

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI MOBIL PADA PT. ELIT BURSA CABANG KISARAN

¹Mursalati Urfa, ²Putri Ramadhani, ³Muhammad Andre Wardhana, ⁴Eri, ⁵Suhairi

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, mursalatiurfa36@gmail.com

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, pr5823587@gmail.com

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, muhammadandrewardhana@gmail.com

⁴Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, erilegirin2507@gmail.com

⁵Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, suhairi@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the distribution channel of cars at PT. Elite Exchange Branch Range. Types of Research This research is a descriptive type of research. A qualitative approach is obtained, including information about PT. Elite Bursa Kisaran Branch, in the form of an overview of the history of the establishment of PT. Elite Bursa Branch Range, organizational structure, and information on distribution channels at PT. Elite Exchange Branch Range, research time will be adjusted. The population taken is employees of PT. Elite Exchange Branch Range. Informants The informants used are the Branch Head, Vehicle Warehouse Coordinator / PDI, three Sales PT. Elite Bursa Branch of Kisaran, and 2 Consumers of PT. Elite Exchange Branch Range. Sampling Technique This research uses the Snowball Sampling method: The technique of determining the sample which is initially small in number then enlarges. In this study using data collection techniques that can be done, namely interviews. Analytical Methods The analytical method used in this research is a qualitative approach. The results of this study are based on the results of research on Abadi PT. Elite Exchange Branch Range on the analysis of car distribution channels. So the author can conclude that the distribution channel used by PT. Elite Exchange Branch Range is to use level zero distribution channels and level one distribution channels.

Keywords: Distribution Channel, Company.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk mencapai 265 juta jiwa sehingga potensi ini dapat dijadikan peluang usaha bagi setiap industri, termasuk industri kendaraan bermotor seperti mobil. Untuk itu mengingat perkembangan yang semakin pesat akan kebutuhan kendaraan yang meningkat, maka setiap perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Untuk meningkatkan penjualan dan memenuhi keinginan konsumen yang variatif, setiap perusahaan berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi, baik dari segi teknologi maupun interior dan eksteriornya, sehingga mengakibatkan persaingan antar perusahaan. Selain memperhatikan kualitas mobil, perusahaan juga perlu memperhatikan pendistribusian produk. Pendistribusian merupakan faktor yang penting bagi suatu perusahaan untuk dapat mencapai pasar yang potensial dan menjadi penguasa pasar. Pendistribusian dalam

perusahaan merupakan faktor penting untuk perusahaan industri dalam menyalurkan produk hingga ke tangan konsumen.

Menghadapi persaingan dunia usaha yang berkembang dengan pesat di era modernisasi saat ini, perusahaan mendapatkan begitu banyak desakan bagaimana dapat menemukan cara pengelolaan sehingga dapat menciptakan dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Ditambah dengan tingkat persaingan yang semakin ketat dan tuntutan konsumen yang semakin tinggi dan semakin bervariasi, membuat perusahaan dituntut bukan hanya mampu bersaing dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, namun mampu mengelolah jaringan atau network sehingga produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen, yaitu produk yang lebih bermutu, harga yang kompetitif dan respon yang lebih cepat dibanding pesaing. Pendistribusian yang dilakukan dengan baik dan benar dapat menjamin kualitas produk agar tetap aman dan memberikan kepuasan bagi konsumen. Sebaik apapun promosinya, tanpa distribusi yang baik tidak mungkin produk tersebut dapat sampai pada konsumen akhir dengan tepat. Saat ini saluran distribusi tidak hanya bertujuan untuk mengurangi biaya, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut (Alma, 2011) distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari satu produk untuk menciptakan penggunaan pasar tertentu. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat perusahaan mempunyai kebijakan dalam melaksanakan saluran distribusinya untuk mampu bersaing dengan perusahaan sejenis.

