

Analisis Pelaksanaan Saluran Distribusi Pada Usaha Industri Kecil(kasus Pada usaha kripik nangka Berkat Bersama di Desa Kualu Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar)

Nama Penulis : Evi Karlina

Dosen Pembimbing : Mariaty Ibrahim, S.Sos M.Si.

Alamat Email/Hp : evikarlina@yahoo.co.id/085355926237

ABSTRAK

On of the marketing problem is product and servies distribution present to consumer with direct distribution of indirect distribution. Because the company is not only thinking about how to make tha product and servies that the company producted present to consumer and getting spacious marketing segment. This research purposed to knowing about activity of the effective distribution is being used by company and result of the distribution activities. The research method used deskriptif reasearch method to analysis and descrike data of the research,then linking theory with existing proplems and take the conclusion. The distribution that used by the company is indirect distribution channels. Prediction the sales of uncertainty such as sales forecasting that is much of an higher risk of delay in delivering the product to the outlet. Product that does not last long only 2 monthes and schedule delivery of products that are not appropriate. Key word: home industri, marketing management, distribution channels.

PENDAHULUAN

Pada umumnya setiap perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan barang dan jasa bertujuan untuk mendapatkan laba disamping juga menjaga kelangsungan hidup perusahaannya. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran, agar produk atau jasa yang dihasilkan dapat sampai ke konsumen. Untuk itu ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar pemasaran berjalan dengan baik yaitu fungsi penentuan produk, harga, promosi dan saluran distribusi. Dengan demikian sudah tentu pemasaran merupakan fungsi dari keberhasilan tercapainya tujuan yang diharapkan sehingga dapat memperoleh kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Salah satu masalah yang terdapat di bidang pemasaran adalah distribusi barang dan jasa akan sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi, baik melalui saluran langsung maupun saluran tidak langsung. Hal ini di karenakan perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana memproduksi barang atau jasa sebanyak mungkin, tetapi perusahaan juga berpikir bagaimana cara memasarkan barang dan jasa yang mereka hasilkan dengan baik sampai ke tangan konsumen dan meraih pangsa pasar yang luas. Berkaitan dengan hal di atas maka dapat dikatakan bahwa perusahaan masih belum mampu untuk memenuhi permintaan dari konsumen.

Salah satu di antara industri kecil tersebut, Home Industri Berkat Bersama yang merupakan salah satu usaha rumah tangga yang mengelolah buah-buahan seperti Nenas, Nangka,Mangga dan sebagainya menjadi kripik sehingga buah tersebut memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Industri kecil kripik Nangka di Kualu didirikan oleh Muslim dimulai pada tahun 2001 dan Februari 2003 izin usaha dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kampar dengan No.530/128/IKALK/X/2003,seandainya untuk izin mutu,kandungan

gizi dan kehygienisan produk Departemen Kesehatan juga mengeluarkan izin DINKES No.5187-04.03-11-4-SP-2003.

Adapun nama-nama pesaing industri kecil kripik Nangka yang bergerak di bidang yang sama yaitu :

Tabel I.1
Nama-Nama Pesaing Kripik Nangka “ Berkat Bersama”
Desa Kualu

Nama	Merek dagang	Tahun Berdiri	Alamat
Sudirman	Sejahtera	2003	Dusun 1 Desa Kualu Nenas
Mardanis	Sakinah	2005	Desa 1 Pasar Buah
Yus Afrizal	Berkah	2007	Bangkinang-Pekanbaru KM 26
H.Yahya	Madani	2008	Desa 1 Pasar Buah RT.01/02
Edi Erianto	Edi Erianto	2008	Desa 11 SEIPutih RT.01/02
Jhonery	Dini Mandiri	2008	Desa KP.Lintang Tambang RT.03/01
Kayarudin	Madani	2008	Pasar Buah-Kualu Nenas
Munir	Kripik Nenas	2009	Kualu Nenas
Mardanis	Sakinah	2010	Dusun 1 Pasar Buah
Hj.Miaty	Hidayah	2006	Dusun 1 pasar Buah
Ali	Prima Tani	2005	Desa 1 pasar Buah RT.01/02

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan 2011

Dari tabel di atas dapat di ketahui hanya beberapa pesaing yang bergerak di bidang yang sama yang terdaftar di Dinas Perindustrian dan Perdagangan, namun masih ada pesaing home industri Kripik Nangka yang pada saat ini bermunculan tanpa menggunakan merek dan menjual produk dengan harga yang lebih murah.

