

---

## **KEBIJAKAN DISTRIBUSI PRODUK PENGUIN PADA PD JAYA HARDWARE DI PONTIANAK**

**Tanti Arinda**

email: tantiarinda99@yahoo.com

Program Studi Manajemen STIE Widya Dharma Pontianak

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kebijakan distribusi yang digunakan PD Jaya Hardware di Pontianak untuk meningkatkan volume penjualan perusahaan agar mendapatkan laba sesuai dengan tujuan perusahaan. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi, teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive* sampling dan pengambilan data adalah seluruh pengecer produk Penguin yang ada di Pontianak, sedangkan penelitian dilakukan dalam bentuk deskriptif. Penelitian ini dibatasi pada bauran distribusi yang diteliti terdiri dari persediaan, pergudangan, transportasi, dan saluran distribusi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh toko bangun yang ada di Pontianak dengan pengambilan sampel sebanyak tiga puluh toko bangunan dan teknik analisis data menggunakan analisis triangulasi (gabungan) kualitatif. Berdasarkan tanggapan responden, lokasi perusahaan yang berfungsi sebagai kantor dan gudang cukup strategis sehingga memudahkan para pelanggan dalam melakukan pemesanan dan pengambilan barang pesanan secara langsung. Persediaan stok barang cukup baik.

**Kata Kunci:** Persediaan, Pergudangan, Transportasi, dan Saluran Distribusi

### **PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang membawa kemajuan disegala bidang bagi manusia membuat keadaan ekonomi dan dunia usaha pada saat ini juga mengalami perkembangan dengan kemajuan dalam ekonomi yang begitu pesat sehingga mengakibatkan berkembangnya perusahaan yang bergerak di berbagai bidang baik dalam bidang industri, perdagangan maupun di bidang jasa. Dalam hubungan ini perusahanan harus mampu berorientasi pada pasar dengan menggunakan kebijakan distribusi agar perusahaan bisa mendistribusikan produk perusahaan dengan baik kepada perantara atau pengecer agar bisa menjual produk- produk perusahaan.

Sebagai salah satu perusahaan distributor yang bergerak dalam bidang penjual tangki air merek Penguin pada perusahaan dagang (PD) Jaya Hardware di Pontianak bertugas menawarkan produknya, memberikan pelayanan yang dapat memuaskan konsumen dan menyediakan saluran distribusi yang baik bagi para perantara untuk menyalurkan produk perusahaan ke konsumen akhir, serta mutu dan kualitas produk yang ditawarkan serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat mempengaruhi keberhasilan perusahaan selain harga yang ditawarkan oleh perusahaan.

## KAJIAN TEORITIS

Menurut Boone dan Kurtz (2002: 7): “Pemasaran (*Marketing*) adalah proses menemukan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan kemudian menyediakan barang dan jasa yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan tersebut.”

Menurut Boone dan Kurtz (2002: 19): “Marketing Mix (Bauran Pemasaran) suatu perusahaan mencampur keempat strategi untuk menyesuaikan kebutuhan dan pilihan dari pasar sasaran tertentu.”

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 79): “Dalam bauran pemasaran dapat digolongkan menjadi empat kelompok yaitu: produk, harga, distribusi, dan promosi.”

- a. Produk (*product*) berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran.
- b. Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh produk.
- c. Distribusi (*place*) mencakup aktivitas perusahaan untuk menyediakan produk bagi konsumen sasaran.
- d. Promosi (*promotion*) berarti aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 508): “Saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling bergantung dan terlibat dalam proses yang membuat produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.” Saluran distribusi memindahkan barang atau jasa ke konsumen, pemindahan itu mengatasi kesenjangan waktu, tempat, kepemilikan yang memisahkan barang atau jasa dari mereka yang akan menggunakannya.

Menurut Kodrat (2009: 20): “Manajemen distribusi adalah mengembangkan strategi yang searah dengan visi dan misi perusahaan, pada berbagai keputusan yang berkaitan untuk memindahkan barang-barang secara fisik maupun non fisik guna mencapai tujuan perusahaan dan berada di dalam kondisi lingkungan tertentu dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.”

