

Hal ini disebabkan karena barang yang dipasarkan tersebut seperti *casing* memiliki sifat musiman. Munculnya *casing-casing* variasi jika terlambat 2 minggu sampai dengan 1 bulan maka *casing-casing* tersebut tidak lagi menjadi *casing* variasi terbaru. Model-model *handphone* berubah terus mengikuti zaman dan *casing* variasi tersebut mengikuti model *handphone* terbaru.

Barang *accessories* yang dipasarkan Beringin *PhoneShop* ini diambil dari Jakarta di suatu agen besar yaitu Roxy Mas. Jadi saat pemesanan *accessories* khususnya *casing*, perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan pihak agen sehingga barang yang dikirim nantinya tidak mengalami ketinggalan dengan barang-barang yang sedang beredar. Barang yang ketinggalan tersebut dapat menyebabkan kekecewaan pada para pengecer maupun konsumen.

Beringin *PhoneShop* merupakan perusahaan yang mendistribusikan sekaligus menjual barang *accessories handphone* berbagai jenis. Adapun saluran distribusi yang digunakan perusahaan ini adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung, yaitu menjual kepada konsumen yang datang langsung ke perusahaan, serta pemilik *counter-counter* yang merupakan langganan (pengecer). Saluran distribusi tidak langsung, yaitu distribusi melalui *salesman* atau tenaga penjual, di mana *salesman* ini akan melakukan penawaran ke toko-toko dan *counter-counter* kemudian para pengecer ini (toko dan *counter*) akan menjual barang tersebut kepada konsumen.

Selain menggunakan tenaga penjual dalam kegiatan penjualannya, perusahaan juga menerima pemesanan lewat telepon, dimana konsumen

menghubungi Beringin *PhoneShop* untuk melakukan pemesanan *accessories* atau sebaliknya perusahaan yang akan menghubungi para pelanggannya.

Pada dasarnya tujuan setiap perusahaan yang utama adalah untuk memperoleh laba yang maksimal. Dengan demikian perusahaan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaannya, serta selalu berusaha mengembangkan dan memperluas daerah penjualannya. Pemasaran memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap maju atau mundurnya suatu perusahaan. Akan tetapi apabila sebaliknya penghasilan perusahaan menurun, maka perusahaan akan mencari cara atau strategi-strategi untuk meningkatkan penjualannya.

Berikut ini disajikan tabel Penjualan *Handphone* dan *Accessories* pada Beringin *PhoneShop* Palembang dari tahun 2000 sampai dengan tahun 2004 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Penjualan Hand Phone dan Accessories pada Beringin Phone Shop

Tahun 2000-2004

Tahun	Relasi Penjualan				Jumlah	Kenaikan / Penurunan Penjualan	Persentase Kenaikan / Penurunan Hasil Penjualan terhadap Total Hasil Penjualan							
	Dalam Kota		Luar Kota				Dalam Kota		Luar Kota		Total			
	(Pusat) PTC	Megaraih					(Pusat) PTC	Megaraih						
2000	Rp512,342,000	-	-	-	Rp 512,342,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2001	Rp520,110,000	-	-	-	Rp 520,110,000	Rp 7,768,000	1,52%	-	-	-	-	-	-	1,52%
2002	Rp470,234,000	Rp513,984,000	-	-	Rp1,002,218,000	Rp 482,108,000	(9,59%)	-	-	-	-	-	-	(9,59%)
2003	Rp493,221,000	Rp539,010,000	-	-	Rp1,032,231,000	Rp 30,013,000	4,89%	1,32%	-	-	-	-	-	6,21%
2004	Rp489,334,000	Rp543,274,000	Rp965,705,000	-	Rp1,998,919,000	Rp 966,688,000	(0,79%)	0,79%	-	-	-	-	-	0%

Sumber : Beringin Phone Shop

Dilihat dari tabel pencatatan jumlah penjualan Pada *Beringin PhoneShop* dari tahun 2000 s/d 2004 yang bersumber dari dalam maupun luar kota, yaitu :

Tahun 2000 : Pada *Beringin PhoneShop* di pusat (PTC) tercatat sebesar Rp. 512.342.000,-, untuk di Megariah Rp. - dan luar kota Rp. -. Jadi pada tahun 2000 seluruh penjualan berasal dari pusat (PTC) yaitu dengan jumlah total Rp. 512.342.000,-.