Namun kenyataannya perkembangan industri kripik Nangka Berkat Bersama tidaklah seperti yang diharapkan, karena industri kripik Nangka ini belum dapat mengembangkannya karena beberapa hambatan yang belum bisa di hadapi oleh industri kripik Nangka. Antara lain adalah masalah disrtibusi. Sifat kripik Nangka yang tidak tahan lama yaitu hanya bertahan lebih kurang dua bulan karena tidak memakai bahan pengawet, membuat proses distribusi yang tepat sangat diperlukan dalam proses pemasaran di perusahaan “Berkat Bersama” di Desa Kualu sehingga kripik Nangka yang sudah diproduksi cepat dapat langsung dipasarkan.

Untuk melihat perkembangan industri kripik Nangka “Berkat Bersama” dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel I.2
Volume Penjualan Kripik Nangka “Berkat Bersama”
Desa Kualu

Tahun	Anggota (orang)	Rencana Penjualan (Kg)	Realisasi Penjualan (Kg)	Harga /Kg (Rp)	Total Penjualan (Rp)	Persen (%)
2007	3	7.500	5.865	90.000	527.850.000	-
2008	3	7.500	6.575	90.000	591.750.000	0,12
2009	4	8.210	6.550	90.000	589.500.000	(0,004)
2010	5	9.000	5.000	90.000	450.000.000	(0,3)
2011	5	10.000	7.320	90.000	658.800.000	0,4

Sumber : Usaha Kripik Nangka 2011

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa perkembangan produksi yang terjual tahun 2007 ke tahun 2011 juga mengalami fluktuasi (tidak stabil). Hal ini dapat dilihat bahwa pada tahun 2008 terjadi kenaikan penjualan dari tahun 2007 sebesar 710 kg atau 0,12%. Terjadinya penurunan penjualan pada tahun 2008 ke tahun 2009 sebesar 25kg atau naik sebesar 0,004%. Sedangkan pada tahun 2010 juga terjadi penurunan penjualan sebesar 1550kg atau 0,3% jika dibandingkan tahun 2009. Pada tahun 2011 terjadi kenaikan sebesar 2.320kg atau 0,4% dari tahun 2010.

Industri kecil yaitu suatu bisnis yang di miliki secara pribadi oleh seorang individu atau suatu kelompok kecil individu dan memiliki penjualan dan aktiva yang tidak besar untuk mempengaruhi lingkungannya (Griffin , 2004:286).

Biro Pusat Statistik Provinsi Riau 2001 memberikan batasan individu dengan mengelompokkan industri kedalam 4 golongan berdasarkan jumlah tenaga kerja yang digunakan yaitu:

1. Industri besar adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih.
2. Industri sedang adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 20-99 orang.
3. Industri kecil adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 5-15 orang.
4. Industri rumah tangga adalah usaha kerajinan rumah tangga yang mempunyai pekerja 1-4 orang.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan dan sasarannya di pengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam pemasaran, yang dapat di capai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk berkembang dan mendapatkan laba.

Pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang di tujuakan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (William Stanton dan Basu Swasta , 1984:10)

Marketing mix adalah kombinasi dari empat variable atau empat kegiatan yang merupakan inti dari suatu sistem perusahaan, yaitu: produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi (Basu Swasta , 2003:103).

Dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang tidak pernah di abaikan yaitu saluran distribusi. Pemilihan saluran distribusi ini

merupakan masalah penting bagi perusahaan. Sebab meskipun barang atau jasa yang di produksi telah sesuai dengan selera konsumen.

Tetapi jika saluran distribusi di pergunakan tidak mempunyai kemampuan untuk menyalurkan barang. Maka hal ini menimbulkan kemacetan penyampaian barang kepada konsumen. Oleh sebab itu masalah distribusi harus betul-betul di pertimbangkan karena pengaruhnya sangat besar terhadap kelancaran penjualan.

saluran distribusi adalah sekelompok pedagang atau agen perusahaan yang mengkombinasikan pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu(Basu Swasta, 2002:286).

lembaga-lembaga yang ikut ambil bagian dalam penyaluran barang adalah:

1. Produsen
2. Perantara (pedagang dan agen)
3. Konsumen akhir atau pemakai industry

Perantara dapat di golongan menjadi dua bagian yaitu:

1. Perantara pedagang

Perantara pedagang ini bertanggung jawab terhadap pemilihan semua barang yang di pasarkan. Dalam hubungannya dengan pemindahan pemilik, kegiatan perantara ini berada dengan lembaga-lembaga lain seperti perusahaan angkut dan perusahaan asuransi, sebab lembaga-lembaga tersebut walaupun ikut membantu proses pemasaran tetapi tidak aktif terlibat dalam perjanjian pembelian dan penjualan. Ada dua kelompok yang termasuk dalam perantara pedagang yaitu:

- a. Pedagang Besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lainnya
- b. Pengecer adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha yang menjual barang kepada konsumen akhir untuk keperluan pribadi.