Menurut Kodrat (2009: 22):

“Fungsi Saluran Distribusi adalah aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan anggota saluran distribusi untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen yang pada pelaksanaannya dapat menimbulkan perbedaan (*gap*) aliran barang dari *prinsipal* hingga konsumen. *Gap* ini adalah: *geographical gap, time gap, quantity gap, variety gap dan communication gap.*”

1. *Geographical gap* adalah perbedaan jarak geografis yang disebabkan oleh perbedaan tempat pusat produksi dengan lokasi konsumen yang tersebar di mana-mana.

2. *Time gap* adalah perbedaan jarak waktu yang disebabkan oleh celah waktu yang terjadi antara produksi dengan konsumsi dari produk-produk yang dihasilkan secara besar-besaran.
3. *Quantity gap* terjadi karena produksi dilakukan dalam skala besar untuk memperoleh biaya per unit yang lebih rendah sedangkan konsumsi jumlah yang lebih kecil.
4. *Communication* dan *information gap* terjadi karena konsumen sering tidak mengetahui sumber-sumber produksi dari produk yang dibutuhkan sementara produsen tidak mengetahui siapa, di mana konsumen potensial tersebut berada. *Gap* tersebut menciptakan nilai guna produk seperti disebutkan di atas yang sangat penting untuk memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen. Keempat nilai guna produk itu adalah: nilai guna bentuk (*form utility*), nilai guna waktu (*time utility*), nilai guna tempat (*place utility*), dan nilai guna milik (*possession utility*). Pada prinsipnya fungsi distribusi dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok yaitu: fungsi pertukaran (*transaction function*), fungsi penyediaan fisik (*logistical function*) dan fungsi penunjang (*facilitating function*).

Menurut Chandra (2001: 154) dalam saluran distribusi ini mempunyai tujuan pokok yaitu menciptakan utilitas bagi para pelanggan. Utilitas terdiri atas lima yaitu:

1. Utilitas tempat (*place utility*), yaitu ketersediaan produk atau jasa di lokasi yang nyaman dan mudah diakses pelanggan potensial.
2. Utilitas waktu (*time utility*), yakni ketersediaan produk atau jasa saat diinginkan oleh pelanggan tertentu.
3. Utiliti bentuk (*from utility*), yaitu produk di proses, disiapkan dan siap dimanfaatkan (*ready to use*), serta dalam kondisi yang tepat.
4. Utiliti informasi (*Information utility*), yakni jawaban atas pertanyaan dan komunikasi umum mengenai fitur dan manfaat produk yang tersedia.
5. Utiliti kepemilikan (*ownership utility*), menyakut negosiasi dan peralihan hak milik atas produk atau jasa dipasarkan dari produsen ke konsumen.

Menurut Swastha (2007: 233): "Dalam operasi, perusahaan/ produsen dapat memilih untuk menggunakan gudang atau tempat penyimpanan sendiri, atau menyewa gudang umum. Jadi, pada pokoknya ada dua macam tempat penyimpanan yang bisa di pakai, yaitu:

a. Gudang sendiri

Salah satu alternatif untuk penyimpanan barang adalah menyimpan di gudang sendiri. Perusahaan dapat menepuh cara ini apabila: (a) jumlah barang yang disimpan sangat banyak atau dalam volume yang besar, dan (b) arus materialnya berfluktuasi secara musiman. Karena semua fasilitas penyimpanan tersebut dimiliki sendiri oleh perusahaan, maka pengelolannya menjadi tanggung jawab manajer meskipun lokasinya jauh dari pabrik.

b. Gudang umum

Gudang umum (*public warehouse*) ini merupakan unit usaha tersendiri yang mengkhususkan kegiatannya di bidang penyimpanan. Ia menawarkan jasa penyimpanan dan fasilitas penanganan/ pengangkutan, baik kepada individu

maupun kepada perusahaan lain yang memerlukannya, termasuk lembaga-lembaga non bisnis. sebagai penghasilannya ia menerima sejumlah uang sewa sebesar ruangan yang dipakai dan selama ruangan itu ditempati.

Kita dapat mengenal beberapa jenis gudang umum yang penggolongannya didasarkan pada macam yang disimpan. Jenis gudang umum tersebut adalah : (a) gudang barang-barang umum, (b) gudang barang-barang khusus, (c) gudang pendingin.