Tahun 2001 : Pada *Beringin PhoneShop* di pusat (PTC) tercatat sebesar Rp. 520.110.000,-, untuk di Megariah Rp. - dan luar kota Rp. -. Jadi di tahun 2001 keseluruhan penjualan berasal dari pusat (PTC) yaitu dengan jumlah total Rp. 520.110.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah didapat dari dalam kota khususnya pada pusat (PTC) sebesar 1,52%, sehingga total keseluruhan adalah 1,52%).

Tahun 2002 : Pada *Beringin PhoneShop* pusat (PTC) tercatat sebesar Rp. 470.234.000,-, untuk Megariah sebesar Rp. 513.984.000,- sedangkan luar kota Rp. -. Jadi keseluruhan penjualan berjumlah total Rp. 1.002.218.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah didapat dari dalam kota khususnya pusat (PTC) yang mengalami penurunan sebesar 9,59%, sehingga ditahun 2002 untuk keseluruhannya mengalami penurunan 9,59%).

Tahun 2003: Pada *Beringin PhoneShop* pusat (PTC) tercatat sebesar Rp. 493.221.000,-, untuk Megariah sebesar Rp. 539.010.000,-

sedangkan dari luar kota Rp. -. Jadi total keseluruhan penjualan sebesar Rp. 1.032.231.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah di dapat dari dalam kota yaitu pusat (PTC) sebesar 4,89% dan Megariah 1,32%, sehingga di tahun 2003 jumlah keseluruhannya adalah 6,21%).

Tahun 2004 : Pada Beringin *PhoneShop* pusat (PTC) tercatat sebesar Rp. 489.334.000,-, untuk Megariah sebesar Rp. 543.274.000,- dan dari luar kota sebesar Rp. 965.705.000,-. Jadi keseluruhan total hasil penjualan yang didapat sebesar Rp. 1.998.313.000,- (persentasi kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah untuk pusat (PTC) mengalami penurunan 0,79% dan Megariah mengalami kenaikan 0,79%, sehingga di tahun 2004 ini total keseluruhannya 0%).

Dari data di atas menurut pencatatan penjualan per tahun, di tahun 2000 dan 2001 dilihat pada bagian dalam kota khususnya megariah tidak ada penjualan karena kebakaran megariah *shopping center* ditahun 2002. Sedangkan jika dilihat di kolom bagian luar kota tahun 2000 s/d 2003 tidak ada penjualan karena diketahui penjualan keluar kota baru diterapkan pada tahun 2004.

Disini perlu dijelaskan bahwa penjualan di pusat terdiri dari 2 (dua) tempat yang berbeda yaitu di PTC (*Palembang Trade Center*) dan Megariah *Shopping Center*. Tahun 2000 s/d 2003 pusat Beringin *PhoneShop* terletak di Dempo Luar Jl. Lingkaran No.21, lalu sejak *Palembang Trade Center* dibuka, Beringin *PhoneShop* pindah ke pertokoan *Palembang Trade Center* Jl. R. Sukanto

komplek pertokoan Blok G30. Beringin *PhoneShop* juga berlokasi di Megariah *Shopping Center* yang dibuka pada tahun 2001, di lantai dasar Blok B7.

Seiring berjalannya waktu, maka tahun 2004, Beringin *PhoneShop* mencoba untuk memperluas daerah penjualan dengan cara meng-*order* barang keluar kota antara lain : Prabumulih, Baturaja, Muara Enim, Lubuk Linggau, Sekayu, Muara Dua, Belitang dan lain-lain.

Dari data diatas, hasil yang telah didapat dan cara yang ditempuh Beringin *PhoneShop*, sudah cukup baik, hal tersebut dikarenakan ada usaha yang dilakukan untuk memperoleh yang diinginkan dengan berbagai cara, antara lain membuka/memperlebar wilayah penjualan yang sangat baik, yaitu ditempat yang sangat strategis dan merupakan lingkungan pasar.

Adapun perusahaan pesaing yang merupakan salah satu perusahaan yang dikatakan cukup memiliki pangsa pasar yang besar. Perusahaan tersebut adalah *Polaris PhoneShop* yang berpusat di rumah dan bercabang di *Palembang Square Mall*, selain itu juga melakukan penjualan ke luar kota.