2. Perantara agen

Perantara agen adalah lembaga yang melakukan perdagangan dengan menyediakan jasa dan fungsi khusus yang berhubungan dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyainhak untuk memiliki barang yang di perdagangkan. Mereka dapat di golongan ke dalam dua golongan yaitu:

- a. Agen penunjang merupakan agen yang mengkhususkan kegiatannya dalam beberapa aspek pemindahan barang.kegiatan agen penunjang adalah membantu untuk memindahkan barang-barang sedemikian rupa sehingga mengadakan hubungan langsung dengan pembeli dan penjual.
- b. Agen pelengkap berfungsi melaksanakan jasa-jasa tambahan dalam penyaluran barang dengan tujuan memperbaiki adanya kekurangan-kekurangan. Apabila pedagang atau lembaga lain tidak dapat melaksanakan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan penyaluran barang, maka agen pelengkap dapat menggantikannya(Basu Swastha , 1996:156).

distribusi fisik adalah kegiatan-kegiatan dari aliran material seperti pengangkutan, penyimpanan, serta pergudangan persediaan(Basu Swastha, 2002:220). Distribusi fisik ini dipakai untuk menggambarkan luasnya kegiatan pemindahan suatu barang ke tempat tertentu dan pada saat tertentu. Saluran distribusi fisik dapat juga dikatakan terdiri dari seperangkat kegiatan yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan arus fisik barang dari tempat asal menuju kepada

pemakai atau konsumen akhir untuk memilih kebutuhan pelanggan dengan cara menghasilkan laba bagi perusahaan sehingga tercapailah tujuan perusahaan.

Distribusi fisik merupakan salah satu masalah penting dalam pemasaran. Seperti halnya pada mobil, tidak akan berjalan tanpa menggunakan bahan bakar. Dalam hal ini lokasi pemasaran juga penting, misalnya lokasi toko, gudang atau tempat tertentu pada saat yang tepat dapat dilakukan untuk memaksimalkan kesempatan pada volume penjualan yang menguntungkan. Distribusi fisik ini mencakup kegiatan utama yaitu : pergudangan, transportasi, dan pelayanan. Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka permasalahan penelitian ini adalah: Bagaimana Analisis Pelaksanaan Saluran Distribusi Pada Usaha Industri Kecil Kripik Nangka Berkat Bersama di Desa Kualu, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar?.

Tujuan penelitian adalah Mengetahui pelaksanaan distribusi kripik Nangka pada industri kecil Berkat Bersama di Desa Kualu, Kecamatan Tambang dan Mengetahui kendala-kendala dari pelaksanaan distribusi yang dilakukan industri kecil Berkat Bersama di Desa Kualu, Kecamatan Tambang.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Lokasi penelitian

Penelitian ini berlokasi di Desa Kualu, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. Di pilihnya Berkat Bersama sebagai lokasi penelitian karena dalam mengelola usaha merupakan satu-satunya terdiri dari 11 orang anggota dan Berkat Bersama juga merupakan industri kripik Nangka yang telah lama berdiri sejak tahun 2001 dan di catat di Dinas Perindustrian tahun 2003.

2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan (outlet) industri kecil kripik Nangka Berkat Bersama yang berjumlah 52 pelanggan.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode yang di gunakan adalah metode sensus.

3. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungan dengan penelitian ini. Penelitian mengadakan tanya jawab (wawancara berstruktur) kepada pimpinan perusahaan untuk mendapatkan informasi yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Antara lain tentang kendala-kendala yang dihadapi serta upaya-upaya yang diambil perusahaan, mengenai proses distribusi yang dilakukannya. Selain itu, wawancara juga dilakukan kepada karyawan bagian distribusi tentang hal-hal yang berhubungan dengan proses distribusi, dan selanjutnya wawancara dengan karyawan bagian produksi tentang proses produksi dan bahan serta teknik yang dilakukan.

b. Kuesioner.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah memiliki kategori jawaban kepada responden sehubungan dengan masalah yang diteliti setelah itu diserahkan kembali kepada peneliti.