Distribusi akan berdampak besar pada sebuah perusahaan untuk berkembang dan tetap mempertahankan pangsa pasar. Sistem distribusi yang jelek dapat menghancurkan usaha pemasaran yang sebenarnya baik. Setelah saluran-saluran distribusi ditetapkan, perusahaan dapat memulai memperhatikan distribusi fisik produknya lewat saluran distribusi fisik. Para produsen menggunakan sistem distribusi fisik untuk menyimpan dan memindahkan barang sehingga barang-barang tersebut terjangkau oleh konsumen pada tempat dan waktu yang tepat. Kepuasan dan rasa tertarik konsumen dapat dipengaruhi oleh keputusan dan kemampuan distribusi penjual. Untuk dapat melaksanakan distribusi fisik secara efektif dan efisien akan meningkatkan volume penjualan. PT. Elit Bursa merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di industri otomotif, perusahaan berusaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan cara mendirikan Main Dealer dan Outlet di beberapa kota besar yang ada di Indonesia. Salah satu Outlet didirikan berada di Kisaran yang beralamatkan Jl. Imam Bonjol No 295. Hal ini dilakukan perusahaan sebagai upaya mempermudah distribusi produk ke konsumen.

PT Elite Bursa tak jarang mengalami hambatan di bidang pendistribusian unit, yaitu keterlambatan pengiriman unit dari perusahaan induk ke Main Dealer hingga ke outlet. Masalah yang terjadi dalam pendistribusian dari Hasjrat Abadi Induk ke PT Elite Bursa Cabang Tendean selaku Outlet menyebabkan keterlambatan pengiriman dari Outlet hingga sampai ketangan konsumen. Normalnya pengiriman mobil dari perusahaan induk memakan waktu 2 minggu setelah berkas pembelian lengkap, namun PT Elite Bursasering mengalami keterlambatan pengiriman hingga 3 sampai 4 minggu. Hal yang menyebabkan keterlambatan pengiriman, biasanya diakibatkan oleh mobil yang diinginkan konsumen tidak tersedia di gudang PT Elite Bursa Cabang Kisaran. Baiknya Dalam kasus yang dihadapi perusahaan ini berhubungan dengan saluran distribusi yang digunakan agar unit atau produk bisa sampai ke pelanggan tepat waktu dan tepat sasaran.

LANDASAN TEORI

Manajemen Operasional (Assauri, 2012), menyatakan bahwa manajemen operasional ialah sebuah sistem manajemen atau serangkaian proses dalam suatu pembuatan produk atau penyediaan jasa. Manajemen operasional merupakan suatu pengolahan dalam semua faktor

produksi yang tersedia baik itu berupa tenaga kerja, mesin-mesin, peralatan, bahan mentah, dan faktor produksi lainnya, untuk menghasilkan barang atau jasa yang bias diterima di pasaran (Ismaya, 2013) Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen operasional ialah serangkaian proses yang menghasilkan nilai tambah melalui proses transformasi dari sumber daya dan menghasilkan produk berupa barang dan jasa, serta memastikan nilai berhasil diterima oleh konsumen. Saluran Distribusi Menurut (Philip., 2012) Saluran distribusi merupakan suatu jaringan institusi yang saling bergantung dimana melakukan fungsi yang logistik yang diperlukan untuk keperluan konsumsi. Sedangkan (Alma, 2011) Saluran distribusi adalah kombinasi saluran-saluran distribusi untuk menyampaikan produk perusahaan ke pengguna akhir. saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa saluran distribusi merupakan suatu proses penyaluran atau penyampaian suatu produk dari tangan produsen hingga sampai ke tangan konsumen dengan kondisi produk yang siap untuk di konsumsi. Saluran distribusi pada dasarnya merupakan perantara yang menjembatani antara produsen dan konsumen. Perantara tersebut dapat digolongkan kedalam dua golongan, yaitu: pedagang perantara dan agen perantara. Perbedaannya terletak pada aspek pemilikan serta proses negosiasi dalam pemindahan produk yang disalurkan tersebut. Pengertian dari pedagang perantara dan agen perantara sebagai berikut (Ismaya, 2013)