Polaris PhoneShop ini melakukan penjualan di rumah yang beralamat samping Bank Permata lorong Sepak Raga dari tahun 2002 sampai dengan 2004. Di tahun 2005 *Polaris PhoneShop* membuka toko di Pulau Mas Lantai 1 yang beberapa waktu yang lalu mengalami kebakaran. Oleh karena itu pindah ke Jln. Dempo Luar depan *Carmeta Tour*. Sebagai bahan perbandingan berikut ini disajikan tabel penjualan *handphone* dan *accessories* pada *Polaris PhoneShop* dari tahun 2002-2006 sebagai berikut :

Tabel 1.2.

Penjualan Hand Phone dan Accessories Pada *Polaris Phone Shop*

Tahun 2002-2006

Tahun	Relasi Penjualan			Jumlah	Kenaikan / Penurunan Penjualan	Persentase Kenaikan/Penurunan Hasil Penjualan terhadap Total Hasil Penjualan			
	Dalam Kota		Luar Kota			Dalam Kota		Luar Kota	Total
	(Pusat) Dempo	PS				(Pusat) Dempo	PS		
2002	Rp 336.550.000	-	-	Rp 336.550.000	-	-	-	-	
2003	Rp 350.150.000	-	-	Rp 350.150.000	Rp 13.600.000	-	4,04%	4,04%	
2004	Rp 369.441.000	Rp 228.060.000	-	Rp 597.501.000	Rp 247.351.000	-	5,51%	5,51%	
2005	Rp 400.070.000	Rp 270.650.000	-	Rp 670.720.000	Rp 73.219.000	-	8,30%	26,97%	
2006	Rp 380.035.000	Rp 274.221.000	Rp 720.310.000	Rp 1.374.566.000	Rp 703.846.000	-	(5,01%)	(3,69%)	

Sumber : *Polaris Phone Shop*

Berdasarkan tabel penjualan *handphone* dan *accessories* pada *Polaris PhoneShop* dari tahun 2002-2006 yang bersumber dari dalam maupun luar kota, yaitu :

Tahun 2002 : Pada *Polaris PhoneShop* di pusat (Dempo) tercatat sebesar Rp. 336.550.000,-, untuk di PS Rp. – dan luar kota Rp. -. Jadi keseluruhan penjualan berjumlah total Rp. 336.550.000,-.

Tahun 2003 : Pada *Polaris PhoneShop* di pusat (Dempo) tercatat sebesar Rp. 350.150.000,-, untuk di PS Rp. – dan luar kota Rp. -.Jadi di tahun 2003 keseluruhan penjualan berasal dari pusat (Dempo) yaitu dengan jumlah total Rp. 350.150.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah didapat dari dalam kota khususnya pada pusat (Dempo) sebesar 4,04%, sehingga total keseluruhan adalah 1,52%).

Tahun 2004 : Pada *Polaris PhoneShop* di pusat (Dempo) tercatat sebesar Rp. 369.441.000,-, untuk di PS Rp. 228.060.000,- sedangkan luar kota Rp. -. Jadi keseluruhan penjualan berjumlah total Rp. 597.501.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah didapat dari dalam kota khususnya pusat (Dempo) yang mengalami kenaikan sebesar 5,51%, sehingga total keseluruhannya mengalami kenaikan 5,51%).

Tahun 2005: Pada *Polaris PhoneShop* di pusat (Dempo) tercatat sebesar Rp. 400.070.000,-, untuk di PS sebesar Rp. 270.650.000,-,

sedangkan dari luar kota Rp. -. Jadi total keseluruhan penjualan sebesar Rp. 670.720.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan total hasil penjualan adalah di dapat dari dalam kota yaitu pusat (Dempo) sebesar 8,3% dan PS 18,67%, sehingga di tahun 2005 jumlah keseluruhannya adalah 26,97%).

Tahun 2006 : Pada *Polaris PhoneShop* di pusat (Dempo) tercatat sebesar Rp. 380.035.000,-, untuk di PS sebesar Rp. 274.221.000,- dan dari luar kota sebesar Rp. 720.310.000,-. Jadi keseluruhan total hasil penjualan yang didapat sebesar Rp. 1.374.566.000,- (persentase kenaikan/penurunan hasil penjualan terhadap total hasil penjualan adalah untuk pusat (Dempo) mengalami penurunan 5,01% dan PS mengalami kenaikan 1,32%, sehingga di tahun 2006 total keseluruhannya mengalami penurunan 3,69%).

