

**PELAKSANAAN SISTEM DISTRIBUSI PAKAIAN JADI PADA
PERUSAHAAN KONVEKSI PULAU TELADAN**



TUGAS AKHIR

**Disusun Guna Memenuhi Sebagian
Persyaratan Memperoleh Derajat Ahli Madya
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran**

Disusun Oleh :

SUCI AMINAH

NIM : F.3202533

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2005**

ABSTRAK

PELAKSANAAN SISTEM DISTRIBUSI PAKAIN JADI PADA PERUSAHAAN KONVEKSI PULAU TELADAN

SUCI AMINAH

F.3202533

Perusahaan Pulau Teladan berlokasi di daerah Sondakan Laweyan yang mengolah bahan baku (kain) menjadi barang jadi (pakaian). Dengan metode pengiriman produk agar sampai ke konsumen dengan menggunakan sistem distribusi. Penerapan distribusi merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk diperhatikan guna mendukung kelancaran dan mengurangi hambatan dalam pendistribusian pakain jadi kepada konsumen. Tujuan perusahaan didirikan secara umum untuk mendapatkan laba yang optimal, hal ini dapat terwujud dengan ketepatan dan kelancaran waktu pengiriman, tempat pemesanan, kuantitas dan kualitas yang sesuai diharapkan oleh konsumen.

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis mengkhususkan pembahasan pada penerapan sistem distribusi pakain jadi pada perusahaan pulau teladan tujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem distribusi langsung dan tidak langsung dengan pembahasan data yang digunakan oleh penulis adalah metode analisis diskriptif kualitatif sedangkan teknik pengumpulan data dengan wawancara baik untuk memperoleh data primer maupun data sekunder.

Dari penulis tugas akhir ini, penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa penerapan sistem distribusi pakain jadi pada perusahaan Pulau Teladan sudah cukup baik dilihat dari sistem distribusi langsung dan sistem distribusi tidak langsung. Tetapi dalam penulisan ini, penulis mengemukakan kekurangan yang ada pada perusahaan yaitu kurang optimalnya fungsi kantor pemasaran.

Dari kesimpulan diatas, penulis memberikan saran kepada perusahaan Pulau Teladan. Saran yang diberikan oleh penulis antara lain:

1. Memperluas sistem distribusi yang lebih luas dengan menambah kantor pemasaran dan menjalin kerjasama dengan pedagang besar dan pedagang kecil yang sekaligus sebagai media promosi produk perusahaan kepada konsumen.
2. Pelayanan purna jual yang memuaskan konsumen agar menjadi pelanggan tetap seperti jaminan kualitas dan penerimaan pengembalian produk yang rusak.
3. Tetap mempertahankan distribusi langsung meskipun volume penjualan rendah, karena perusahaan ingin memaksimalkan laba.

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan Judul

PELAKSANAAN SISTEM DISTRIBUSI PAKAIAN JADI PADA PERUSAHAAN KONVEKSI PULAUTELADAN

Surakarta, Agustus 2005

Telah disetujui dan diterima baik oleh dosen pembimbing

AHMAD IKHWAN SETIAWAN, SE.MT
NIP : 132 282 732

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir dengan judul “Pelaksanaan Sistem Distribusi Pakaian Jadi Pada Perusahaan Konveksi Pulau teladan”, Telah diterima dengan baik oleh Tim Penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, 10 Agustus 2005

Tim Penguji Tugas akhir :

1. Drs. Wiyono, MM. (.....)
NIP : 131 472 199

2. Ahmad Ikhwan Setiawan, SE, MT. (.....)
NIP : 132 282 732

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- ❖ *Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmatku), maka sesungguhnya azabku lebih pedih.*

(Q. S Ibrahim : 7)

- ❖ *Allah SWT senantiasa akan menolong kepada hambanya, apabila hambanya itu senantiasa juga suka menolong kepada saudaranya atau temannya.*

(H.R. Muslim)

Karya kecil ini, penulis persembahkan
Kepada yang berharga dalam hidupku.

1. Ibu dan Bapak Tercinta.
2. Kakak dan adikku tersayang.
3. Sahabat-sahabat terbaikku.
4. Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahamat dan hidayah - Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul : “ PELAKSANAAN SISTEM DISTRIBUSI PAKAIAN JADI PADA PERUSAHAAN KONVEKSI PULAU TELADAN “

Adapun maksud penulisan Tugas Akhir ini, untuk melengkapi tugas dan memenuhi persyaratan ujian guna memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Industri pada Fakultas Ekonomi Universitas sebelas Maret Surakarta.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Maka dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih pada :

1. Dra. Salamah Wahyuni, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Drs. Djoko Purwanto, MBA, selaku Ketua Program D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Akhmad Ikhwan Setiawan, SE, MT, selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
4. Bapak Darmanto selaku pimpinan perusahaan Pulau Teladan.
5. Ibu dan Ayah tercinta yang dengan tulus telah merawat dan membimbing serta memberi kasih sayang yang tak terhingga.
6. Buat AGUNG yang telah memberikan semangat dan support.

7. Buat teman-teman bimbingan Pak Ihwan (ARIEF, TENDRA, ASRIE, LILIK, RETNO, NURY) yang tak pernah menyerah dalam berjuang bersama.
8. Semua pihak yang telah membantu pembuatan Tugas Akhir ini hingga dapat selesai disusun.

Semoga Allah SWT menerima serta memberikan balasan atas segala amal kebajikan yang telah Bapak, Ibu dan Rekan – rekan berikan kepada penulis. Amin.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih sangat jauh dari sempurna, oleh karenanya kritik dan saran yang bersifat membangun penulis nantikan dan teima dengan senang hati. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan pada penulis pada khususnya.

Wassalamualaikum.Wr. Wb.

Surakarta, Juli 2005

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Metode Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN...	
A. Tinjauan Pustaka	6
B. Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS PEMBAHASANA...	
A. Gambaran Umum Perusahaan	18
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	18
2. Struktur Organisasi.....	19
3. Kegiatan Produksi.....	22

4.	Personalia.....	25
5.	Daerah Pemasaran.....	27
C.	Analisis Pembahasan.....	28
1.	Penentuan Produk.....	28
2.	Penentuan Konsumen.....	29
3.	Sistem Distribusi.....	30
BAB IV	PENUTUP.....	38
A.	Kesimpulan.....	38
B.	Saran-Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Volume Penjualan.....	26
Tabel III.2 Jam Kerja Karyawan.....	27
Tabel III.3 Volume Penjualan Distribusi Langsung Tahun 2000-2004...	32
Tabel III.4 Volume Penjualan Distribusi Tidak Langsung Tahun 2000-2004	34
Tabel III.5 Jumlah Agen Perusahaan Pulau Teladan.....	35
Tabel III.6 Volume Penjualan dan Prosentase Tingkat Penjualan tahun 2000-2004.....	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar III.1 Struktur Organisasi.....	20
Gambara III.2 Urutan Proses Produksi.....	23

BABI

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Pada umumnya suatu perusahaan didirikan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Adanya keuntungan tersebut membuat perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, mampu memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara menyeluruh. Di samping berusaha mendapatkan keuntungan, perusahaan juga bertujuan menguasai pasar yang lebih besar dalam jangka panjang dengan maksud untuk menjaga kelangsungan hidupnya.

