

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat UD Sarana Agro Utama

Pada tahun 2007 pemilik membuat sebuah toko kecil dengan membeli produk pestisida kemudian menjualnya kembali. Produk yang dijual pun masih sedikit dan belum ada alat pertanian. Pemilik perusahaan terinspirasi menjual obat pertanian karena di daerahnya baru sedikit toko yang menjual obat pertanian. Itupun jaraknya lumayan jauh. Selain itu, melihat daerah undaan yang sebagian besar mata pencahariannya sebagai petani, maka akan menjadi peluang besar untuk usahanya.

Dari tahun ke tahun usahanya semakin berkembang dengan produk yang semakin lengkap dan pelanggannya sudah mulai banyak. Pada tahun 2013 dengan keuntungan yang sudah didapat, digunakan sebagai modal untuk membeli merek obat pertanian. Mereknya pun yang sudah dikenal dikalangan pertanian, yaitu laser. Melihat usahanya yang semakin berkembang pesat, agar usahanya memiliki identitas, pemilik perusahaan mengajukan izin usahanya tersebut tahun 2014 menjadi Usaha Dagang (UD). Usaha dagang tersebut dinamakan UD Sarana Agro Utama.

Berbagai toko obat pertanian didatangi untuk menyalurkan produknya mulai dari kota Kudus sendiri sampai luar kota bahkan sampai luar Jawa. Setelah penyaluran produknya berjalan lancar, kemudian pemilik mendirikan cabang di Brebes. Anggota saluran pun semakin bertambah. Selanjutnya pada tahun 2016, pemilik perusahaan menambah jrnis produknya dengan menjual berbagai macam benih palawija dan benih padi, serta alat-alat pertanian. UD Sarana Agro Utama terletak di Desa Karangrowo Dukuh Ngelo RT 02 RW 03, Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Letak yang sangat strategis karena pinggir jalan utama, diwilayah kampung mata pencahariannya petani dan mudah dijangkau transportasi. Sehingga perusahaan mengalami kemajuan yang begitu pesat, maka UD Sarana Agro Utama mampu menyediakan semua kebutuhan petani.<sup>1</sup>

---

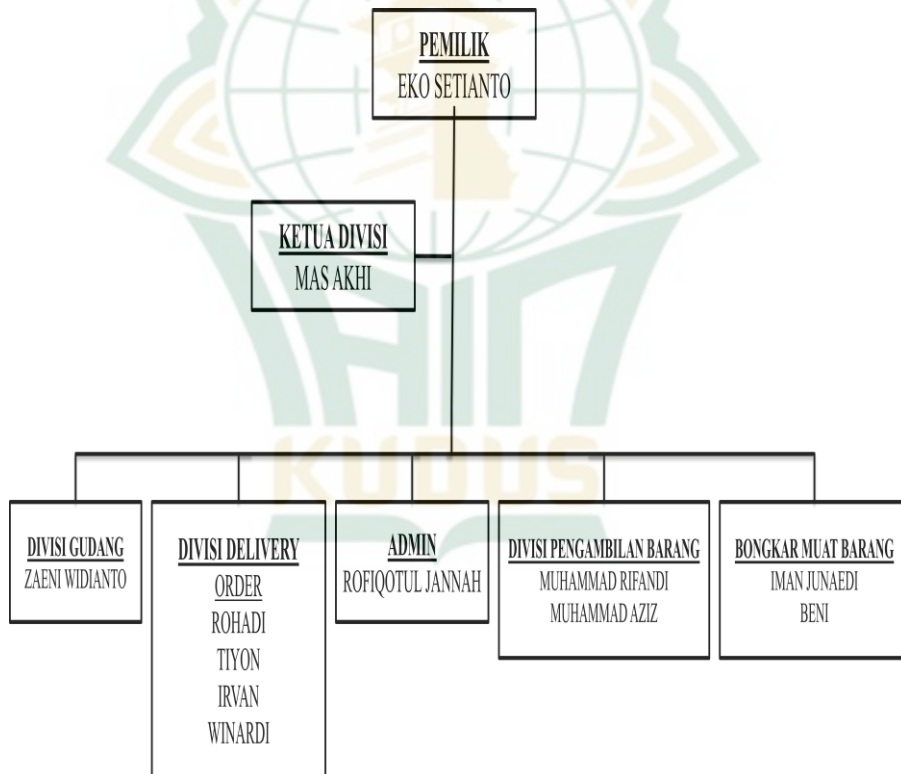
<sup>1</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

**2. Letak Geografi UD Sarana Agro Utama**

UD Sarana Agro Utama terletak di Desa Karangrowo RT 02/03, kecamatan Undaan, kabupaten Kudus. Desa Karangrowo adalah desa yang berada di bagian timur Kecamatan Undaan dan bagian selatan kabupaten Kudus.