4. Jenis dan Sumber data

- a. Data primer adalah jenis data yang diperoleh dan digali dari sumber utama baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif. Data yang diperoleh langsung dari responden berdasarkan penelitian tersebut. Yang menjadi nara sumber dalam penelitian ini adalah manajer perusahaan dan responden. Data-data yang diperoleh antara lain : data penjualan, sistem distribusi, tanggal berdiri perusahaan, jenis-jenis produk yang dihasilkan, data tentang surat izin melakukan usaha, dan hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan.
- b. Data sekunder adalah data yang di kumpulkan untuk mendukung tujuan penelitian ini, yang diperoleh langsung atau tidak langsung dari pimpinan industri yang ada di lokasi penelitian yang berupa sejarah singkat tentang industri kecil kripik Nangka Berkat Bersama, struktur organisasi perusahaan, kegiatan perusahaan, dan jumlah sarana transportasi.

5. Analisis data

Setelah data yang di perlukan terkumpul, maka Penulis selanjutnya memisahkan dan mengelompokkan menurut jenisnya dan kemudian baru di analisa dengan menggunakan metode Diskriptif yaitu dengan menganalisa dan menguraikan data-data penelitian, kemudian mengaitkan teori-teori dengan permasalahan yang ada lalu diambil kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa Pelaksanaan Saluran Distribusi

A. Identitas Responden

1. Jenis kelamin

Adapun jenis kelamin responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel III.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	23	44
2	Perempuan	29	56
Jumlah		52	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Dari data ini terlihat bahwa mayoritas responden adalah perempuan yang merupakan para pelaku usaha outlet baik berupa warung, pasar swalayan dan minimarket.

2. Tingkat pendidikan

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel III.2 Keadaan Tingkat pendidikan Responden Konsumen Home Industri Berkat Bersama

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi(orang)	Persentase%
1	SD	1	2
2	SMP	9	17
3	SMA	36	70
4	Perguruan Tinggi	6	11
Jumlah		52	100

Sumber : Data Penelitian Olahan 2012

Tingkat pendidikan yang cukup tinggi dan memadai tentunya sangat mendukung dalam upaya menjalankan bisnis para responden yaitu usaha outlet yang dimiliki, dan hal ini tentunya akan turut mempengaruhi kelangsungan hidup usaha karena pendidikan dan wawasan yang cukup luas akan membantu kemajuan usaha yang dimiliki.

3. Kelompok umur

Untuk mengetahui tingkat umur responden dalam penelitian ini dapat dilihat tabel berikut:

**Tabel III.3
Tingkat Umur Responden**

No.	Kelompok Umur	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 20 tahun	2	4
2	21-30 tahun	17	33
3	31-40 tahun	14	27
4	41-50 tahun	10	19
5	> 50 tahun	9	17
Jumlah		52	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Hal ini menggambarkan bahwa rata-rata usia pengelola outlet berada pada usia produktif dan hal ini sangat mendukung untuk kelangsungan usaha outlet yang dimilikinya. Usia responden yang dibawah 20 tahun paling sedikit. Hal ini bisa dimengerti karena usia yang belum produktif menyebabkan responden belum memiliki keahlian dalam dunia bisnis.

4. Masa kerja

Untuk mengetahui masa kerja serponden dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel III.4
Lama Berusaha Responden**

No.	Kelompok Umur	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	< 5 tahun	23	44
2	6-10 tahun	16	31
3	11-15 tahun	7	13
4	16-20 tahun	4	8
5	> 20 tahun	2	4
Jumlah		52	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar lama berusaha responden tergolong baru, sehingga hal ini berarti para pemilik outlet belum mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka dan hal ini akan berdampak negatif bagi kelangsungan dan kelancaran proses distribusi produk dari kripik nangka.

B. Pelaksanaan Distribusi Industri Kecil Kripik Nangka Berkat Bersama di Kecamatan Tambang

Setiap perusahaan, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar akan selalu melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, baik secara kuantitatif berupa peningkatan angka keuntungan perusahaan maupun secara kualitatif yaitu dengan nama baik perusahaan di mata masyarakat.