Perkembangan dunia usaha dewasa ini menentukan kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan lainnya, salah satunya adalah persaingan dalam memberikan kepuasan kepada konsumen ditinjau dari segi saluran distribusi dari suatu perusahaan ke pasar. Permasalahan saluran distribusi merupakan masalah penting yang harus dihadapi perusahaan, karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi berakibat memperlambat usaha penyaluran hasil produksi dari produsen ke konsumen.

Salah satu perusahaan yang berusaha bersaing dengan perusahaan lainnya adalah perusahaan konfeksi pulau Teladan. Usaha perusahaan konfeksi ini diantaranya adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dan memiliki corak motif yang berbeda-beda. Perusahaan ini membuat pakaian jadi yang berupa kemeja, kaos, daster, celana. Disamping itu perusahaan konfeksi Pulau Teladan juga menerima pesanan yang berada di luar Jawa.

Dalam menjalankan bisnisnya, kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor penting sebagai penghubung antara produsen ke konsumen.

Pada dasarnya kegiatan distribusi merupakan bagian dari kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (William J Stanton dalam Basu Swastha, 1996 : 10).

Untuk mencapai tujuan dan sasaran yang diharapkan, maka perusahaan perlu merencanakan sistem distribusinya. Dalam sistem distribusi produsen sering menggunakan perantara sebagai penyalurnya. Penggunaan perantara disebabkan karena perantara dapat menghasilkan penjualan lebih banyak dengan pasar sasaran yang lebih luas. Hal yang perlu diperhatikan dalam sistem distribusi itu sendiri diantara pihak-pihak yang terkait dalam kegiatan distribusi baik secara langsung atau tidak langsung.

Berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tersebut serta untuk mengetahui lebih dalam mengenal hal-hal yang berkaitan dengan sistem distribusi, dengan ini disajikan deskripsi dengan judul “PELAKSANAAN SISTEM DISTRIBUSI PAKAIAN JADI PADA PERUSAHAAN KONFEKSI PULAU TELADAN’

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan judul yang diajukan di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

“Bagaimana penerapan sistem distribusi langsung dan tidak langsung yang digunakan pada perusahaan konfeksi Pulau Teladan?”

C. TUJUAN

Dari perumusan masalah di atas, penulis menemukan bahwa tujuan penelitian ini yaitu :

“Untuk mengetahui penerapan system distribusi langsung dan tidak langsung pakaian jadi pada perusahaan konfeksi Pulau Teladan.”

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan penulis dan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mencapai derajat sarjana ahli madya.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan bagi perusahaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan distribusi.

3. Bagi Pembaca

Merupakan tambahan referensi bacaan dan informasi.

E. METODE PENELITIAN

1. Ruang Lingkup Penelitian

Di dalam penyusunan tugas akhir ini, penelitian dilaksanakan di perusahaan konfeksi Pulau Teladan.

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Merupakan keterangan atau faktor yang diperoleh langsung dari proyek penelitian dengan melakukan wawancara ke tempat penelitian.

Data tersebut tentang bagaimana kegiatan distribusi pakaian jadi pada perusahaan konfeksi pulau Teladan.

b. Sumber data sekunder

Data yang diperoleh secara langsung, biasanya diambil dari buku catatan dan dokumen perusahaan. Data tersebut antara lain gambaran umum perusahaan struktur organisasi.

3. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab secara lisan datang langsung.

b. Observasi

Melaksanakan pengamatan langsung yaitu dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian.

c. Study Pustaka

Metode pengumpulan data dengan membaca buku-buku dari perpustakaan atau sumberlainnya.

4. Metode Analisis Data

Untuk mengolah data yang diperoleh, digunakan analisa deskriptif kualitatif yaitu dengan cara memaparkan data yang diperoleh disertai dengan interpretasi berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana mestinya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Pemasaran

Mendefinisikan konsep pemasaran sebagai berikut : “Sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan”

(Swastha, 1996 : 17)

Adapun faktor penting yang dipakai sebagai dasar dalam konsep pemasaran, di bagi dalam 3 hal yaitu :

- a. Orientasi konsumen
- b. Koordinasi dan integrasi dalam perusahaan
- c. Mendapatkan laba melalui pemuasan konsumen

2. Pengertian Produk

Pengertian produk di sini dapat didefinisikan sebagai berikut: “Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. (Kotler dan Armstrong, 1997: 274).

3. Pengertian Sistem

Menurut *Webster's New Collegiate Dictionary* mendefinisikan sistem sebagai “Sekelompok Item (butir) yang saling berhubungan dan saling berkaitan secara tetap dalam membentuk satu kesatuan terpadu”.

(J. Stanton, 1994:26)

4. Pengertian Prosedur

Pengertian prosedur disini dapat didefinisikan sebagai berikut :

“Suatu urutan kegiatan (klerikal) biasanya melibatkan satu departemen/lebih yang dibuat untuk menjamin penanganan secara seragam pada transaksi yang berulang-ulang” (Mulyadi, 1997;6)

Melihat begitu pentingnya prosedur, maka suatu perusahaan dituntut untuk menentukan prosedur guna menjalankan kegiatan perusahaan. Prosedur merupakan suatu sistematis maka dalam menjalankannya harus sesuai agar tidak benturan kepentingan antar departemen yang satu dengan departemen yang lain.

5. Pengertian Saluran Distribusi

Menurut C Glen Watters, definisi saluran dalam arti luas yaitu sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. (Swastha dan Irawan, 1990:286)

Dalam pengertian manajemen saluran oleh C. Glen Watters adalah pengembangan strategi searah didasarkan pada berbagai keputusan yang berkaitan untuk memindahkan barang-barang secara fisik maupun non fisik guna mencapai tujuan perusahaan dan berada dalam kondisi lingkungan tertentu. (Swastha dan Irawan, 1990:286)

Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi adalah

a. Produsen → Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara.

b. Produsen → Pengecer → Konsumen

Disebut juga saluran distribusi langsung, di sini pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada produsen.

c. Produsen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, saluran distribusi semacam ini sering disebut saluran distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar saja, tidak menjual kepada pengecer.

d. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

Produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

e. Produsen → Agen → Pedagang besar → Pengecer → Konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya ke toko-toko kecil

Ada 4 macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri :

a. Produsen → Pemakai industri

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek, dan disebut saluran distribusi langsung. Biasanya saluran distribusi langsung ini dipakai oleh produsen bila mana transaksi penjualan kepada pemakai industri relatif besar.