Salah satu fungsi yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran adalah fungsi saluran distribusi. Saluran distribusi memiliki fungsi sebagai perantara yang menjembatani jarak antara produsen dan konsumen. Saluran distribusi menyangkut pemindahan sejumlah barang dari gudang sampai ketempat konsumen setelah melalui beberapa lembaga perantara. Kegiatan distribusi meliputi penentuan lembaga perantara, penentuan lokasi peredaran serta penyampaiannya, penetapan prosedur pemesanan dan metode pengangkutan.

Adanya saluran distribusi dan metode pengangkutan mempermudah konsumen untuk mendapatkan barang pada waktu yang tepat dari perusahaan kepada konsumen. Hal ini tentu saja dapat meningkatkan citra perusahaan,

sehingga perusahaan dapat bertahan dalam arena persaingan dan bahkan dapat memperoleh keuntungan yang diinginkan.

Dalam melakukan *order* keluar kota khususnya menjual *accessories hand phone*, penelitian ini dibuat guna mengetahui saluran distribusi Beringin *Phone Shop*. Dalam penelitian ini Beringin *Phone Shop* mengalami masalah dalam saluran distribusinya, antara lain :

1. Untuk penjualan ke luar kota kurang terlayani. Dikatakan kurang terlayani karena banyak permintaan dari luar kota lewat telepon yang meminta untuk datang karena kehabisan *accessories hand phone*. Selain itu Para perantara perusahaan, yaitu distributor dan pedagang besar kurang dapat menjangkau daerah-daerah potensial, sehingga banyak daerah yang belum dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.
2. Kurang akuratnya dalam melakukan pemesanan barang yang mengakibatkan barang kosong di gudang.

Karena begitu pentingnya peranan saluran distribusi bagi pemasaran dalam menyalurkan barang secara baik, maka perusahaan harus dapat melakukan pemilihan saluran distribusi dengan tepat dan terkelola dengan baik agar barang yang dipasarkan tersebut dapat ditemukan dipasaran dan menjangkau setiap konsumen. Dengan demikian tujuan perusahaan untuk mendapatkan laba dapat terpenuhi dan otomatis kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin.

Berikut ini ditinjau dari segi 4P, yaitu : *Product* = Produk, *Place* = Distribusi, *Promotion* = promosi dan *Price* = Harga.

Ditinjau dari segi produk, produk yang dipasarkan merupakan barang yang menjadi kebutuhan masyarakat.

Ditinjau dari segi promosi, bagi pedagang atau pengecer akan mendapat bonus-bonus dari pembelian sesuai dengan besarnya jumlah pengambilan, sedangkan bagi konsumen yang datang langsung akan diberikan *souvenir* yang bertujuan untuk perkenalan.

Ditinjau dari segi harga, harga yang ditawarkan kepada pengecer maupun konsumen langsung bisa dianggap cukup bersaing, karena sudah banyak *counter-counter hand phone* yang beroperasi sekarang ini. Jika menjual barang dengan keuntungan yang besar atau harga yang mahal, maka akan menimbulkan kekecewaan baik kepada pengecer maupun konsumen. Lagipula kebanyakan pengecer dan konsumen sekarang telah mengetahui pasaran harga *handphone* maupun *accessoriesnya*.

Ditinjau dari segi distribusi, khususnya untuk *order* keluar kota yang berhubungan dengan pekerjaan yang dilakukan penulis. Dilihat dari arus masuk dari tahun 2000 s/d 2004 memang mengalami kenaikan, hal itu berarti perorderan keluar kota memberikan potensi yang baik bagi perusahaan. Tetapi yang penulis alami, masih banyak pemesanan lewat telepon untuk meng*order* barang. Jadi pemesanan barang luar kota masih banyak yang tidak terlayani dengan baik.

Maka dari itu saya bermaksud melakukan penelitian saluran distribusi perusahaan dan semoga dapat memberikan masukan / pendapat yang dapat di pertimbangkan perusahaan dalam menjalankan sistemnya guna meningkatkan pendapatan perusahaan.