Manajemen saluran distribusi merupakan salah satu keputusan penting dalam bidang pemasaran sehingga di perlukan suatu perencanaan dan pemikiran-pemikiran yang konstruktif untuk mencapai tujuan yang di rencanakan. Jadi aspek saluran distribusi ini merupakan salah satu tugas rumit dan kompleks yang di hadapi oleh manajemen perusahaan. Dalam merancang saluran distribusi yang hendak di gunakan, setiap perusahaan/responden seharusnya menentukan tujuan-tujuan yang relevan, semua ini di maksudkan agar pelaksanaannya berjalan efektif.

1. Pengangkutan atau transportasi

Adanya pemilihan alat angkutan juga mempunyai pengaruh terhadap penetapan harga maksudnya barang di antarkan kepada pelanggan dengan menggunakan alat angkutan sewa akan lebih tinggi harganya jika di bandingkan dengan menggunakan armada transportasi sendiri.

Hal-hal yang termasuk dalam sistem pengangkutan ini adalah keputusan tentang pemilihan alat angkutan yang tepat, keputusan rute yang akan di tempuh, penentuan jadwal pengiriman serta hal-hal lainnya yang mendukung kegiatan operasionalnya.

Dengan adanya sistem pengangkutan yang baik dalam perusahaan maka nilai yang dapat diberikannya adalah nilai tempat dan nilai waktu. Jika kegiatan pengangkutan tidak ada maka kripik nangka Berkat Bersama tidak akan dapat di angkut ketempat yang membutuhkannya, sehingga kripik nangka Berkat Bersama tidak akan mempunyai nilai. Begitu juga dengan nilai waktu, jika tidak ada kegiatan pengangkutan yang dilakukan pada waktu yang telah di tentukan maka barang tersebut akan berkurang nilainya.

Demikian juga halnya dengan Berkat Bersama yang dalam mendistribusikan atau menyalurkan kripik nangka menggunakan 4 alat angkutan atau armada yaitu 1 pick up lamadan 3 motor. Kalau di perhatikan daerah pemasaran yang luas untuk daeah Pekanbaru, Pelalawan, Ujung Batu, dan pangkalan jika di bandingkan dengan jumlah angkutan yang ada pada saat ini sudah menunjukkan kelemahannya dalam melaksanakan saluran untuk memasarkan produk kripik nangka tersebut. Sehingga hal ini berpengaruh terhadap pengecer/pelanggan jika tidak tepatnya waktu di saat pengecer/pelanggan membutuhkannya, yang mengakibatkan keputusan pelanggan kurang tercapai dan pelanggan akan beralih ke produk lainnya yang sejenis.

Untuk mengetahui tanggapan responden tentang pengangkutan pada industri kecil Berkat Bersama dapat dilihat pada tabel III.5 di bawah ini :

Tabel III.5
Tanggapan Responden terhadap Kegiatan Pengangkutan/Transportasi pada Industri Kecil kripik nangka “Berkat Bersama”

Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Baik	5	10
Cukup baik	24	46
Tidak Baik	23	44
Jumlah	52	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa kegiatan pengangkutan/transportasi pada industri kecil kripik nangka Berkat Bersama menurut tanggapan responden yang menyatakan cukup baik 24 orang atau 46%, menurut responden transportasi yang dimiliki Berkat Bersama belum memadai untuk penghantaran produk, artinya dengan luasnya daerah pemasaran dan banyaknya pelanggan Berkat Bersama seharusnya menambah armada yang dimilikinya guna agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.

2. Pelayanan pelanggan

Salah satu penunjang dari kelancaran Berkat Bersama dalam mendistribusikan kripik nangka nya adalah dari segi pelayanan yang di berikan, baik itu pelayanan pada sistem penjualan maupun penyaluran kripik nangka tersebut kepada pengecer atau pelanggan.

Adanya pelayanan yang baik dan memuaskan bagi pelanggan tidak hanya akan membuat pelanggan tersebut akan kembali untuk membeli tetapi ada kemungkinan kalau pelanggan tadi akan mengajurkan kepada orang lain agar membeli produk kripik nangka di tempat ia membeli di saat mereka butuhkan.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pelayanan distribusi yang diberikan industri kecil kripik nangka Berkat Bersama, dapat dilihat pada tabel III.6 di bawah ini :

Tabel III.6
Tanggapan Responden terhadap Pelaksanaan Pelayanan Distribusi pada Industri Kecil kripik nangka “Berkat Bersama”

Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Baik	24	46
Cukup baik	26	50
Tidak Baik	2	4
Jumlah	52	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa kegiatan pelayanan distribusi pada industri kecil kripik nangka Berkat Bersama menurut tanggapan responden yang menyatakan cukup baik 26 orang atau 50%, menurut responden pelayanan yang dimiliki Berkat Bersama belum maksimal dalam memberikan potongan dan belum dapat melaksanakan pelayanan keluhan dan saran.

