

ANALISIS STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN (STUDI PADA PT. SEKAWAN APOTIK BANJARMASIN)

ABSTRAK

Rifki Azhari¹, Hj. Lamsah², Farida Yulianti³

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 17.31. 0327

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1125126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, 1121076901

Email :

Rifki Azhari, NPM. 17.31.0327 “ Analisis Strategi Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan hasil Penjualan Pada PT. Sekawan Apotik Banjarmasin “. Dibimbing oleh Ibu HJ. Lamsah, SE. MM (Pembimbing I) dan Ibu, Hj. Farida Yulianti, SE, SH, (Pembimbing II).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Strategi Saluran Distribusi yang dilakukan oleh PT. Sekawan Apotik Banjarmasin dalam meningkatkan hasil penjualan.

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,

Hendaknya Sistem pengantaran perusahaan PT. Sekawan Apotik Banjarmasin sebaiknya dilakukan dengan cara penambahan personil yang ditugaskan dalam pengantaran barang ke pelanggan agar tidak macet dan lama, Sebaiknya perusahaan memiliki bagian penerimaan barang yang khusus dalam menangani penerimaan barang untuk mempermudah proses surat masuk dalam administrasi yang cepat, dan dapat menyediakan stock barang lebih banyak lagi, sehingga ketika pelanggan ingin memesan barangnya sudah tersedia.

Kata Kunci: Saluran Distribusi, Hasil Penjualan.

ABSTRACT

Rifki Azhari, NPM. 17.31.0327 “Strategic Analysis of Distribution Channels in Increasing Sales Results at PT. Apothecary of Banjarmasin “. Supervised by Mrs. HJ. Lamsah, SE. MM (Advisor I) and Mrs, Hj. Farida Yulianti, SE, SH, (Advisor II).

This research was conducted to determine the Distribution Channel Strategy conducted by PT. Sekawan Pharmacy Banjarmasin in increasing sales results.

The research method used is descriptive qualitative method. Data retrieval is done by using interview techniques that are in-depth interviews, and documentation.

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

The company delivery system should be PT. Sekawan Apotik Banjarmasin should be done by adding personnel assigned to deliver goods to customers so that they are not jammed and long, the company should have a goods reception section that is specialized in handling goods receipts to facilitate the process of incoming mail in quick administration, and can provide more stock much more, so that when customers want to order the goods are readily available.

Keywords: Distribution Channels, Sales Results.

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia sampai saat ini belum menunjukkan kearah pemulihan dan cenderung belum stabil karena dampak dari krisis moneter yang berkepanjangan ditambah sekarang ini dengan adanya pandemi, sehingga banyak perusahaan yang berusaha bertahan hidup dan tetap mendapatkan pangsa pasar yang potensial. Untuk dapat bertahan hidup, perusahaan harus mempunyai misi dan tujuan yang jelas. Pada umumnya suatu perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan tentunya meminimalkan biaya produk yang dikeluarkan untuk mencapai laba maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga laba merupakan sesuatu yang sangat penting artinya dalam sebuah perusahaan. Dalam memperoleh laba tidaklah mudah bagi perusahaan, sebab dalam kurun waktu usaha diantaranya adalah faktor pemasaran. Secara garis besar dapat digolongkan menjadi faktor intern dan ekstern antara lain apabila suatu perusahaan terdapat berbagai macam kondisi persaingan.

Tumbuhnya persaingan menyebabkan kegiatan pemasaran sangat berperan dalam meningkatkan penjualan karena pemasaran merupakan tali penghubung antara produsen dan konsumen, sehingga dengan adanya sistem pemasaran akan menimbulkan suatu hubungan dimana konsumen akan membutuhkan barang dan produsen akan menghasilkan barang yang dibutuhkan konsumen.

Saluran distribusi merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen, termasuk didalam adalah transportasi dan pergudangan. Sikap seorang produsen dalam suatu perusahaan terhadap hasil produksinya tidak hanya terbatas dalam melepaskan barang dari gudangnya, melainkan harus memperhatikan sejak dari Gudang hingga ke konsumen akhir. Perusahaan harus pandai-pandai melihat peluang yang ada untuk mendistribusikan produknya, tidak hanya pasar lokal atau nasional tetapi juga internasional.

Mendistribusikan dan memasarkan produk secara merata merupakan bagian dalam meningkatkan suatu laba, peningkatan suatu laba tentunya mempunyai kurun waktu yang cukup lama. Saluran distribusi yang baik akan berpengaruh pada minat pelanggan, jika pelanggan merasa puas atas pelayanan dan persediaan barang yang mereka butuhkan ada, maka akan menambah omset bagi perusahaan. Agar omset itu terus meningkat perlunya penerapan strategi yang dilakukan dan strategi itu harus berjalan dengan efisien dan efektif dalam penyaluran distribusi yang baik pula karena akan berpengaruh cepat terhadap penjualan suatu perusahaan. Dan barang tersebut harus sampai ke tangan konsumen dengan keadaan baik.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Pengambilan data yang dilakukan adalah dengan menggunakan