- b. Produsen → Distributor industri → Pemakai industri

Barang-barang jenis pelengkapan operasi dan accessory equipment kecil dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya

- c. Produsen → Agen → Pemakai industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru.

- d. Produsen → Agen → Distributor industri → Pemakai industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi

a. Pertimbangan pasar

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran.

Yang termasuk dalam pertimbangan pasar

1) Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen akhir dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

2) Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relatif kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

3) Konsentrasi geografis

Jika pasar sasaran terkonsentrasi di satu wilayah tertentu atau lebih penjual langsung melalui seorang tenaga penjualan.

4) Jumlah pesanan

Volume penjualan perusahaan dapat mempengaruhi saluran distribusi yang dipakai. Jika volume yang dibeli oleh pemakai industri adalah kecil, maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

b. Pertimbangan barang

Yang termasuk dalam pertimbangan barang adalah:

1) Nilai unit

Biasanya, apabila nilai unit daripada produk makin rendah, maka saluran distribusinya juga makin panjang. Sedangkan apabila nilai unitnya relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.

2) Besar dan berat barang.

Apabila ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya sehingga terdapat beban yang berat bagi perusahaan, maka sebagian beban tersebut dapat dialihkan kepada perantara.

3) Mudah rusaknya barang

Apabila produk yang dijual mudah rusak, maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara dalam saluran distribusinya.

4) Sifat teknis

Dalam hal ini produsen atau penyedia harus mempunyai penjual yang dapat menerangkan masalah teknis penggunaan dan pemeliharaan, serta memberikan servis baik sebelum maupun sesudah penjualan.

5) Barang standar dan pesanan

Jika barang yang dijual berupa barang standar maka perlu diadakan persediaan pada penyalur. Demikian, sebaliknya kalau barang yang dijual berdasarkan pesanan maka penyalur tidak perlu mengadakan persediaan.

6) Luasnya product line

Jika produsen membuat satu macam barang, maka dapat menggunakan pedagang besar sebagai saluran distribusinya.

c. Pertimbangan perusahaan

Dari segi perusahaan beberapa factor yang perlu dipertimbangkan antara lain:

1) Sumber pembelanjaan

Penggunaan saluran distribusi langsung atau pendek biasanya memerlukan jumlah dana yang lebih besar. Oleh karena itu, saluran distribusi pendek ini kebanyakan hanya dilakukan oleh perusahaan yang kuat di bidang keuangannya.

2) Pengalaman dan kemampuan manager

Biasanya, perusahaan yang menjaul produk baru atau ingin memasuki pasar baru, lebih suka menggunakan perantara agar memperoleh pengalaman di bidang baru tersebut. Jadi, keputusan

mengenai saluran distribusi dipengaruhi oleh pengalaman dan kemampuan manager.

3) Pengawasan saluran

Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bila mana saluran distribusinya pendek. Jadi, perusahaan yang ingin mengawasi penyaluran barangnya cenderung memilih saluran yang pendek walaupun ongkosnya yang tinggi.

4) Pelayanan yang diberikan prnjual

Perusahan ingin memberi pelayanan yang lebih baik.

d. Pertimbangan perantara

Dari segi perantara beberapa factor yang perlu dipertimbangkan antara lain:

1) Pelayanan yang diberikan perantara

Jika perantara itu memberikan pelayanan yang baik, misalnya dengan menyediakan fasilitas penyimpanan, maka produsen akan bersedia menggungkannya sebagai penyalur.

2) Kegunaan perantara

Perantara digunakan sebagai penyalur apabila ia dapat membawa produknya produsen dalam persaingan dan bersedia menjualkan lebih banyak macam produk perusahaan.

3) Sikap perantara terhadap kebijakan prudusen

Kalau perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen, misalnya turunnya harga, atau resiko yang lainnya, maka prodsen dapat memilihnya sebagai penyalurnya.

4) Volume penjualan

Dalam hal ini, produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan produknya dan volume yang besar untuk jangka waktu lama.

5) Biaya

Apabila penggunaan perantara dapat meringankan biaya penyaluran, maka hal ini dapat dilaksanakan terus.

7. Distribusi Fisik

Pengertian distribusi fisik dapat didefinisikan sebagai berikut :
 “Luasnya kegiatan pemindahan suatu barang ke tempat tertentu pada saat tertentu. (Swastha, 1996 : 220)

Kegiatan-kegiatan yang ada dalam distribusi fisik dapat dibagi ke dalam 5 macam, yaitu :

- a. Penentuan lokasi persediaan dan sistem penyimpanannya.
- b. Penentuan sistem penanganan barang.
- c. Penggunaan sistem pengawasan persediaan.
- d. Penetapan prosedur untuk memproses pesanan.
- e. Pemilihan metode pengangkutan.

8. Keuntungan Menggunakan Perantara

Dapat disebutkan disini bahwa penggunaan perantara mempunyai beberapa keuntungan, yaitu :

- a. Mengurangi tugas produsen dalam kegiatan distribusi untuk mencapai konsumen.
- b. Kegiatan distribusi cukup baik bilamana perantara sudah mempunyai pengalaman.

- c. Perantara dapat membantu di bidang pengangkutan dengan menyediakan alat-alat transportasi sehingga meringankan beban produsen maupun konsumen untuk mencarinya.

9. Strategi distribusi

Yaitu masalah penentuan cara dalam mana mencoba untuk menjual produk-produknya ke pasar, apakah akan menggunakan penyalur langsung, tidak langsung ataupun penyalur keduanya.

10. Pengertian distribusi.

Secara sederhana distribusi dapat diartikan sebagai penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen. Distribusi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang turut membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dengan distribusi, suatu perusahaan akan dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Maka pengertian distribusi yaitu struktur perdagangan eceran dan perdagangan besar yang mana saluran-saluran tersebut digunakan untuk menyampaikan barang kepasar (Swastha, 1996 : 9).

Distribusi sendiri ada 2 jenis, yaitu :

a. Distribusi langsung

Pada distribusi langsung produsen menjual secara langsung produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara.

b. Distribusi tidak langsung.

Perusahaan bisa menggunakan salah satu atau kedua jenis perantara untuk menjual produknya kekonsumen.

Apabila penggunaan perantara dapat meringankan biaya penyaluran, maka hal ini dapat dilaksanakan terus.

Terdapat dua fakta yang nampaknya saling bertentangan (Rewoldt, Scoot, Warshaw, 1987 : 13) :

- a. Saluran tak langsung cenderung lebih rendah biayanya (sebagai presentase dari penjualan) dibandingkan dengan saluran langsung. Ini tentu saja karena penurunan jumlah transaksi yang dibutuhkan pada pemakaian perantara pasar.
- b. kendatipun fakta bahwa saluran langsung itu cenderung lebih mahal, namun ia masih banyak dipakai dalam distribusi barang-barang. Keadaan ini jelas menimbulkan pertanyaan : Mengapa manufaktur memilih saluran yang mahal, padahal ada saluran yang lebih murah.