1. Perantara Pedagang Pada dasarnya, perantara pedagang bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang dipasarkannya atau dengan kata lain pedagang punya hak atas kepemilikan. Ada dua kelompok yang termasuk dalam pedagang perantara, yaitu: pedagang besar dan pengecer. Namun tidak menutup kemungkinan selain membuat barang juga memperdagangkannya.
2. Perantara Agen Perantara agen mempunyai hak milik semua barang yang mereka tangani. Mereka dapat digolongkan ke dalam dua golongan yaitu:
 - a. Agen penunjang terdiri dari: Agen pembelian dan penjualan, Ageng pengangkutan dan Agen Penyimpanan,
 - b. Agen pelengkap terdiri dari: Agen yang membantu dalam bidang financial, Agen yang membantu dalam bidang keputusan, Agen yang dapat memberikan informasi, Agen khusus.

Distribusi Menurut (Kotler Philip, 2010) Distribusi atau place adalah proses menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada target konsumen. Dari saluran distribusi untuk consumer product market, perantara yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah retailer atau pengecer. Dari definisi tersebut dapat di tarik kesimpulan bahwa distribusi merupakan suatu proses penyaluran barang dan jasa dari tangan produsen hingga ke tangan konsumen baik secara langsung maupun dengan menggunakan perantara. Berikut ini adalah beberapa proses atau tahap distribusi, diantaranya:

1. Pengangkutan (transportasi), merupakan kegiatan awal yang dilakukan dari pabrik menuju pusat pembelian. Kegiatan ini dilakukan dengan kendaraan pengangkut barang yang mengangkutnya ke berbagai wilayah misalnya pasar ataupun ke daerah-daerah menggunakan transportasi darat, laut, ataupun udara.

2. Penjualan (selling), merupakan proses atau kegiatan yang dilakukan produsen kepada toko-toko yang ingin memasarkan ke pembeli-pembeli yang ingin membelinya. Kegiatan ini langsung dilakukan setelah transportasi telah dilakukan dan kemudian pihak toko membelinya atau mungkin saja pihak toko telah memesan barang yang di inginkan untuk dijual kedepannya.
3. Pembelian (buying), merupakan proses atau kegiatan penyaluran barang tadi yang berasal dari toko. Pihak toko kemudian menjualkan barang yang diterima tadi baik itu dengan menjualnya persatuan ataupun perkardus tergantung konsumen.

Distribusi Fisik Menurut (Ismaya, 2013) distribusi fisik atau logistik ini melibatkan perencanaan, penerapan dan pengendalian arus fisik bahan-bahan baku dan barang jadi dari titik asal ke titik konsumen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan pada keuntungan tertentu. Ada beberapa macam saluran distribusi barang menurut (Assauri, 2012) :

- a. Produsen - Pemakai Industri
- b. Produsen - Distributor Industri - Pemakai Industri
- c. Produsen - Agen - Pemakai Industri
- d. Produsen - Agen - Distributor Industri - Pemakai Industri Menurut Stanton dalam bukunya "Prinsip Pemasaran" (1998 : 101), kegiatan distribusi fisik tersusun atas lima subsistem. Adapun kelima subsistem tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemrosesan pesanan (order processing)
2. Pengendalian persediaan (inventory control)
3. Penanganan barang (material handling)
4. Pergudangan (ware housing)
5. Pengangkutan (transportation)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian Penelitian ini merupakan penelitian jenis deskriptif karena tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Pendekatan kualitatif diperoleh antara lain informasi mengenai PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, berupa gambaran umum sejarah berdirinya PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, struktur organisasi, dan informasi mengenai saluran distribusi pada PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, waktu penelitian akan disesuaikan. Populasi Menurut Sugiyono (2008 : 115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil adalah pegawai PT. Elite Bursa Cabang Kisaran. Informan Informan yang digunakan yaitu Kepala Cabang, Koordinator Gudang Kendaraan / PDI, tiga orang Sales PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, dan 2 orang Konsumen PT. Elite Bursa Cabang Kisaran. Teknik Sampling Penelitian ini mengambil metode Snowball Sampling: Teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian membesar.