**3. Struktur organisasi perusahaan**

Dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab sehari-hari, UD Sarana Agro Utama mempunyai struktur organisasi yang dijadikan pedoman dalam pemberian tugas dan tanggung jawab antara pemimpin dan karyawannya. Struktur organisasi tersebut dapat berfungsi dalam memberikan instruksi dan pengaturan hubungan antar unsur organisasi, struktur organisasi adalah sebagai berikut:



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**

Dari struktur organisasi UD Sarana Agro Utama di atas maka penjabarannya dari setiap bagian adalah sebagai berikut:

a. Pemilik (Eko Setianto)

Dalam UD Sarana Agro Utama pemilik sekaligus memimpin, mengkoordinasi dan mengendalikan semua kegiatan perusahaan, merencanakan dan menyusun program kerja jangka pendek dan jangka panjang, membina karyawan, mengurus dan mengelola kekayaan perusahaan, mengambil kebijakan dan keputusan perusahaan dan penanggung jawab perusahaan.

b. Ketua Divisi (Mas Akhi)

Ketua divisi mempunyai tugas dan tanggung jawab menjalankan semua kebijakan, prosedur dan aturan yang telah ditetapkan oleh pemilik perusahaan, mengawasi, serta mengkoordinasi karyawan

c. Divisi gudang (Zaeni Widiyanto)

Bertugas mengecek maupun menghitung stok barang yang keluar maupun yang masuk gudang dan segera melaporkannya kepada divisi pengambilan barang.

d. Divisi *delivery order* (Rohadi, Tyon, Irvan, Winardi)

Bertugas pada saat melakukan proses pengiriman barang, mempersiapkan barang yang akan dikirim, merencanakan strategi pemasaran, mengkoordinasi unit atau distribusi, serta mengembangkan jaringan pemasaran produk.

e. Admin (Rofiqotul jannah)

Bertugas mengendalikan dan menyelenggarakan kegiatan dibidang administrasi, membuat data gaji dan upah atau laporan keuangan, dan melaksanakan tugas lain atasan.

f. Divisi pengambilan barang (Muhammad Rifandi dan Muhammad Aziz)

Bertugas mengambil barang pada saat stok barang yang akan habis harus menghubungi pemasok atau segera mengambil barang.

g. Divisi bongkar muat barang (Imam Junaedi dan Beni)

Bertugas membongkar pada saat barang datang menata atau merapikan di gudang dan memuat di mobil pada saat barang akan didistribusikan.

#### 4. Visi dan Misi

##### a. Visi

Menjadi perusahaan penyedia sarana produksi pertanian yang handal di bidang pupuk dan produk agrokimia yang memiliki keunggulan kompetitif dan nilai tambah bagi usaha pertanian tangguh dan lestari.

##### 1) Misi

- a) Menyediakan pupuk kimia dan alam yang berbasis N, P, K, Mg, Ca, S untuk memenuhi kebutuhan sub sektor pertanian tanaman pangan, perkebunan, hortikultura, dan perikanan.
- b) Menyediakan pupuk agrokimia berupa pestisida, herbisida, pupuk mikro untuk menunjang keberhasilan usaha tani.
- c) Menyediakan pupuk organik dan pupuk bio berbasis mikroorganisme sebagai pendukung usaha pertanian yang optimal dan berkelanjutan.
- d) Ikut berperan aktif dalam pengembangan perekonomian daerah maupun nasional, serta dalam community development.
- e) Melayani dan memenuhi secara optimal kepentingan dan keinginan seluruh stake holder.