#### 1. Persediaan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 38): "Tingkat persediaan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Masalah utamanya adalah bagaimana memelihara keseimbangan antara menyimpan persediaan terlalu banyak dan terlalu sedikit. Menyimpan terlalu banyak mengakibatkan biaya penyimpanan persediaan yang lebih tinggi dari yang dibutuhkan dan melampauinya barang kadaluarsa persediaan."

#### 2. Transportasi

Menurut Swastha (2007: 228-229): "Produsen perlu menunjukan agen yang akan melayani pengangkutan barang-barangnya ke perantara, atau ke pembeli akhir, atau dari perantara yang satu ke perantara lainnya. Dalam hal ini, rute dan rit pengangkutan merupakan faktor yang paling penting, dan mempunyai hubungan erat dengan pasar atau daerah penjualan, serta lokasi persediaannya."

Menurut Swastha dan Irawan (2008: 299) ada empat faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, yaitu:

##### 1. Pertimbangan pasar

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar ini merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran. Beberapa faktor pasar yang harus diperhatikan adalah:

- a. Konsumen atau pasar industri
- b. Jumlah pasar
- c. Konsentrasi pasar secara geografis
- d. Jumlah pesanan
- e. Kebiasaan dalam pembelian

##### 2. Pertimbangan barang

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dari segi barang ini antara lain:

- a. Nilai unit
- b. Besar dan berat barang
- c. Mudah rusaknya barang
- d. Sifat teknis
- e. Barang standard dan pesanan
- f. Luasnya *product line*

3. Pertimbangan Perusahaan

Pada segi perusahaan, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

- a. Sumber pembelanjaan
- b. Pengalaman dan Kemampuan manajemen
- c. Pengawasan saluran
- d. Pelayanan yang diberikan oleh penjual

4. Pertimbangan Perantara

Pada segi perantara, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

- a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara
- b. Kegunaan perantara
- c. Sikap perantara terhadap kebijakan produsen
- d. Volume penjualan
- e. Ongkos

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 38): “Pusat Distribusi adalah gudang yang ukuran besar dan terotomatisasi, yang didesain untuk menerima barang dari berbagai pabrik dan pemasok, menerima pesanan, mengisinya secara efisien, dan mengirimkan barang ke pelanggan sesegera mungkin.”

Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 510): “Tingkatan saluran adalah lapisan perantara yang melaksanakan beberapa pekerjaan guna mendekatkan produk dan pemiliknyanya kepada pemilik akhir.” Dalam tingkatan saluran mempunyai dua macam saluran yaitu:

1. Saluran pemasaran langsung yaitu saluran pemasaran tidak menggunakan perantara.
2. Saluran pemasaran tidak langsung yaitu saluran mencakup satu atau lebih perantara.

## **METODE PENELITIAN**

### **1. Bentuk Penelitian**

Dalam penelitian ini, penulis mengadakan penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif, dimana penelitian menggambarkan keadaan dari objek penelitian dengan menggunakan kuesioner yang hasilnya digunakan untuk mendapatkan kesimpulan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara yang dilakukan kepada pimpinan perusahaan maupun pihak yang bersangkutan. Kuesioner untuk mengetahui seberapa baik tanggapan responden mengenai kebijakan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan. Observasi yang dilakukan melakukan pengamatan secara langsung terhadap kegiatan-kegiatan perusahaan yang berhubungan dengan objek

yang diteliti. Studi dokumentasi dalam penelitian ini supaya dapat memperoleh informasi yang lebih jelas, maka penulisan mengumpulkan data-data perusahaan dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengecer produk tangki air merek Penguin PD Jaya Hardware di Pontianak yang tidak diketahui jumlah pastinya, sedangkan dalam penelitian sampel diambil 30 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive* sampling. Alat analisis data yang digunakan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada *generalisasi*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dimana jawaban responden ditabulasi, dihitung persentasenya, dan ditarik kesimpulan.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Kebijakan Distribusi Produk Tangki Air Merek Penguin pada PD Jaya Hardware di Pontianak**

Salah satu masalah yang dihadapi oleh perusahaan pada saat ini adalah meningkatkan persaingan yang semakin ketat dengan perusahaan lain, terutama dengan perusahaan yang memproduksi dan memasarkan barang atau jasa yang sejenis. Saluran distribusi adalah salah satu bagian yang mempengaruhi kelancaran jalannya perusahaan. Dimana saluran distribusi merupakan saluran atau perantara yang digunakan perusahaan untuk meringankan pekerjaannya dalam hal penyaluran produk ke konsumen akhir.