Metode Pengumpulan Data Metode Pengumpulan data ialah cara atau teknik yang dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan dan mengumpulkan data atau informasi sebanyak-banyaknya dan cara yang paling relevan dengan masalah yang diangkat serta bisa dipertanggung jawabkan atas data tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan cara teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan, adalah wawancara. Wawancara merupakan serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang memfokuskan pada permasalahan peneliti yang

digunakan sebagai pedoman bagi peneliti dalam melakukan wawancara dengan informan. Metode Analisis Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif.

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu ituasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif lebih lanjut mementingkan pada proses dibandingkan dengan hal-hal yang bersifat praktis. Pada pendekatan ini, metode penelitian diarahkan untuk mendapatkan informasi atau gambaran detail dari persepsi responden sebagai partisipan rantai pasokan suatu fenomena yang terjadi dalam satu unit

sosial tertentu. Untuk mempermudah penelitian, dalam proses menganalisis berbagai data, maka penelitian ini menggunakan dua pendekatan yakni:

1. Analisis sebelum di Lapangan Proses penelitian kualitatif berlangsung sebelum peneliti terjun ke lapangan. Dalam penelitian ini sebelum terjun ke lapangan peneliti melakukan analisis terhadap berbagai data yang berkaitan dengan proses distribusi produk dari pabrik hingga sampai ke tangan konsumen dan juga fenomena-fenomena yang terjadi proses distribusi sebuah perusahaan.
2. Analisis di lapangan menggunakan model Miles dan Huberman
Miles dan Huberman dalam Bungin (2003:69) menyatakan bahwa aktifitas dalam analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas. Aktifitas analisis data sebagaimana yang diungkapkan tersebut meliputi 3 unsur, yaitu:
 - a. Reduksi Data Reduksi data merupakan langkah awal dalam menganalisis data dalam sebuah penelitian. Kegiatan reduksi data dalam penelitian bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam memahami data yang dikumpulkan. Proses mereduksi data dalam penelitian ini merupakan bagian analisis untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, mengorganisasi data dengan baik sehingga proses kesimpulan akhir nanti terlaksana dengan baik.
 - b. Penyajian Data Data dalam proses penyajian data, peneliti menyajikan data secara jelas dan singkat untuk memudahkan dalam memahami masalah-masalah yang diteliti, baik secara keseluruhan maupun bagian demi bagian. Penyajian data dalam penelitian ini tidaklah terpisah dari analisis data. Penelitian ini menggambarkan secara umum hasil penelitian dari lokasi penelitian yang tergambar dari segala aktifitasnya.
 - c. Penarikan Kesimpulan Penarikan kesimpulan adalah bagian ketiga dan unsur penting dalam teknik analisis data pada penelitian kualitatif. Dari proses pengumpulan data, peneliti mencatat semua proses yang terjadi, melihat sebab akibat dalam sebuah penelitian.

Dari berbagai aktifitas yang dimaksud, maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan data-data awal yang telah ditemukan, data-data tersebut masih bersifat sementara. Penarikan kesimpulan ini berubah menjadi kesimpulan akhir yang akurat dan kredibel karena proses pengumpulan data oleh peneliti menemukan bukti-bukti yang kuat, valid, dan konsisten dalam mendukung data-data awal tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian Deskripsi Informan Dalam penelitian terdapat 7 informan yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti. Informan tersebut adalah kepala cabang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, kepala gudang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, tiga orang sales PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, dan 2 orang konsumen PT. Elite Bursa Cabang Kisaran.

Deskripsi Variabel Kegiatan distribusi fisik yang dilakukan oleh setiap perusahaan mencakup juga transportasi yang pada dasarnya mengantarkan produk dari lokasi tempat produk tersebut diproduksi sampai tempat pada produk akan atau dijual kembali hingga ke tangan konsumen. Saluran distribusi yang diterapkan PT. Elite Bursa Cabang Kisaran adalah saluran tingkat satu yakni melalui dealer karena adanya keterbatasan dari PT. Elite Bursa Cabang Kisaran untuk lebih dekat dengan konsumen. Dengan diangkatnya dealer sebagai perpanjangan tangan Hasjrat Abadi tentunya konsumen yang berada di pedesaan akan jauh lebih mudah dijangkau karena keberadaan dealer. Untuk lebih meyakinkan bahwa harga, kualitas barang tidak berbeda, maka secara fisik dibuatlah bentuk showroom yang sama dengan PT. Elite Bursa Cabang Kisaran yang diistilahkan dengan penyeragaman interior dan eksterior. Selain dengan bantuan dealer yang telah diangkat secara resmi oleh PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, penjualan unit pun dapat langsung dilayani oleh PT. Elite Bursa Cabang Kisaran.