#### 5. Tenaga Kerja

Lokasi perusahaan yang strategis dan dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga mempermudah perusahaan untuk mendapatkan tenaga kerja. Hal ini disebabkan karena penduduk di sekitar kantor pusat masih membutuhkan lapangan pekerjaan serta tambahan penghasilan bagi keluarga mereka. Hal inilah yang membuat pemilik merangkul penduduk dan petani untuk memberikan kesempatan lapangan pekerjaan. UD Sarana Agro Utama menetapkan jam kerja karyawan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Hari : Senin - Sabtu
- b. Jam Masuk : 07.30 – 16.00 WIB
- c. Hari Libur : Minggu

#### 6. Keselamatan dan kesehatan kerja

##### a. Keselamatan kerja

Keselamatan kerja pada karyawan UD Sarana Agro Utama menjadi tanggung jawab perusahaan.

b. Kesehatan kerja

Pengelolaan kesehatan kerja yang diberikan perusahaan berbentuk biaya dan pelayanan medis. Pengelolaan berbentuk biaya berupa biaya berobat ke dokter, biaya lab dan diagnostik kinerja, sedangkan penggolongan kesehatan kerja yang berbentuk pelayanan medis adalah tersedianya P3K.

7. Produk yang dijual

Ada beberapa merek produk pestisida yang dijual dan alat pertanian yang dijual maupun disewakan UD sarana Agro Utama, antara lain:

a. Produk pestisida

**Tabel 4.1**  
**Daftar produk pestisida**

Abacel	Ares	Bureng	Sidafos	Sidatan
Abens	Avidor	Cabion	Rizotin	Siodan
Agrobost	Buana	Bestox	Saturn	Sidazab
Ako	Benfuron	Chlormite	Raskil	Spontan
Ally Plus	Dingo	Dobelmectin	Regent	Score
Amazon	Laser	Dracula	Preza	Sankill
Amegras	Demolish	Endure	Ketave	Sarijoss
Antrakol	Azomite	Extrail	Fivestar	Rustart
Prima	Premium	Pazole	Norael	Niagara
Teranil	Sterel	Preza	Rhizattun	Prevaton
Trubus	Ziput	Snowden	Sagribeat	Piethes
Yasittrin	Tripel	Tabas	Velocity	Sorento
Winder	Tori	Talent	Turmadon	Teranil
Mama	KNO	Hoprole	Jossban	Lannate
Demolish	Fastac	Bio aktif	bablas	Mesotraz
Indo	Diazinon	Anjani	Aploud	Metafuron
Marshal	DMA	Besconil	powermagic	Mikroseven
musashi	Mamba	Bona	NPK	Permadan

b. Alat pertanian

- 1) Combine
- 2) Cangkul
- 3) Tangki
- 4) Singkal

## 8. Aktivitas perusahaan

Sebagaimana halnya aktivitas usaha dagang yang lain yang membeli barang dagang dan menjual kembali barang tersebut. UD Sarana Agro Utama juga demikian, aktivitas utama UD ini adalah membeli obat-obat pertanian dengan berhubungan langsung dengan produsennya kemudian menjualnya kembali kepada konsumen akhir maupun mendistribusikan ke toko-toko.

Sebelum UD Sarana Agro Utama melakukan pembelian, tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan survey. Melakukan survey disini yang dimaksud adalah melihat pada saat itu musim palawija atau padi, yang lagi marak hama apa sehingga tahu kebutuhan petani, serta melihat pestisida maupun alat pertanian apa yang sedang petani butuhkan. Setelah melakukan survey, tahap selanjutnya adalah melakukan promosi ke toko-toko obat pertanian serta menjelaskan kegunaan produknya. Kemudian menghubungi produsen-produsen obat maupun alat pertanian untuk meminta produknya agar dikirim.

Barang dikirim ke gudang, dan dilakukan pemisahan pada setiap kegunaan masing-masing. tidak semua barang didistribusikan ke toko-toko, sebagian ada yang ditinggal dalam gudang untukantisipasi konsumen yang membeli barang langsung ke kantor atau gudangnya. Divisi gedung harus selalu mengecek stok barang yang ada digudang jangan sampai kehabisan stok barang. Sedangkan divisi delivery order harus berhubungan terus dengan toko-toko, untuk mengetahui barang yang habis, laris, maupun yang lagi dibutuhkan petani. jadi divisi gedung dan divisi delivery order harus saling berhubungan. Dengan begitu, saluran distribusi barang selalu lancar.

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Data tentang Saluran Distribusi UD Sarana Agro Utama

Setelah dilakukannya observasi oleh peneliti dan telah terselaikannya proses wawancara dengan beberapa pihak yang ada di UD Sarana Agro Utama, peneliti menemukan informasi tentang saluran distribusi yang dipakai oleh UD Sarana Agro Utama. Berdasarkan hasil wawancara dan penelitian yang dilakukan dengan pemilik, admin, divisi *delivery order* UD Sarana Agro Utama dapat diuraikan sebagai berikut:

#### a. Bentuk-bentuk Saluran Ditribusi

Adapun bentuk-bentuk saluran distribusi yang ada dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran

distribusi langsung dilakukan perusahaan dengan menjual langsung produknya ke konsumen tanpa melalui perantara. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung, perusahaan menjual produknya melalui perantara dulu.