Adapun kebijakan distribusi yang diterapkan PD Jaya Hardware di Pontianak sebagai berikut:

1. Pertimbangan pasar
  - a. Pasar konsumen dan pasar industri
  - b. Jumlah pembeli yang potensial
  - c. Konsentrasi pasar secara geografis.
  - d. Faktor barang
2. Pertimbangan perusahaan
  - a. Sumber Pembelian Konsumen
  - b. Pengawasan Saluran Distribusi Produknya

3. Pertimbangan perantara
  - a. Pelayanan yang diberikan perantara terhadap produk perusahaan.
  - b. Kegunaan perantara
  - c. Volume penjualan
2. Tanggapan Responden Terhadap Kebijakan Distribusi pada PD Jaya Hardware di Pontianak.

Pada umumnya setiap perusahaan ingin mencapai volume penjualan yang tinggi sehingga mendapat laba yang semaksimal mungkin sesuai dengan tujuan perusahaan. Karena dengan tercapainya volume penjualan yang tinggi akan menunjang tujuan-tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan yang akan mendatang supaya dapat bersaing dengan perusahaan yang sejenis. Bagi sebuah perusahaan, kebijakan distribusi memegang peranan penting dalam proses penyampaian produk kepada konsumen akhir.

**TABEL 1**  
**PD JAYA HARDWARE DI PONTIANAK**  
**REKAPITULASI HASIL TANGGAPAN RESPONDEN**

No.	Pernyataan	Rata-rata	Tanggapan
<b>Persediaan</b>			
1.	Apakah pernah terjadi kehabisan stok produk tangki air merek Penguin pada saat Anda melakukan pesanan.	63,33	Pernah
2.	Jika jawaban no 1 pernah, apakah PD Jaya Hardware di Pontianak membantu dalam mencari persediaan penggantian produk tangki air merek Penguin kepada Anda.	52,63	Iya
3.	Apakah persediaan produk tangki air merek Penguin pada PD Jaya Hardware di Pontianak bervariasi di toko.	66,67	Iya
4.	Apakah PD Jaya Hardware di Pontianak memamerkan semua variasi produk tangki air merek Penguin.	70,00	Iya
5.	Apakah PD Jaya Hardware di Pontianak mempunyai persediaan stok produk tangki air merek Penguin untuk penggantian produk yang rusak dalam proses pengiriman.	76,67	Ada
<b>Pergudangan</b>			
6.	Apakah lokasi pergudangan tangki air merek Penguin pada PD Jaya Hardware di Pontianak sangat mudah untuk dijangkau oleh Anda.	70,00	Mudah
7.	Menurut Anda apakah gudang penyimpan produk	83,33	Iya

	tangki air merek Penguin pada PD Jaya Hardware di Pontianak mempunyai kapasitas yang cukup besar atau luas.		
8.	Apakah lokasi PD Jaya Hardware di Pontianak cukup luas untuk kegiatan pemuatan barang pesanan.	80,00	Cukup luas
9.	Apakah terdapat fasilitas pendukung kegiatan barang pesanan pada PD Jaya Hardware di Pontianak.	76,67	Ada
10.	Apakah pegawai PD Jaya Hardware di Pontianak mahir dalam kegiatan barang pesanan.	70,00	Mahir
<b>Transportasi</b>			
11.	Apakah PD Jaya Hardware di Pontianak menyediakan jasa pengantar produk tangki air merek Penguin ketoko Anda.	50,00	Ada
12.	Sarana transportasi apa yang digunakan oleh PD Jaya Hardware di Pontianak untuk mengantarkan produk tangki air merek Penguin pesanan Anda ke tempat tujuan.	56,67	Truk atau <i>pick up</i> milik perusahaan
13.	Bagaimana tanggapan Anda tentang waktu pengantar produk tangki air merek Penguin pada PD Jaya Hardware di Pontianak dibandingkan dengan pesaing lainnya.	50,00	Lebih cepat
14.	Menurut Anda, apakah sarana pengangkutan yang digunakan PD Jaya Hardware di Pontianak sudah cukup efektif dalam melakukan pengantar produk tangki air merek Penguin.	66,67	Cukup efektif
15.	Apakah pernah terjadi kesalahan pengiriman produk tangki air merek Penguin yang dilakukan PD Jaya Hardware di Pontianak kepada Anda.	66,67	Tidak pernah
<b>Saluran distribusi</b>			
16.	Bagaimana tingkat kemudahan Anda dalam menghubungi PD Jaya Hardware di Pontianak dalam melakukan pesanan produk tangki air merek Penguin.	70,00	Cukup mudah
17.	Media apa yang Anda gunakan untuk melakukan pemesanan produk tangki air merek Penguin pada PD Jaya Hardware di Pontianak.	50,00	Melalui via telepon
18.	Menurut Anda, bagaimana sikap pegawai PD Jaya Hardware di Pontianak pada saat mendistribusikan produk tangki air merek Penguin kepada Anda.	66,67	Ramah
19.	Apakah PD Jaya Hardware di Pontianak pernah menginformasikan produk-produk baru tangki air merek Penguin kepada Anda.	73,33	Pernah
20.	Faktor-faktor apa yang mempengaruhi Anda menjual produk tangki air merek Penguin dari	53,33	Karena lebih mudah