Penjualan tersebut dapat melalui salesman maupun konsumen yang langsung ke showroom. Dengan kata lain PT. Elite Bursa Cabang Kisaran juga menggunakan saluran distribusi tingkat nol. Dengan dilakukannya distribusi menggunakan dua saluran, membuat perusahaan mampu memaksimalkan kinerja karyawan serta memenuhi kebutuhan konsumen. Aktivitas pendistribusian barang merupakan aktivitas yang tidak luput dari hambatan-hambatan. PT. Elite Bursa Cabang Kisaran pun sering dihadapi dengan hambatan. Hambatan yang sering dihadapi PT. Elite Bursa Cabang Kisaran yaitu keterlambatan pengiriman mobil dari kantor Head Office. Keterlambatan terjadi karena mobil yang akan dikirimkan ke tiap kantor cabang dari Head Office harus menunggu kapal angkut. Hal ini tentu saja menghambat karena konsumen harus menunggu lebih lama lagi. Deskripsi Hasil Menurut dari hasil wawancara yang dilakukan di PT. Elite Bursa Cabang Kisaran ada masalah yang dihadapi oleh PT. Elite Bursa Cabang Kisaran

dalam pendistribusian. Masalah tersebut adalah sering terjadinya keterlambatan pengiriman produk yang tidak tersedia digudang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran kepada konsumen, sehingga perusahaan sering mendapatkan komplein dari konsumen. Masalah ini sendiri biasanya diakibatkan oleh mobil yang dibeli oleh konsumen tidak tersedia di gudang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran sehingga masih harus di pesan ke kantor pusat di Jakarta.

Metode Penerimaan Order Metode pendistribusian mobil PT. Elite Bursa Cabang Kisaran adalah ketika persyaratan dokumen pembelian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen telah dilengkapi oleh konsumen dan telah disetujui oleh Kepala Cabang, maka perusahaan akan segera melakukan proses pengiriman atau penyerahan mobil kepada konsumen. Apabila mobil yang dipesan oleh konsumen tersedia di gudang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, mobil akan sampai ke tangan konsumen dalam waktu dua hari atau paling lama satu minggu setelah lulus berkas lengkap dan persetujuan dari kepala cabang. Namun apabila mobil yang dipesan oleh konsumen tidak tersedia di gudang maka mobil akan sampai ketangan konsumen biasanya memerlukan waktu yang agak lama dibandingkan dengan mobil yang tersedia di gudang, waktu tunggu untuk mobil sampai ketangan kosumen paling lama dua minggu.

Ketika mobil yang dipesan oleh konsumen tidak ada di gudang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran, perusahaan akan memberikan informasi secepat mungkin kepada konsumen yang melakukan pemesanan karena konsumen harus menunggu paling lama dua minggu. Jadwal pengiriman mobil disesuaikan dengan stok yang tersedia digudang PT. Elite Bursa Cabang Kisaran Apabila mobil yang dipesan tersedia maka akan dibuat jadwal pengiriman atau penyerahan kepada konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Abadi PT. Elite Bursa Cabang Kisaran mengenai analisis saluran distribusi mobil. Maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa saluran distribusi yang digunakan PT. Elite Bursa Cabang Kisaran adalah dengan menggunakan saluran distribusi tingkat nol dan saluran distribusi tingkat satu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
Assauri, S. (2012). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. Jakarta: Raja Perkas.
Ismaya, S. (2013). IKamus Akuntansi. Bandung: Pustaka Gramedia.
Kotler Philip, d. A. (2010). . Prinsip-Prinsip Pemasaran. edisi kedua jilid. Bandung: Alfabeta.
Philip., K. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT Prenhallindo.