11. Intensitas distribusi pada setiap tingkatan saluran.

Ada tiga alternatif yang dapat ditempuh produsen dalam menentukan jumlah perantara pada setiap saluran distribusi yang ada (Sudarmo Indriyo, 1994 : 254) :

a. Distribusi Intensif

Digunakan untuk produsen yang menghasilkan barang konvenien, karena produsen mempunyai banyak penyalur terutama pengecer untuk mencapai konsumen. Pada barang industri, misalnya minyak pelumas.

b. Distribusi selektif

Digunakan untuk produsen yang menghasilkan barang shopping, produsen hanya mempunyai beberapa penyalur untuk menyalurkan produknya.

c. Distribusi Eksklusif

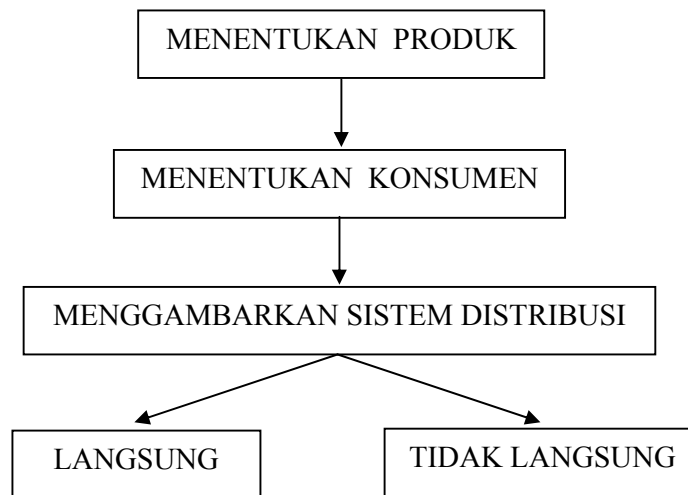
Digunakan untuk produsen yang menghasilkan barang spesial, misalnya mobil, motor, AC; pada barang-barang industri misalnya alat-alat kontraksi bangunan.

12. Transportasi

Distribusi erat kaitannya dengan transportasi, karena transportasi merupakan fungsi marketing disamping fungsi-fungsi lainnya. Transportasi dapat didefinisikan sebagai sarana memindahkan barang secara fisik dari suatu tempat ke tempat lain.

13. Penelitian Terdahulu

Penulisan dan pembahasan laporan ini mengacu kepada dua penelitian terdahulu dengan judul “Sistem dan Prosedur Barang Jadi” yang disusun oleh (pardiman, 2003) dan “Saluran Distribusi Es Balok” yang disusun oleh (Heny Sanjaya, 2004) dengan rumusan masalah dan pembahasan yang sama dengan dua penelitian terdahulu, yaitu pelaksanaan saluran distribusi langsung dan pelaksanaan distribusi tidak langsung tetapi dengan objek yang berbeda, peneliti melakukan penelitian pada perusahaan “Pulau Teladan”.

B. KERANGKA PEMIKIRAN**Keterangan :**

Perusahaan “Pulau Teladan” adalah perusahaan yang bergerak di bidang konfeksi. Penelitian di perusahaan “Pulau Teladan” ini menitik beratkan pada produk pakaian jadi. Pasar sasaran yang dituju pada perusahaan “Pulau Teladan” adalah segmen pasar yaitu konsumen menengah dan menengah kebawah. Peneliti ini akan menggambarkan sistem distribusi yang digunakan oleh perusahaan “Pulau Teladan”, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung yaitu konsumen langsung datang sendiri ke perusahaan dan saluran distribusi tidak langsung yaitu perusahaan menggunakan perantara untuk menyalurkan produknya.

BAB III
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN
ANALISIS PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Perusahaan konveksi pulau teladan merupakan bentuk perusahaan yang didirikan oleh Bapak Darmanto pada tahun 1984 yang beralamat Sondakan Rt 02 Rw 04 Laweyan. Usaha konveksi ini berdiri dengan berbagai peralatan dan tempat yang kurang memadai baik itu modal yang kecil, peralatan mesin jahit dan obras yang sudah tua, bangunan yang sempit dan ruangan yang tidak tertata dengan rapi. Sehingga hasil produksinya masih sederhana, begitu pula macam produknya.

Pada awalnya perusahaan ini hanya untuk memenuhi permintaan konsumen yang berada di sekitar Solo saja, khususnya pasar Klewer. Sehingga hasil penjualannya belum mengalami peningkatan yang berarti, hal ini disebabkan karena proses produksinya yang masih sederhana. Tetapi berkat usahanya yang gigih dan sungguh-sungguh dari Bapak Darmanto, maka perusahaan ini akhirnya mampu meningkatkan peralatan produksinya dari alat sederhana menjadi mesin, antara lain menggunakan mesin jahit berdinamo, mesin tik dan mesin obras.

Setelah perusahaan memiliki alat tersebut, produksinya mengalami peningkatan sehingga mampu memenuhi permintaan konsumen dengan

berbagai macam produk. Perkembangan usaha perusahaan Pulau Teladan mulai membaik dan stabil, jumlah tenaga kerjanya bertambah untuk memenuhi target produk. Perusahaan Pulau Teladan telah memproduksi pakaian jadi diantaranya adalah kemeja, kaos, baju santai dan celana.

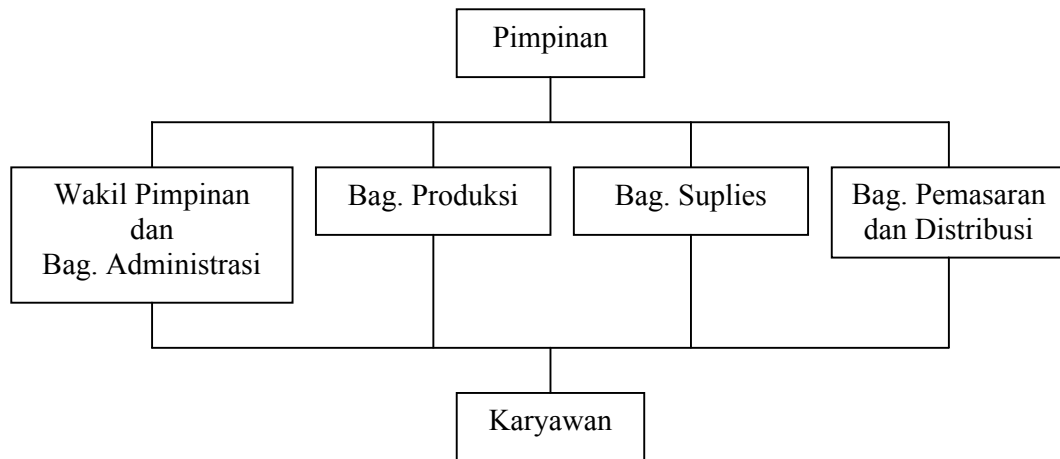
2. Struktur Organisasi

Organisasi perusahaan merupakan salah satu alat yang paling penting didalam manajemen perusahaan, maka perlu disusun suatu struktur organisasi yang menjelaskan sistem hubungan antar bidang kepemimpinan yang ada didalam organisasi.