	PD Jaya Hardware di Pontianak dibandingkan dengan merek pesaing lainnya.		dijual
--	--	--	--------

*Sumber: Data olahan, 2015*

Dari Tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap empat faktor kebijakan distribusi perusahaan. Dapat dilihat bahwa tanggapan responden sangat baik pada kebijakan yang perusahaan lakukan. Sehingga mendapatkan responden yang baik dari para pelanggan dan konsumennya. Kebijakan distribusi pada variabel sudah cukup baik.

## **PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan di atas yang penulis lakukan pada bab-bab sebelumnya pada PD Jaya Hardware di Pontianak, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Perusahaan harus memperhatikan kebijakan distribusi dalam menyalurkan produknya kekonsumen dengan cara yaitu pertimbangan pasar, pertimbangan perusahaan, dan pertimbangan perantara.
- b. Tanggapan Responden Mengenai Kebijakan Distribusi Produk Tangki Air Merek Penguin.

#### **1) Variabel persediaan**

Dalam hal persediaan barang atau stok produk tangki air merek Penguin, sudah mencakupi permintaan pasar karena produk diproduksi sendiri oleh PD Jaya Hardware di Pontianak maka itu pengantara atau pengecer tidak pernah kehabisan stok produk.

#### **2) Variabel pergudangan**

Untuk memperlancar proses penjualan, pendistribusi dan pengiriman produk, PD Jaya Hardware di Pontianak menggunakan gudang yang menyatu dengan perusahaan.

#### **3) Variabel transportasi**

Untuk memperlancar proses pendistribusi produk tangki air merek Penguin kepada pengantara atau konsumen akhir, PD Jaya Hardware di Pontianak menggunakan dua metode sarana yaitu sarana pengangkutan milik perusahaan dan sarana pengangkutan milik pengecer.

#### **4) Variabel saluran distribusi**

Karena memiliki cakupan pasar yang cukup luas, maka PD Jaya Hardware di Pontianak memerlukan perantara dalam mendistribusikan dan memasarkan produk perusahaan, agar produk perusahaan bisa didistribusikan secara merata dipasar.

2. Saran-saran

- a. Perusahaan harus memberikan jasa pengantaran karena bentuk produk yang agak besar dengan cara menambah armada pengangkutan.
- b. Perusahaan harus meningkatkan kualitas penyediaan fasilitas pendukung dalam pemuatan barang pesanan.
- c. Perusahaan harus meningkatkan kualitas sarana pengantaran barang pesanan dikarenakan bentuk barang yang besar.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Boone dan Kurtz. *Pengantar Bisnis* (judul asli: *Contemporary Business* 2000). edisi 2. Penerjemah Emil Salim. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Chandra, Gregorius. *Pemasaran Global*, edisi pertama. Yogyakarta: Andi, 2001.
- Kodrat, David Sukardi. *Manajemen Distribusi: Berbasis Teori dan Praktik*, edisi pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (judul asli: *Principles of marketing*), edisi delapan jilid 2. Penerjemah Domas Sihombing. Jakarta: Erlangga, 2001.
- Swastha, Basu. *Azas-azas Marketing*, edisi kedua. Yogyakarta: Liberty, 2007.
- Swastha, Basu, dan Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Liberty, 2008.