teknik wawancara yang bersifat Indepth interview, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Sekawan Apotik Banjarmasin dalam mendistribusikan produk-produknya adalah dengan mendistribusikan produk ke berbagai pasar yaitu pasar produsen, pasar pemerintah, dan pasar penjual. Pasar produsen yang dimaksud ini adalah apotik atau klinik, setelah membeli produk kemudian mereka olah kembali sesuai dengan resep dokter yang baik di konsumsi oleh masyarakat yang membutuhkannya, kemudian di jual kembali ke konsumen akhir, transaksi yang dilakukan perusahaan hanya sampai kepada pelanggan seperti ke rumah sakit pemerintah, dinas kesehatan, apotik, rumah sakit swasta, apotik – apotik, klinik. Dan jumlahnya itu sampai dengan ribuan lebih.

Masalah yang sering terjadi dalam saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Sekawan Apotik Banjarmasin adalah Seperti terlambatnya pengiriman barang ke pelanggan, karena lamanya proses administrasi dari perusahaan sehingga menyebabkan pelanggan lari ke distributor lainnya atau kalah saing dengan perusahaan lain, kemudian sering kehabisan stok barang juga disebabkan karena barang pesanan dari principal belum masuk ke gudang sehingga pelanggan sering menunggu lama.

Penyebab masalah yang sering terjadi dalam saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Sekawan Apotik 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. Apabila pengiriman barang tersebut tidak disegerakan/dikirim maka pihak perusahaan akan terkena denda yang telah di sepakati.

Upaya PT. Sekawan Apotik Banjarmasin dalam mengatasi masalah dalam saluran distribusi yang digunakan Seperti membawa barang yang dibawa oleh *sales* untuk diberikan ke pelanggan langsung dan biasanya PT. Sekawan Apotik Banjarmasin setiap pagi melakukan *briefing* sebelum melakukan pekerjaan masing-masing, disitu semua masalah yang ada di kantor baik dibidang apapun akan dipertanggung jawabkan dan diberitahu apa masalahnya, setelah itu akan dicari jalan keluarnya contohnya dibidang distribusi berarti dibagian gudang akan ditanya ada tidak faktur yang masih belum di antar dalam pengantaran barang.

Saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Sekawan Apotik Banjarmasin adalah dimana PT. Sekawan Apotik Banjarmasin sebagai agen yang dipercaya dan bekerjasama dengan berbagai principal untuk mendistribusikan produk yang di produksinya ke berbagai daerah-daerah tertentu seperti dinas kesehatan, rumah sakit, apotik, toko obat, grosir, dan lain-lain.”

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

- 1) Strategi horizontal adalah peningkatan jumlah pelanggan atau perusahaan

mempunyai target dalam penambahan pelanggan.

- 2) strategi vertikal adalah penambahan stok pada outlet pelanggan seperti menawarkan produk jenis lain.

Pengaruh strategi penjualan yang utama adalah omset. Jika omsetnya tinggi maka akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan dan grad perusahaan juga akan meningkat, tetapi jika omset rendah maka sebaliknya grad perusahaan akan menurun.”

PENUTUP

1. Saluran distribusi pada PT. Sekawan Apotik Banjarmasin dapat dilihat dari sisi market *coverage*, *cost*, dan *control* belum optimal dalam meningkatkan hasil penjualan. Dari sisi market *coverage* jenis produk perusahaan yang dijual mengalami penurunan, dikarenakan sebagian grup produk yang tidak dijual lagi di tahun 2018 dan 2019 dikarenakan rendahnya *demand* (permintaan) konsumen sehingga tidak memesan produk lagi dan PT. Sekawan Apotik Banjarmasin tidak lagi bekerjasama dengan berbagai principal lainnya. Dari sisi *cost*, perlunya team operasional dalam penyaluran produk ke pelanggan agar pelanggan tidak lari ke perusahaan pesaing, dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam menyelesaikan proses administrasi setelah surat masuk ke perusahaan. Dari sisi *control*, kurangnya melakukan evaluasi terhadap pendistribusian barang yang

dilakukan oleh team operasional dalam pencapaian target perusahaan.

2. Jenis saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Sekawan Apotik 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..

DAFTAR PUSTAKA

-, **Kamus Besar Bahasa Indonesia**, [Online], Tersedia di <http://bahasa.kemdiknas.go.id/kkbi/index.php>.
Diakses 11 November 2017
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Aravik, Havis. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer*, Depok: Kencana, 2017.
- Ardiyanta, Oky. *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Salama Nusantara*, 2013.
- Arif, Muhammad. *Supply Chain Management*, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Fakultas Ekonomi, 2021, 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*.

- Muh. Fitrah and Luthfiyah (ed.). *Metodologi Penelitian*, CV Jejak, 2017.
- achman, Gun Gunawan (ed.). *Pengaruh Biaya Distribusi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan*, 2010.
- Sattar. *Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017.
- Siboro, Benny. *Analisis Strategi Saluran Distribusi Minyak Pelumas Enduro pada PT. Arjuna Lumas Dwiguna Pekan Baru*, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: ALVABETA CV, 2016.