

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT JIWASRAYA BANJARMASIN

Noor Hasanah, Lamsah, Farida Yulianti

Manajemen 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NPM16310392
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NIDN1125126201
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin, NIDN1106066401

E-mail: noorhasanah.nanas@gmail.com /No. HP : 085332530002

ABSTRAK

PT. Jiwasraya Banjarmasin : adalah salah satu usaha dagang yang bergerak di bidang penjualan bahan sembako di Banjarmasin.

Metode penelitian yang digunakan adalah Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah Metode Deskriptif Kualitatif, Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2009:21) adalah “metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas”.

Hasil dari penelitian ini adalah Kegiatan saluran distribusi yang digunakan adalah sistem order, dimana aktivitas produksi dilakukan sesuai pesanan/ push production. Dan Dalam pelaksanaan saluran distribusi tidak selamanya mengalami kelancaran, suatu ketika akan menemukan hambatan-hambatan terhadap aktivitas saluran distribusi seperti, persaingan pasar, keterlambatan pembayaran piutang, keterlambatan mendatangkan barang produk

Hendaknya Untuk mempertahankan posisi, 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: Saluran, Distribusi

ABSTRACT

PT. Jiwasraya Banjarmasin: is one of the trading businesses engaged in the sale of groceries in Banjarmasin.

The research method used is In this study the method used is a Qualitative Descriptive Method, the definition of descriptive method according to Sugiyono (2009: 21) is "the method used to describe or analyze a research result but is not used to make broader conclusions".

The results of this study are the distribution channel activity used is the order system, where production activities are carried out according to the order / push production. And in the implementation of distribution channels do not always run smoothly, one day will find obstacles to the activities of distribution channels such as, market competition, late payment of receivables, delays in bringing products

In order to maintain its position, the Company must be even better at building relationships with channel members or subscribers, especially potential channel members, namely by providing attractive promotions, giving bonuses to customers.

Keywords: Channels, Distribution

PENDAHULUAN

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang perekonomian, selalu berusaha untuk meningkatkan keuntungannya, baik melalui peningkatan produksi, perluasan pemasaran ataupun efisiensi dalam pengelolaan manajemen termasuk dalam hal saluran distribusi. Umumnya setiap perusahaan dapat berhasil menjual produk barang dan jasanya apabila perusahaan yang bersangkutan dapat melakukan kegiatan yang berhubungan dengan pemenuhan dan keinginan konsumen yang diikuti oleh penawaran barang dan jasa melalui kegiatan pemasaran.

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. Ini 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 dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen. Sudah pasti masalah tersebut akan merugikan perusahaan.

METODE

Penelitian ini dilakukan menggunakan teknik sebagai berikut

1. Jenis penelitian
 - (1) Lokasi penelitian
 - (2) Unit penelitian

2. Teknik Penggalian Data
 - (1) Observasi
 - (2) Wawancara
 - (3) Kepustakaan

3. Analisa Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

perusahaan PT. Jiwasraya Banjarmasin tidak memiliki cabang atau agen penyalur, baik di dalam kota Banjarmasin maupun diluar daerah. Sehingga perusahaan PT. Jiwasraya ini dalam melakukan produksinya hanya berdasarkan pesanan dari wholesaler yang menjadi penyalur utama produknya, keadaan yang demikian menyebabkan produksi di perusahaan PT. Jiwasraya Banjarmasin ini tidak teratur, sering ditemui dalam satu bulan hanya tiga minggu kerja, kemudian bisa sampai lembur jika pesanan banyak karena terdapat kekosongan produk pada *wholesaler*. Keadaan kosongnya produk ini berakibat konsumen akan berpindah keproduk barang lain dari perusahaan lain yang produknya sama dan dengan kualitas yang sama pula.

PENUTUP

Kegiatan saluran distribusi yang digunakan adalah sistem order, dimana aktivitas produksi dilakukan sesuai pesanan/ push production.

Dalam pelaksanaan saluran distribusi tidak selamanya mengalami kelancaran, suatu ketika akan menemukan hambatan-hambatan terhadap aktivitas saluran distribusi seperti, persaingan pasar, keterlambatan pembayaran piutang, keterlambatan mendatangkan barang produk.

SARAN-SARAN

- 1) 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.
- 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. Jiwasraya Banjarmasin lebih meningkatkan lagi komunikasi dengan pelanggannya agar perusahaan dapat mengetahui tetap setia.

DAFTAR PUSTAKA

....., 2000, Pedoman Penulisan dan Bimbingan Skripsi, Penerbit Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.

Basu Swastha DH. 1996, *Azas-Azas Marketing*. Penerbit Liberty,

Yogyakarta

Murti Sumarni dan John Soeprihanto, 1995, *Pengantar Bisnis*, penerbit Liberty, Yogyakarta

Filippo, 1995. *Manajemen Personalia*. Jilid I, Jakarta : Erlangga.

Handoko, T. Hani, 2000. *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Yogyakarta : BPFE UGM.

Malayu, S.P. Hasibuan, 1984. *Pengertian dan Masalah*, Jakarta : CV Haji Mas Agung.

Malayu, S.P Hasibuan, 2006. *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Jakarta : Bumi Aksara.

Manullang, 1976. *Dasar-dasar Manajemen*, Jakarta : Ghalia.

Payaman, J. Simanjuntak, 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Jakarta : Erlangga.

Sadili, Samsudin, 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung : Pustakan Setia.

W.J.S. Poewadarminta, 1984, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pusat Penerbitan dan Pengembangan Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.