Struktur organisasi perusahaan digunakan sebagai acuan didalam pembagian tugas dan tanggung jawab, sehingga pemberian tugas dan tanggung jawab dapat dilakukan dengan lebih mudah dan teratur. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi tumpang tindih tugas dan tanggung jawab didalam perusahaan, juga agar dapat meningkatkan efisiensi serta aktifitas perusahaan.

Adapun struktur organisasi perusahaan konfeksi “Pulau Teladan” dapat digambarkan di bawah ini

Gambar III.1 Struktur Organisasi Perusahaan “Pulau Teladan”



Sumber : Perusahaan “Pulau Teladan”

Dari bagian struktur organisasi perusahaan “Pulau Teladan” diatas terdapat tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian:

a. Tugas dan tanggung jawab pimpinan

- 1) Didalam kegiatan sehari-hari pimpinan perusahaan harus pemimpin perusahaan agar usahanya dapat berjalan dengan lancar.
- 2) Menentukan perencanaan dan kebijakan yang diambil.
- 3) bertanggung jawab penuh atas jalannya perusahaan.
- 4) Memberikan pengarahan dan perkembangan pekerjaan yang dilaksanakan oleh bawahannya.

b. Tugas dan tanggung jawab wakil pimpinan dan bag. Administrasi.

- 1) Membantu pimpinan perusahaan untuk megurusi masalah pekerjaan terhadap karyawan.
- 2) Menganalisa segala bentuk laporan akuntansi dan keuangan serta memberikan gaji kepada karyawan.

- c. Tugas dan tanggung jawab bag. Produksi
 - 1) Berdasarkan penjualan yang diperkirakan, menyusun perencanaan produk yang dihasilkan.
 - 2) Bertanggung jawab penuh dalam kelancaran proses produksi.
 - 3) Mengawasi kinerja tenaga kerja supaya bekerja dengan baik.
- d. Tugas dan tanggung jawab bag. Suplies
 - 1) Bertugas sebagai sales atau distributor yang membantu memenuhi kebutuhan barang yang dibutuhkan oleh perusahaan.
 - 2) Bertanggung jawab penuh kepada pimpinan perusahaan Pulau Teladan.
- e. Tugas dan tanggung jawab bag. Pemasaran dan distribusi
 - 1) Memberikan penjelasan kepada konsumen, baik pembelian secara tunai atau kredit.
 - 2) Mencatat hasil penjualan produk baik secara harian, bulanan, maupun tahunan.
 - 3) Mencari konsumen baru serta melayani pembelian bagi pembeli.
 - 4) Mengirimkan barang kepada kantor pemasaran, pemesan, atau pembeli.
- f. Tugas dan tanggung jawab karyawan

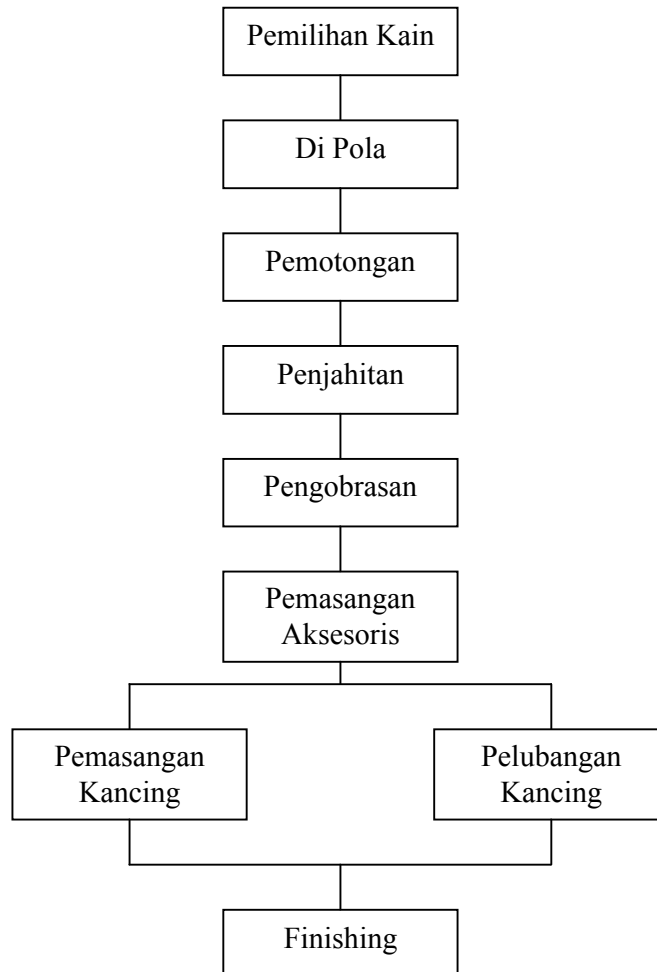
Karyawan mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam menjalankan proses produksi, baik dari bahan mentah sampai barang jadi. Dan karyawan ini bertanggung jawab kepada kepala bagian produksi.

3. Kegiatan Produksi

Produksi adalah kegiatan mengolah bahan mentah menjadi barang jadi yang siap digunakan konsumen. Pada perusahaan Pulau Teladan dalam menjalankan produksinya disamping untuk memenuhi pesanan juga kebutuhan pasar. Adapun jenis produk yang dihasilkan adalah kameja, kaos, daster dan celana.

Dalam menjalankan proses produksi atau pembuatan pakain melalui beberapa tahap yang saling berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya. Setiap proses yang dilalui harus dikerjakan dengan cermat agar tidak terjadi kesalahan yang mengakibatkan barang tersebut kurang bermutu sehingga tidak masuk pada standar yang telah ditentukan.

Untuk lebih jelas mengenai proses produksi dapat di lihat di bawah ini:



Gambar III.2 Urutan Proses Produksi Perusahaan “Pulau Terladan”

Keterangan :

1. Pemilihan Kain

Pada tahap ini kegiatan yang dilaksanakan adalah memilih kain yang akan dibuat serta menyiapkan bahan baku dan pola yang akan digunakan.

2. Di Pola

Pada tahap ini kegiatan yang akan dilaksanakan adalah kain yang sudah dipilih kemudian kain itu di pola sesuai dengan pola yang dibuat sebelumnya.

3. Pemotongan

Pada tahap ini sebelum memotong, kain digambar atau digaris terlebih dahulu sesuai dengan pola yang sudah dipersiapkan kemudian kain bias dipotong.

4. Penjahitan

Melakukan penjahitan pada kain yang sudah dipotong serapi mungkin sesuai dengan pola yang ditentukan.

5. Pengobrasan

Kain yang sudah dijahit kemudian diobras supaya menjadi lebih rapi dan bagus.