3. Jadwal pengiriman produk

Pendistribusian yang dilakukan oleh industri kecil Berkat Bersama dalam menyalurkan produknya ke pelanggan mempunyai jadwal pengiriman yang rutin yang

tujuannya adalah agar perputaran produk sesuai dengan produksi yang dilakukan oleh perusahaan. Jadwal pengiriman rutin dilakukan khusus daerah Kampar dilakukan 2 minggu sekali dan di daerah lain dilakukan sebulan sekali pada setiap outlet, hal ini disebabkan daya tahan produk rendang tidak bertahan lama hanya bertahan dua bulan. Masa limit produk kripik nangka dan dikurangi dengan waktu pendistribusian dan waktu produk kripik nangka berada di gudang sebelum disalurkan, ini jelas waktu produk kripik nangka di pasaran sangat singkat sekali.

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai jadwal pengiriman yang dilakukan oleh pihak industri kecil Berkat Bersama Desa Kualu dapat dilihat pada tabel III.8 di bawah ini :

Tabel III.8
Tanggapan Responden terhadap Jadwal Penyaluran Produk pada Industri Kecil kripik nangka “Berkat Bersama”

Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Baik	16	31
Cukup baik	13	25
Tidak Baik	23	44
Jumlah	52	100

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Pada tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menyatakan tidak baik 23 orang atau 44%. Menurut pelanggan Berkat Bersama tidak mampu menyalurkan produk dengan baik, tidak terjadi kesepakatan yang baik dan perubahan jadwal penyaluran tidak terlaksana, pelanggan tidak tau kapan produk Berkat Bersama akan datang.

Setelah diperoleh gambaran atau tanggapan responden tentang kegiatan distribusi yang dilakukan oleh industri kecil kripik nangka Berkat Bersama yaitu pelayanan pelanggan, penentuan transportasi atau pengangkutan, penentuan jadwal penyaluran produk, maka dapat disusun gambaran rekapitulasi dari tanggapan responden tersebut. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam bentuk tabel di bawah ini :

Tabel III.9
Rekapitulasi Hasil Penelitian pada Industri Kecil Berkat Bersama di Desa Kualu

No	Distribusi	Kategori Jawaban			Jumlah
		Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	
1	Pelayanan Pelanggan	24 46%	26 50%	2 4%	52 100%
2	Pengangkutan / Transportasi	5 10%	24 46%	23 44%	52 100%
3	Penentuan Jadwal Penyaluran	16 31%	13 25%	23 44%	52 100%
Rata-rata		15 29%	21 40%	16 31%	52 100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2012

Pada tabel III.9 dapat disimpulkan sebagai berikut. Tabel rekapitulasi di atas terdiri dari indikator pelayanan distribusi terhadap pelanggan, pengangkutan / transportasi, dan penentuan jadwal pengiriman.

Pelaksanaan pelayanan distribusi terhadap pelanggan telah cukup baik dengan persentase jawaban responden sebesar 50%, pelaksanaan pengangkutan atau transportasi cukup baik dengan persentase jawaban sebesar 44%, serta penentuan jadwal penyaluran produk telah tidak baik dengan persentase jawaban sebesar 44%.

Dapat disimpulkan bahwa indikator dari pelaksanaan distribusi, yang terlaksana cukup baik yaitu untuk pelayanan distribusi terhadap pelanggan, dan pengangkutan atau transportasi. Sedangkan untuk jadwal penyaluran produk dinilai responden hanya tidak baik.

Dapat dijelaskan secara keseluruhan bahwa rata-rata 29% menyatakan pelaksanaan distribusi yang dilakukan oleh Berkat Bersama telah baik. Adapun terdapat sebanyak 40% responden yang menyatakan cukup baik, dan terdapat 31% responden yang menyatakan tidak baik. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan distribusi yang dilakukan Berkat Bersama cukup baik, namun belum maksimal sehingga belum mampu memenuhi harapan pelanggan untuk mendapatkan distribusi yang baik dari Berkat Bersama. Untuk itu diharapkan kepada pihak Berkat Bersama agar lebih memperhatikan pelaksanaan distribusi yang dilakukan, mempertahankan pelayanan distribusi terhadap pelanggan, dan penentuan jadwal penyaluran produk yang telah terlaksana dengan cukup baik. Selain itu juga Berkat Bersama harus meningkatkan pelaksanaan kegiatan pengangkutan atau transportasi untuk semakin maksimal sehingga para pelanggan semakin merasa puas karena harapan mereka untuk mendapatkan produk yang sesuai pesanan, berkualitas, serta tiba tepat pada waktunya.