Berdasarkan uraian yang tertera diatas, maka dilakukan penulisan karya ilmiah berupa skripsi dalam bidang manajemen pemasaran yang menggambarkan subjek penelitian pada Beringin *PhoneShop* Palembang dengan judul : Analisis kegiatan Saluran Distribusi untuk meningkatkan volume penjualan *handphone* dan *accessories handphone* pada Beringin *PhoneShop* Palembang.

B. Perumusan Masalah

Saluran distribusi dalam suatu perusahaan sangat penting peranannya sebab merupakan faktor yang dapat menentukan maju mundurnya perusahaan. Pemilihan dan penentuan saluran distribusi yang tepat akan mendorong peningkatan *volume* penjualan, yang akan mendapat laba yang diinginkan sesuai tujuan perusahaan. Sebaliknya jika penentuan saluran distribusi tidak tepat, maka akan merugikan perusahaan.

Saluran distribusi pada Beringin *PhoneShop* kurang berjalan lancar karena luasnya pemasaran didalam kota Palembang, Prabumulih, Baturaja, Lahat, Muara Dua dan kota-kota lain yang dilayani oleh distributor perusahaan. Hal tersebut mengakibatkan daerah yang potensial kurang tertangani/terlayani secara optimal dan juga perusahaan tersebut tersaingi oleh perusahaan pesaing lainnya.

Adapun permasalahan yang ditemui pada Beringin *PhoneShop* disaluran distribusinya adalah : Menentukan Saluran Distribusi yang baik untuk diterapkan yang dapat meningkatkan volume penjualan baik dalam kota maupun luar kota.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah :

1. Untuk mengetahui saluran distribusi yang digunakan dan dilakukan oleh Beringin *PhoneShop*.
2. Membantu Beringin *PhoneShop* menentukan saluran distribusi yang baik.
3. Memberikan solusi dalam memperbaiki saluran distribusinya.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah :

1. Bagi Penulis

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan *study* pada perguruan tinggi.

2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mempertimbangkan sebagai masukan tentang penyaluran/ distribusi pemasaran *accessories handphone* yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan.

3. Bagi Pihak Lainnya

Dapat digunakan sebagai bahan dalam penelitian yang sejenis.

E. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus yaitu memusatkan penelitian secara mendalam pada objek yang diteliti.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah Beringin *PhoneShop* Palembang. Sedangkan objek penelitian adalah “Usaha dalam saluran distribusi pada Beringin *PhoneShop* demi meningkatkan pendapatan”.

3. Sumber Data

a. Data Internal

Mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara meneliti langsung ketempat perusahaan dimana masalah-masalah itu timbul, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas mengenai permasalahan tersebut khususnya masalah pendistribusian

b. Data Eksternal

Dalam rangka untuk memperoleh landasan teori, dilakukan studi keperpustakaan dengan cara membaca buku yang berhubungan dengan penulisan karya ilmiah ini dan mengutip teori-teori yang ada.

4. Teknik Analisa Data

Metode Kualitatif, yaitu menganalisis dan menjabarkan apa yang terjadi pada angka-angka yang diperoleh dari hasil analisis kuantitatif dengan cara membandingkan data dengan teori.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan karya ilmiah berupa skripsi ini, agar lebih terarah maka penulisan ini akan dibagi menjadi 5 Bab, dimana antara bab satu dengan bab

yang lainnya saling berkaitan dan merupakan satu kesatuan. Adapun bab-bab tersebut adalah sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini seperti, pengertian pemasaran, fungsi pemasaran, bauran pemasaran, pengertian saluran distribusi, fungsi saluran distribusi, tipe-tipe saluran distribusi, distribusi fisik.

Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi dan pembagian fungsi, pengembangan aktifitas perusahaan.

Bab IV Pembahasan

Dalam bab ini akan dilakukan penelitian tentang pelaksanaan kegiatan saluran distribusi yang telah dijalankan perusahaan, kegiatan distribusi fisik, pengaruh kegiatan distribusi terhadap penjualan dan analisis masalah yang dihadapi perusahaan dalam menyalurkan barang-barang.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir yang memuat simpulan dari apa yang telah dirumuskan dalam bab sebelumnya, dan mencoba untuk

menyajikan dasar-dasar yang dapat berguna sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan saluran distribusi.