6. Pemasangan Aksesoris

Pada tahap ini bahan pembantu yang berupa aksesoris dipasangkan.

7. Pemasangan Kancing

Pada tahap ini pemasangan kancing sudah menjadi baju.

8. Pemasangan Lubang

Setelah pemasangan kancing kemudian dibuat lubang agar kancing bisa masuk sehingga baju bisa dipakai.

9. Finishing

Produk yang telah selesai diberi pembungkus agar barang tersebut dapat aman dari kerusakan sehingga tidak mempengaruhi kualitas produk.

4. Personalia

a. Jumlah Karyawan

Untuk menjalankan kegiatan perusahaan agar berjalan dengan baik, maka sangat dibutuhkan adanya tenaga kerja terutama dalam proses produksi mengenai jumlah tenaga kerja pada perusahaan konveksi “Pulau Teladan” saat ini sebanyak 22 orang yang terdiri dari

1) Karyawan Borongan

Sistem pengupahan didasarkan pada target bekerja yang diperoleh setiap harinya dan karyawan ini dibutuhkan pada waktu pesanan. Yang termasuk karyawan borongan yaitu karyawan bagian penjahitan.

2) Karyawan Harian

Sistem pengupahan berdasarkan jam kerja masuk setiap harinya, yang termasuk karyawan harian yaitu bagian pemotongan.

3) Karyawan Bulanan

Sistem pengupahan didasarkan pada upah standar yang diterima setiap bulan yaitu antara tanggal 28 – 29. Yang termasuk karyawan bulanan yaitu karyawan yang mengatur pekerjaan dan menyelesaikan segala pekerjaan di perusahaan.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat tabel di bawah ini :

Tabel III.1
Jumlah Karyawan Borongan, Harian dan Bulanan
Di Perusahaan Konveksi “Pulau Teladan”

Keterangan	Jumlah Karyawan
Karyawan Borongan	4
Karyawan Harian	11
Karyawan Bulanan	7
Jumlah	22

Sumber: Data Bagian Personalia Perusahaan “Pulau Teladan” 2005

b. Penerimaan Karyawan

Ada pokok hal yang menentukan penerimaan tenaga kerja yaitu :

- 1) Mempunyai keahlian yang dimiliki oleh calon tenaga kerja.
- 2) Pengalaman kerja yang dimiliki oleh calon tenaga kerja.
- 3) Jumlah tenaga yang diperlukan oleh perusahaan.
- 4) Jauh dekatnya tempat tinggal dengan perusahaan.

Ada 3 pembagian tetap menurut keahlian masing-masing :

- 1) Karyawan Borongan
- 2) Karyawan Harian
- 3) Karyawan Bulanan

c. Jam Kerja Karyawan

Karyawan bekerja selama 6 hari dalam seminggu, sehingga pada hari minggu karyawan libur. Sehingga dalam seminggu karyawan bekerja selama 41,5 jam. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat tabel Jam Kerja Karyawan di bawah ini

Tabel III.2
Jam Kerja Karyawan
di Perusahaan Konveksi “Pulau Teladan”

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat	Lama Kerja Perhari
Senin	08.00 – 16.00	12.00 – 13.00	7 jam
Selasa	08.00 – 16.00	12.00 – 13.00	7 jam
Rabu	08.00 – 16.00	12.00 – 13.00	7 jam
Kamis	08.00 – 16.00	12.00 – 13.00	7 jam
Jumat	08.00 – 16.00	11.30 – 13.00	6,5 jam
Sabtu	08.00 – 16.00	12.00 – 13.00	7 jam
Total Jam Kerja Seminggu			41,5 jam

Sumber : Data Bagian Personalia Perusahaan “Pulau Teladan” 2005

d. Sistem Pengupahan

1) Upah Borongan

Upah borongan ini tergantung dari jumlah yang dapat dikerjakan dalam melaksanakan tugasnya.

2) Upah Harian

Upah harian sekisar antara Rp. 10.000,00 sampai dengan Rp. 20.000,00.

3) Upah Bulanan

Upah bulanan berkisar antara Rp. 400.000 sampai dengan Rp. 500.000 pada karyawan yang sudah tetap.

5. Daerah Pemasaran

Dalam memasarkan produknya, daerah pemasaran perusahaan konveksi “Pulau Teladan” tidak hanya di daerah Solo saja. Daerah pemasaran perusahaan ini adalah Solo, Semarang, Jogja, Jakarta, Medan, Pekanbaru, Batam.

B. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Secara garis besar sistem distribusi berperan sebagai penghubung antara perusahaan sebagai produsen dengan konsumen. Perusahaan Pulau Teladan harus berhati-hati dalam melaksanakan sistem distribusi yang akan digunakan, karena dalam pemilihan sistem distribusi yang tepat akan ikut dalam menentukan keberhasilan usaha pemasaran produk.

Dalam bab ini merupakan pembahasan untuk mengetahui sistem distribusi yang dipakai oleh PERUSAHAAN KONFEKSI “PULAU TELADAN” dan untuk mengetahui pelaksanaan sistem distribusi yang menguntungkan bagi perusahaan. Yang termasuk dalam pelaksanaan sistem distribusi yaitu penentuan produk, penentuan konsumen, distribusi langsung dan tidak langsung.

1. Penentuan Produk

Perusahaan Pulau Teladan adalah perusahaan yang bergerak dibidang konfeksi, yang mengolah bahan baku (kain) menjadi barang jadi (pakaian). Bahan baku yang digunakan adalah berbagai jenis kain tetron, katun. Pada perusahaan ini membuat berbagai macam pakaian jadi, yang dibuat dalam corak dan motif yang bermacam-macam, baik dalam ukuran yaitu kecil (S), sedang (M), dan besar (L), serta ditujukan baik untuk laki-laki maupun wanita. Sedangkan pakaian jadi yang dihasilkan oleh perusahaan “Pulau Teladan” diantaranya adalah:

- a. Kemeja
- b. Kaos lengan panjang dan lengan pendek

- c. Daster
- d. Celana panjang dan pendek

2. Penentuan Konsumen

Perusahaan “Pulau Teladan” merupakan perusahaan konfeksi yang cukup besar yang memiliki kualitas produk yang bagus dan telah mempunyai citra tersendiri dimata konsumen. Pasar sasaran atau konsumen yang ingin dituju oleh perusahaan telah ditetapkan pada segmen pasar tertentu. Pasar sasaran atau konsumen tersebut adalah konsumen pada segmen menengah sampai menengah kebawah.

Dengan demikian, orientasi utama dari perusahaan “Pulau Teladan” mengenai pasar sasaran ini adalah konsumen pada segmen menengah sampai menengah kebawah atau biasa di lihat prosentasenya yaitu sebanyak 50% konsumen menengah dan 30% konsumen menengah ke bawah.