C. Kendala-Kendala Yang di Hadapi Oleh Industri Kecil Kripik Nangka Berkat Bersama Dalam mendistribusikan Produknya.

Adapun beberapa hambatan yang dihadapi oleh perusahaan antara lain :

1. Dengan semakin luasnya area pemasaran produk kripik nangka dari industri kecil Berkat Bersama yang tersebar di 6 kota membuat perusahaan harus tetap menjalankan strategi-strategi dalam mencapai target penjualan yaitu salah satunya dengan menambah armada pengangkutan agar produk yang telah diproduksi cepat dapat disalurkan ke pengecer, serta agar perusahaan mampu menjadi *market leader*, karena perusahaan sejenis akan terus meningkatkan aktivitasnya dalam memasarkan produk mereka.
2. Jumlah tenaga kerja yang diperlukan sebaiknya ditambah karena ini akan berpengaruh pada penjualan. Jika karyawan bagian pemasaran mencukupi akan membuat pelaksanaan pengantaran produk menjadi lebih mudah dan tepat waktu.
3. Agar tidak terjadi kekosongan produk pada outlet/pengecer maka diharapkan kepada industri kecil Berkat Bersama untuk memperhatikan jadwal penyaluran produk agar produk yang telah lama di outlet dapat ditukar dengan produk yang baru.

D. Solusi Untuk Menghadapi Kendala-Kendala Yang di Hadapi Oleh Industri Kecil Kripik Nangka Berkat Bersama dalam mendistribusikan Produknya.

Untuk mengatasi kendala-kendala atau hambatan-hambatan yang ada perusahaan harus melakukan :

1. Menambah jumlah armada yang sudah ada, agar tidak terjadi keterlambatan dalam pengantaran produk ke pengecer atau outlet-outlet.

2. Menambah jumlah tenaga kerja, terutama karyawan bagian pemasaran.
3. Menyediakan agen tetap di setiap area pemasaran terutama di area pemasaran diluar kota Pekanbaru.
4. Kondisi jalan yang kurang baik (jalan yang sempit) diharapkan Berkat Bersama dapat memperhatikan kualitas armada agar tidak terjadi kerusakan pada saat penyaluran produk.
5. Tetap menjaga kualitas produk agar kripik nangka Berkat Bersama tetap menjadi yang terbaik di antara perusahaan yang sejenis yang ada di desa Kualu.
6. Di harapkan kepada Berkat Bersama untuk memperhatikan jadwal penyaluran produk, agar produk cepat dapat disalurkan, serta produk yang sudah lama atau yang rusak bisa di tukar dengan yang baru.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada industri kecil Berkat Bersama di Desa Kualu maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan distribusi produk kripik nangka terdiri dari :

1. Pelaksanaan distribusi yang dilakukan oleh industri kecil Berkat Bersama yang terdiri dari pelayanan distribusi terhadap pelanggan, pelaksanaan transportasi atau pengangkutan, penentuan jadwal penyaluran produk, dan penentuan tingkat saluran distribusi. Yang telah terlaksana secara cukup baik hanya pelayanan terhadap pelanggan dan pelaksanaan pengangkutan atau transportasi. Sedangkan jadwal penyaluran produk terlaksana tidak baik dan penentuan tingkat saluran distribusi hanya dinilai cukup baik oleh para responden yang berupa outlet pendistribusi produk kripik nangka Berkat Bersama.
2. Bahwa tidak tercapainya target penjualan pada industri kecil Berkat Bersama disebabkan oleh saluran distribusi yang kurang efektif dan jumlah armada transportasi yang kurang memadai sehingga terjadi keterlambatan dalam pengiriman. Dalam hal ini perusahaan selama lima tahun terakhir mengalami permasalahan dalam hal distribusi di mana penyaluran masih di bawah target yang telah direncanakan. Dalam melakukan penyaluran, perusahaan mempertimbangkan beberapa faktor di antaranya ketepatan waktu pengiriman agar produk cepat sampai ke outlet atau pengecer, akan tetapi hal ini agak sulit dilakukan mengingat luasnya wilayah distribusi, sehingga jadwal pengiriman yang semula sudah ditetapkan kadang masih terjadi keterlambatan dalam penyaluran produk. Dengan terjadinya keterlambatan penyaluran produk inilah banyak outlet yang komplain ke pihak industri kecil Berkat Bersama diakibatkan pelaksanaan distribusi yang tidak baik. Begitu juga dengan kegiatan pengangkutan atau transportasi perusahaan menggunakan armada sendiri namun armada yang ada belum mencukupi bila dibandingkan dengan luasnya area pemasaran yang terdiri dari 6 kota yang ada di Riau maupun di luar provinsi tersebut. Apalagi alat transportasi yang ada tidak hanya digunakan sebagai alat untuk menyalurkan produk ke outlet, namun juga digunakan sebagai alat untuk membeli bahan baku dari pasar. Dengan adanya keterlambatan dalam penyaluran produk akan merugikan perusahaan. Dalam jangka panjang dengan semakin kuatnya persaingan maka ada kemungkinan produk rendang yang diproduksi oleh industri kecil Berkat Bersama akan sulit meraih peluang pasar.

