

ABSTRAKSI

RINI, Tinjauan Terhadap Fungsi-Fungsi Pedagang Besar Pada PD. Mariza Product Palembang (di bawah bimbingan Drs. Muchtar Humaidi dan Anastasia Sri Mendari, SE, MM).

Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dilakukan melalui pemasaran. Hal ini terutama disebabkan karena proses pemasaran menambah kegunaan dari produk yang ada, yaitu kegunaan karena waktu, tempat dan kepemilikan. Jadi fungsi pemasaran seperti pembelian, penjualan, pengangkutan dan pergudangan merupakan proses untuk menambah kegunaan produk yang ada.

PD. Mariza Product merupakan badan usaha yang bergerak di bidang pemasaran makanan dan berfungsi sebagai pedagang besar. Fungsi-fungsi yang dijalankan oleh perusahaan selama ini seperti melakukan transaksi pembelian barang dagangan kepada perusahaan pusat dengan maksud untuk dijual kembali, menyediakan transportasi untuk mengantar barang sampai ke konsumen, memberikan potongan harga, memberikan sistem pembayaran secara tunai dan kredit.

Adapun fungsi-fungsi pedagang besar sebenarnya meliputi banyak fungsi, seperti menjual dan mempromosikan, membeli dan menciptakan jenis barang, memikul resiko, menyediakan informasi pasar dan menyediakan jasa serta saran manajemen. Akan tetapi walaupun hampir sebagian fungsi pedagang besar telah dijalankan oleh PD. Mariza Product, namun itu semua belum sepenuhnya dapat dijalankan dengan baik oleh perusahaan. Oleh karena itu berdasarkan survei dan analisa yang penulis lakukan pada PD. Mariza Product Palembang, masalah yang dijumpai pada perusahaan tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

1. Apakah fungsi-fungsi pedagang besar telah dijalankan dengan baik.
2. Upaya apa yang harus dilaksanakan perusahaan dalam menjalankan peranannya sebagai pedagang besar secara optimal.

Selama ini PD. Mariza Product belum melaksanakan fungsi-fungsinya sebagai pedagang besar yang baik, terutama fungsi pembelian dan pergudangan. Pembelian perusahaan saat ini menggunakan metode *just ini time*, sehingga sering terjadi kekurangan stock barang dagangan karena perusahaan takut menanggung resiko kerugian akibat menurunnya jumlah permintaan.

Di lain pihak sistem pergudangan yang kurang baik mengakibatkan terjadinya penumpukan barang di gudang, terutama antara barang yang masih baik dengan barang yang sudah rusak. Untuk itu perusahaan harus mempunyai jadwal pembelian yang terencana dan sistem pergudangan yang lebih baik.

Selain faktor intern di atas, perusahaan juga harus menjalin kerjasama yang lebih erat dengan toko-toko maupun pusat perbelanjaan selaku pengecer untuk menjalankan fungsinya sebagai pedagang besar secara optimal.