Di lihat dari pasar sasarannya perusahaan “Pulau Teladan” mempunyai kekuatan tersendiri dalam menetapkan harga jual. Sehingga, perusahaan dapat menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk tanpa adanya khawatir akan dampak negatif yang akan muncul, mengingat konsumen pada kelas tersebut sebagian besar tidak begitu mempermasalahkan mengenai harga asalkan mereka mendapat citra tersendiri pada produk yang di beli, yaitu berupa kepuasan dalam hal kualitas produk.

Daerah pendistribusian :

Solo, Semarang, Jogja, Jakarta, Medan, Pekanbaru, Batam

- Solo, Semarang, Jogja

Permintaan produk pakaian jadi di kota Solo, Semarang, Jogja cukup tinggi karena produk dari perusahaan pulau teladan cukup berkualitas dan mempunyai citra tersendiri dimata konsumen.

- Jakarta

Pemasaran produk pakaian jadi yang paling besar adalah Jakarta. Karena permintaan produk sangat tinggi dari tahun ke tahun sangat meningkat.

- Pekanbaru, Batam, Medan

Pemasaran produk di pulau Sumatera yaitu Pekanbaru, Batam, dan Medan tidak sebesar di pulau Jawa karena jarak yang cukup jauh dan minimnya tenaga pemasar.

Tabel III.3
Jumlah Agen Perusahaan Pulau Teladan

Daerah	Jumlah
Bali	1
Samarinda	1
Jakarta	4
Medan	1
Jogya	1
Pekan Baru	1
Batam	1

Sumber : Perusahaan "Pulau Teladan"

Dari tabel di atas dapat dilihat jumlah agen perusahaan Pulau Teladan yang lebih banyak adalah Jakarta karena di Jakarta permintaan produk yang sangat tinggi.

3. Sistem distribusi yang digunakan pada perusahaan "Pulau Teladan"

Tujuan dari kegiatan distribusi adalah untuk menunjang peningkatan volume penjualan, sehingga untuk memasarkan produk pakaian jadi kepada konsumen dapat berjalan dengan lancar dan aman. Perusahaan “Pulau Teladan” dalam menerapkan sistem distribusi yang tepat yang akan digunakan.

Penerapan sistem distribusi adalah sangat penting untuk perusahaan “Pulau Teladan” dalam memasarkan produknya, karena berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan distribusi. Sistem distribusi yang digunakan oleh perusahaan “Pulau Teladan” dalam memasarkan produknya adalah distribusi langsung dan tidak langsung.

a. Distribusi Langsung

Saluran distribusi langsung merupakan suatu metode penyampaian barang secara langsung dari perusahaan, kepada konsumen akhir tanpa menggunakan jasa perantara. Distribusi ini erat kaitannya dengan transportasi karena transportasi merupakan sarana pemindahan fisik dari satu tempat ke tempat lainnya. Untuk pendistribusian pakaian jadi pada perusahaan “Pulau Teladan” menggunakan angkutan darat yaitu mobil. Apabila dilihat dalam gambar jalur distribusi yang dilakukan distribusi langsung adalah sebagai berikut:

Produsen → Konsumen Akhir

Kelebihan :

- a. Dapat langsung berhubungan dengan pelanggan, sehingga perusahaan bisa mengetahui produk yang diminati konsumen.
- b. Harga produk lebih murah karena dibeli secara langsung dari perusahaan.

Kekurangan :

- a. Konsumen datang langsung ke perusahaan untuk melakukan pembelian secara langsung, apabila produk ada yang rusak atau ciri maka perusahaan yang menanggung produk itu.
- b. Permintaan produk relative kecil dibandingkan dengan distribusi tidak langsung karena semakin banyak perusahaan sejenis di kota Solo yang dikenal dengan kota batik.

Tabel III.3
Volume Penjualan
Saluran Distribusi Langsung
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Prosentase Kenaikan/Penurunan Tingkat Penjualan
2000	37.000.000	-
2001	43.000.000	16.2 %
2002	53.000.000	23.3 %
2003	68.000.000	28.3 %
2004	90.000.000	32.4 %
Jumlah	291.000.000	

Dari table diatas dapat dilihat volume penjualan dan prosentase kenaikan/penurunan tingkat penjualan. Volume penjualan saluran distribusi

langsung yang dicapai tahun 2000 – 2004 yang menunjukkan bahwa volume penjualan mengalami kenaikan. Dapat juga dilihat dari prosentasenya pada tahun 2001 prosentase kenaikan/penurunan tingkat penjualan sebesar 16.2%, pada tahun 2002 mengalami kenaikan dengan prosentase tingkat penjualan sebesar 23.3 %, pada tahun 2003 mengalami kenaikan dengan prosentase tingkat penjualan sebesar 28.3 %, dan pada tahun 2004 juga mengalami kenaikan dengan prosentase tingkat penjualan sebesar 32.4 %. Dari hasil prosentase diatas maka rata – rata kenaikan tingkat penjualan untuk saluran distibusi langsung selama tahun 2000 – 2004 adalah sebesar 25 .1 %

b.Distribusi tidak langsung.

Saluran distribusi tidak langsung merupakan suatu metode penyampaian barang dari perusahaan ke tangan konsumen akhir melalui jasa perantara baik agen atau pengecer. Perusahaan “ Pulau Teladan “ menggunakan metode ini untuk mencapai pasar yang jauh dan berada di luar kota maupun di dalam kota. Metode ini digunakan apabila permintaan dari luar kota berupa jumlah yang sangat besar. Perusahaan “ Pulau Teladan “ bekerja sama dengan agen yang berada di luar kota, kemudian agen tersebut yang bertugas menyampaikan barang ke tangan konsumen akhir. Apabila ditunjukkan dengan gambar jalur distribusi tidak langsung adalah sebagai berikut :

1. Produsen → Agen → Pengecer → Konsumen

Disini produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Perusahaan Pulau Teladan menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam system distribusi yang ada.

Sasaran penjualan yang ditujukan kepada pengecer besar.

2). Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Perusahaan Pulau Teladan menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan produknya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada pengecer.

Adapun kelebihan dan kekurangan distribusi tidak langsung :

Kelebihan :

- a. Perusahaan Pulau Teladan dapat menjangkau konsumen yang tempatnya relative jauh walaupun permintaan produk cukup banyak.
- b. Produsen tidak perlu mendatangi konsumen, namun dapat mengirim produk melalui agen yang menyalurkan kepada konsumen.

Kekurangannya adalah Produsen tidak dapat berhubungan langsung dengan konsumen.