Berdasarkan hasil penelitian maka di usulkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam hal pengangkutan industri kecil Berkat Bersama sebaiknya menambah jumlah armada angkutan yang kapasitasnya lebih besar dibandingkan dengan yang telah ada. Mengingat kegiatan pelayanan sangat penting untuk menambah dan mempertahankan pelanggan, diharapkan kepada industri kecil Berkat Bersama agar memperhatikan kegiatan pelayanan dan mempertahankan kondisi yang telah ada. Sebaiknya industri kecil Berkat Bersama menyediakan agen tetap di setiap area pemasaran terutama di daerah pemasaran yang berada di luar Desa Kualu agar produk dapat didistribusikan dengan baik. Sebelum melaksanakan kegiatan penyaluran produk, diharapkan pada pihak industri kecil Berkat Bersama memperhatikan kondisi armada yang akan digunakan untuk menghindari kerusakan pada saat proses pendistribusian. Agar produk cepat dapat disalurkan ke outlet sebaiknya industri kecil Berkat Bersama memisahkan antara armada yang digunakan untuk membeli bahan baku dengan armada untuk menyalurkan produk. Sebaiknya industri kecil Berkat Bersama memperhatikan jadwal penyaluran produk, agar produk yang ada pada outlet dapat ditukar dengan produk yang baru apabila masa limit produk sudah habis, dan bila produk di outlet sudah habis dapat diganti langsung tanpa harus menunggu sampai beberapa hari setelah produk kosong.
2. Dalam hal pengangkutan industri kecil Berkat Bersama sebaiknya menambah jumlah armada angkutan yang kapasitasnya lebih besar dibandingkan dengan yang telah ada dan Berkat Bersama lebih mempertimbangkan masalah ketepatan waktu dalam pengiriman produk.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan.(1998) *Manajemen Pemasaran Dasar,Konsep,dan Strategi*. Jakarta: CV Rajawali.s
- Angipora. Marius P.(2002) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. Jakarta : RajawaliGraindo.
- Casson N. Herbert.(1992) *Bagaimana Memenangkan Persaingan*. Terjemahan Aghata Linda Candra. Jakarta : PT Pustaka Pembangunan Swadaya Nusantara.
- Chandra. Gregorius.(2002) *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Crevens. David. W . (1996) *Pemasaran Strategi*. Edisi Keempat. Jakarta : Erlangga.
- J.Stanton,Wiliam. (1998) *Prinsip Manajemen*.Diterjemahkan oleh Yohanes Lamarto. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (1996) *Dasar-Dasar Pemasaran*. jilid 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kasmir, S.E,M.M. (2007) *Kewirausahaan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Nitisemito.S.Alex. (1992) *Marketing*. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Swasta. Basu,DH.dan Irawan MBA (1983). Manajemen Pemasaran Modren. Yogyakarta : Liberty.

Stanton, William J,diterjemahkan oleh Drs.Basu Swasta DH. Dalam Manajemen Pemasaran. Yogyakarta : Liberty.

Wijaya. Faried dan Sudjiono (2001) *Pemasaran Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua. Yogyakarta : BPFE.

Bps. Badan Statistik propinsi Riau,2001.

Sesaria. Masdalena (2008) *Analisis Pendistribusian pupuk Sriwijaya Pemasaran Pupuk Daerah Riau*.

Mulia. Vitri (2011) *Faktor-faktor yang mempengaruhi pendistribusian Rokok Clas Mild Pada PT.Delta Internusa Cabang Pekanbaru*.