadikan produk dari PT. Dacron Cabang Banjarmasin mempunyai bahan dasar yang berkualitas tinggi sebagai pengganti kapas.

Menurut penulis, dalam pemilihan saluran distribusi oleh PT. Dacron Cabang Banjarmasin sangat baik, ini ditinjau dari faktor-faktor diatas. Dengan ini diharapkan PT. Dacron Cabang Banjarmasin dapat meningkatkan lagi pelayanannya terhadap konsumen.

7. Pengelolaan Saluran Distribusi Pada PT. Dacron Cabang Banjarmasin

Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan harus dikelola dengan baik, karena itulah perusahaan harus selektif, memberi dorongan (motivasi) dan menilai (evaluasi) secara berkelanjutan terhadap kinerja dari perantara tersebut.

1) Pemilihan Seleksi Anggota Saluran

Ada hal yang harus dipertimbangkan dalam memilih saluran distribusi bagi suatu perusahaan, apakah perantara mempunyai kualitas yang baik dalam menjalankan suatu bisnis.

Kalau perantara merupakan kantor cabang dari suatu perusahaan atau outlet maka perlu dipertimbangkan bagaiman ragam dan kualitas dari barang yang mereka produksi, apakah mempunyai kualitas dan daya serap pasar yang baik. Hal tersebut harus di evalusi secara berkala.

2) Motivasi Anggota Saluran Distribusi

Setelah menentukan perantara, hal yang tidak boleh dilupakan adalah motovasi terhadap anggota dari perantara tersebut agar mereka mencapai prestasi yang baik. Untuk memotivasi, produsen atau perusahaan harus memberikan seimbang dalam memberikan dorongan, tidak terlalu banyak dan sebaliknya. Motivasi dalam bentuk lain bias juga dilakukan oleh perusahaan, misalnya memberikan bonus terhadap perantara yang berjasa, yang mencapai target tertentu, yang sduah ditentukan oleh perusahaan.

3) Evaluasi Anggota Saluran Distribusi

Perusahaan harus trus menerus menilai hasil kerja para perantara. Apabila ada penurunan kualitas kinerja maka perusahaan harus menyelidiki apa penyebab dari masalah tersebut dan memberikan solusi terhadap perantara yang bersangkutan.

Dalam menyelidiki atau memantau kinerja perantara, perusahaan harus melakukan ini dengan teratur dan mempunyai standar atau dasar, yaitu :

1. Kuantitas Penjualan

   Setiap anggota perantara dari PT. Dacron Cabang Banjarmasin memiliki jumlah minimum penjualan setiap bulannya. Laporan ini akan dipertanggung jawabkan kepada kantor cabang dan kantor pusatnya masing-masing, disini akan terlihat potensi setiap anggota dari saluran distrbusi tersebut.

2. Tingkat Persediaan Rata-Rata

   Setiap anggota saluran PT. Dacron Cabang Banjarmasin memiliki persediaan rata-rata minimum untuk setiap produk. Dan persediaan rata-rata minimum tersebut tergantu kepada banyaknya permintaan dari konsumen dan kemampuan dari setiap anggota saluran.

3. Waktu penyerahan barang kepada pelanggan

   Setiap anggota saluran PT. Dacron Cabang banjamrsin mempunyai kebijakan masing-masing dalam menentukan waktu penyerahan barang kepada konsumen, ada yang menggunakan system order, dan ada yang menggunakan system retail.

4. Service perantara kepada pelanggan

   Setiap anggota saluran dari PT. Dacron Cabang Banjarmasin memiliki standar baku terhadap pelayanan yang diterapkan. Selain itu juga, pelanggan dapat berkonsultasi mengenai desain untuk barang jadi, misalnya bantal, guling, kasur, matras protector, carded fiber, dan sebagainya.

5. Kerja sama dalam program promosi

   Anggota saluran distrbusi PT. Dacron Cabang Banjarmasin juga membantu perusahaan dalam melakukan

promosi, sepeti memberikan stickervkepada pembeli eceran, memasang *brand image* perusahaan saat melakukan program promsi.

Perusahaan dapat melakukan peninjauan atau penilaian ulang terhadap kinerja anggota saluran distribusi mereka. Karena kedudukan saluran distribusi pada suatu perusahaan sangat vital, bisa dianggap sebagai juru kunci dari lancarnya arus barang yang diproduksi oleh perusahaan kepada tangan konsumen yang tersebar diseluruh wilayah

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, disini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran mengenai saluran distribusi pada PT. Hilon Cabang Banjarmasin.

1. Kesimpulan

1) PT. Dacron Cabang Banjarmasin dalam melaksanakan kegiatan saluran distribusi dilakukan denga distribusi yang selektif, menggunakan tidak hanya satu perantara penjualan dan pemilihan saluran distrbusi denga cara lebih ketat.
2) Kegiatan saluran distribusi yang digunakan adalah system order, dimana aktivitas produksi dilakukan sesuai pesanan/ push production.
3) Dalam pelaksanaan saluran distribusi tidak selamanya mengalami kelancaran, suatu ketika akan menemukan hambatan-hambatan terhadap aktivitas saluran distribusi seperti, persaingan pasar, keterlamabatan pembayaran piutang, keterlamabatan mendatangkan bahan baku.

2. Saran

1) Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka penulis menyimpulkan bahwa saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Dacron Cabang Banjarmasin yaitu menggunakan distribusi selektif, agar volume penjualan bias terus meningkat secara kountinue perusahaan harus menggunakan perantara lebih dari satu, dengan begini konsumen akan semakin mudah mendapatkan produk dan wilayah yang dijangkau juga semakin luas.

2) Perusahaan harus semakin baik lagi dalam membina hubungan dengan anggota saluran atau pelanggan, terutama anggota saluran yang potensial, yaitu dengan cara memberikan promosi yang menarik, memberikan bonus bagi para pelanggan.
3) Dengan adanya persaingan dengan perusahaan lain yang sejenis, disarankan PT. Dacron Cabang Banjarmasin lebih meningkatkan lagi komunikasi dengan pelanggannya agar perusahaan dapat mengetahui kekurangan atas pelayanan dan ketepatan dalam menyalurkan produknya sehingga para pelanggan akan tetap setia.
4) Dalam persaingan yang semakin tajam dengan operusahaan sejenis, sebaiknya PT. Dacron Cabang Banjarmasin memperhatikan dan meningkatkan kualitas produknya.

DAFTAR PUSTAKA

…..., Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi, Penerbit Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.

Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Penerbit Alfabeta, Bandung.

Basu Swastha dan Irawan, 2010, Manajemen Pemasaran Modern, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Buchari Alma, 2004, Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa, Bandung Alfa Beta.

Djaslim Saladin, 2003, Intisari Pemasaran Dan Unsur-Unsur Pemasaran, edisi ketiga, bandung penerbit CV. Linda Karya.

Fakultas Ekonomi, 2001., Pedoman Penulisan Dan Bimbingan Serta Ujian Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan, Banjarmasin

Kotler dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid Satu, Cetakan Pertama, Penerbit PT. Indeks

Lupiyoadi, Rambat. 2011, Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik, UI Press, Jakarta.

Soegiyono, 2013, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan & D, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.

Stanton, William J. 2012. Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2010, Strutegi Pemasaran, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.