Tabel III.4
Volume Penjualan
Saluran Distribusi Tidak Langsung
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Volume Penjualan (Rp)	Prosentase Kenaikan/Penurunan Tingkat Penjualan
2000	58.000.000	-
2001	65.000.000	12.1 %
2002	75.000.000	15.4 %
2003	90.000.000	20 %

2004	120.000.000	33.3 %
Jumlah	408.000.000	

Dari table diatas dapat dilihat volume penjualan serta prosentase kenaikan/penurunan tingkat penjualan. Volume penjualan saluran distribusi tidak langsung yang dicapai tahun 2000 – 2004 yang menunjukkan bahwa volume penjualan mengalami kenaikan. Dilihat dari prosentase distribusi tidak langsung pada tahun 2001 prosentase kenaikan/penurunan tingkat penjualan sebesar 12.1 %, pada tahun 2002 mengalami kenaikan dengan prosentase tingkat penjualan sebesar 15.4 %, pada tahun 2003 mengalami kenaikan dengan prosentase tingkat penjualan sebesar 20 % dan pada tahun 2004 juga mengalami kenaikan dengan prosentase tingkat penjualan sebesar 33.3 %. Dari hasil prosentase diatas maka rata – rata kenaikan tingkat penjualan untuk saluran distibusi tidak langsung selama tahun 2000 – 2004 adalah sebesar 20.2 %.

Tabel III.5
Jumlah Agen Perusahaan Pulau Teladan

Daerah	Jumlah
Bali	1
Semarang	1
Jakarta	4
Medan	1
Yogyakarta	1
Pekanbaru	1
Batam	1

Dari table diatas dapat dilihat jumlah agen perusahaan Pulau Teladan yang paling banyak adalah pada kota Jakarta karena di kota ini permintaan produknya sangat tinggi.

Disajikan volume penjualan serta prosentase kenaikan atau penurunan tingkat penjualan.

Prosentase tingkat penjualan secara umum dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Penjualantahunberikutnya} - \text{Penjualantahunsebelumnya}}{\text{Penjualantahunsebelumnya}} \times 100\%$$

Tabel III.6
Volume Penjualan dan Prosentase Tingkat Penjualan
Tahun 2000 – 2004

Tahun	Distribusi. Langsung		Distribusi Tidak Langsung	
	Volume Penjualan (Rp)	Prosentase Kenaikan/Penurunan Tingkat Penjualan	Volume Penjualan (Rp)	Prosentase Kenaikan/Penurunan Tingkat Penjualan
2000	37.000.000	-	58.000.000	-
2001	43.000.000	16,2 %	65.000.000	12,1 %
2002	53.000.000	23,3 %	75.000.000	15,4 %
2003	68.000.000	28,3 %	90.000.000	20 %
2004	90.000.000	32,4 %	120.000.000	33,3 %
Jumlah	291.000.000		408.000.000	

Dari table diatas dapat diketahui volume penjualan dan prosentase kenaikan dan penurunan tingkat penjualan pada saluran distribusi langsung dan distribusi tidak langsung selama tahun 2000 – 2004. Volume penjualan

distribusi langsung sebesar Rp. 291.000.000 dan volume penjualan distribusi tidak langsung sebesar Rp.408.000.000. Sedang rata – rata prosentase kenaikan tingkat penjualan pada saluran distribusi langsung sebesar 25.1 % dan prosentase tingkat penjualan untuk distribusi tidak langsung sebesar 20.2 %. Dari data tersebut diatas maka dapat disimpulkan hasil volume penjualan yang paling besar adalah saluran distribusi tidak langsung dan rata – rata prosentase kenaikan tingkat penjualan lebih besar saluran distribusi langsung.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di depan, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil produksi utama dari perusahaan Pulau Teladan adalah pakaian jadi seperti kemeja, kaos, daster dan celana.
2. Pasar sasaran atau konsumen yang dituju adalah konsumen pada kelas menengah dan menengah ke bawah. Hal ini dapat terlihat dari produk pakaian jadi pada perusahaan Pulau Teladan dapat terjangkau oleh konsumen menengah dan menengah ke bawah.
3. Dalam memasarkan produknya perusahaan Pulau Teladan menggunakan dua system distribusi yaitu Distribusi langsung dan Distribusi tidak langsung.
4. Dilihat dari table volume penjualan dan prosentase tingkat penjualan selama tahun 2000 – 2004 telah menghasilkan bahwa untuk volume penjualan saluran distribusi langsung sebesar Rp.291.000.000 dengan prosentase rata- rata tingkat penjualan sebesar 25.1 % dan untuk volume tingkat penjualan saluran distribusi tidak langsung sebesar Rp. 408.000.000 dengan prosentase rata- rata tingkat penjualan sebesar 20.2 %.

B. SARAN

Setelah mengadakan penelitian dan mendapatkan info-info yang dibutuhkan dalam penulisan tugas akhir ini, sekiranya penulis ingin memberikan sedikit saran yang dapat berguna bagi perusahaan Pulau Teladan. Saran-saran yang ingin penulis mengemukakan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Memperluas saluran distribusi dengan menambah kantor pemasaran dan menjalin kerjasama dengan pedagang besar dan pedagang kecil yang sekaligus sebagai media promosi produk perusahaan kepada konsumen.
2. Pelayanan purna jual yang memuaskan konsumen agar menjadi pelanggan tetap seperti jaminan kualitas dan penerimaan pengembalian produk yang rusak.
3. Tetap mempertahankan saluran distribusi langsung meskipun volume penjualan rendah, karena perusahaan ingin memaksimalkan laba.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu, Swastha, 1996, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta, Liberty.
- Basu, Swastha dan Irawan : 1990, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Kotler, Philip. 1994. *Manajemen Pemasaran,, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip. 1989. *Manajemen Pemasaran Jilid I, Terjemahan Jaka Wasana*. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary: 1997, *Principles Of Marketing 7e*, Jakarta, Prenhallido
- Stanton J. William, 1994, *Prinsip Pemasaran*, Edisi ketujuh: Jakarta, Erlangga.
- Pardiman, 2003. Sistem dan Prosedur Distribusi Barang Jadi Pada Perusahaan J'rot Galery, tidak diterbitkan.
- Sanjaya, Heny. 2004, Saluran distribusi es balok CV. Pati Jaya, Tidak Diterbitkan.

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : SUCI AMINAH
Nomor Induk Mahasiswa : F.3202533
Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret
Jurusan / Program Studi : DS MANAJEMEN PEMABARAN
Tempat, tanggal lahir : SUKOHARJO, - 10 FEBRUARI 1993
Alamat rumah / no.telephone : SONOJITWAN RT 01 RW 05 MAKAMHAJI
Judul Tugas Akhir : PELAKSANAAN SISTEM DISTRIBUSI
PAKAIN JADI PADA PERUSAHAAN
P.ILAU TELAJAN

Pembimbing Tugas Akhir : MHAD IKHWAN SETIAWAN, S.E.M.T.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri.
 2. Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil jiplakan / selinan / saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa :
 - a. Sebelum dinyatakan LULUS :
 - * Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali.
 - b. Setelah dinyatakan LULUS :
 - * Pencabutan gelar dan penarikan ijazah keserjanaan yang telah diperoleh.
- Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan seingggahnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 4 AGUSTUS 2005

Yang menyatakan,



SUCI AMINAH
NIM. F3202533