Seperti yang diungkapkan oleh bapak Eko Setianto selaku pemilik UD Sarana Agro Utama, saluran yang digunakan adalah saluran distribusi langsung yaitu dengan konsumen langsung datang ke pusat atau gudangnya dan saluran distribusi tidak langsung yaitu dengan menjual produknya melalui pengecer dan pedagang besar.<sup>2</sup>

Begitu pula dengan ungkapkan Mbak Rofiqotul Jannah selaku admin di UD Sarana Agro Utama. Dalam memasarkan produknya, UD Sarana Agro utama menggunakan saluran distribusi dan tidak langsung dengan perantara pengecer dan pedagang besar.<sup>3</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Rohadi selaku divisi *delivery order*, bahwa UD Sarana Agro Utama menyalurkan produknya ke luar kota atau Jawa menggunakan perantara pengecer. Sedangkan untuk daerah luar Jawa melibatkan pedagang besar.<sup>4</sup>

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang dilakukan oleh UD Sarana Agro Utama adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung yaitu konsumen membeli produk langsung datang ke gudang pusat. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung melibatkan pengecer dan pedagang besar untuk sampai pada konsumen akhir. Pengecer untuk yang luar kota atau Jawa sedangkan pedagang besar untuk daerah di luar Jawa.

b. Fungsi Saluran Distribusi

Kegiatan saluran distribusi dalam perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Karena perusahaan dalam memasarkan produknya pasti ingin sampai ke tangan konsumen dengan tepat waktu dan cepat. Hal inilah yang menunjukkan fungsi betapa pentingnya saluran distribusi bagi perusahaan. Sebagaimana Bapak Eko Setianto mengungkapkan bahwa dengan adanya kegiatan saluran

---

<sup>2</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>3</sup> Rofiqotul jannah, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

<sup>4</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

distribusi, bisa berbicara langsung dengan calon pelanggan atau konsumen yaitu dengan menjelaskan manfaat, kelebihan, dosis obat, efek dari obat yang digunakan, serta cara penggunaannya.<sup>5</sup>

Begitu pula fungsi lain yang diungkapkan Mbak Rofiqotul jannah selaku admin dari UD Sarana Agro Utama, dengan melakukan kegiatan penyaluran produk dapat memudahkan melakukan survey ke pengecer mana yang akan dijadikan sasaran untuk memasarkan produknya. Selain itu, pihak perusahaan bisa mencari informasi kepada anggota saluran mengenai produk apa yang sedang banyak dibutuhkan oleh petani. Jadi perusahaan tahu produk apa yang harus diperbanyak persediaannya. Hal ini juga mengantisipasi agar tidak terjadi kekosongan barang.<sup>6</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Rohadi, dengan adanya penyaluran barang tentunya pihak perusahaan bisa menjelaskan konsumen tentang produknya. Selain itu, adanya kegiatan distribusi penjadwalan kirim barang pasti diperlukan. Jika pengiriman barang sudah terjadwal, penyimpanan barang di gudang harus diperhatikan juga.<sup>7</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam saluran distribusi ada 3 fungsi yaitu fungsi transaksi, fungsi logistik dan fungsi fasilitas.

c. Macam-macam Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir. Ada beberapa alternatif saluran yang dapat dipakai. Biasanya, alternatif saluran tersebut didasarkan pada golongan barang konsumsi, barang industri atau jasa. Barang konsumsi biasanya barang siap pakai atau konsumsi yang penyalurannya melibatkan pengecer dan pedagang besar sedangkan barang industri biasanya barang yang relatif besar seperti barang bangunan, lokomotif, serta alat operasi. Penyaluran pada barang industri tidak melibatkan pengecer atau pedagang besar, tetapi melibatkan distributor industri. Sebagaimana yang di ungkapkan oleh Bapak Eko Setianto, UD Sarana Agro Utama dalam menjual obat pertanian dan

---

<sup>5</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>6</sup> Rofiqotul jannah, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

<sup>7</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.



cara penyalurannya melibatkan pengecer dan pedagang besar. Hal ini menunjukkan bahwa saluran distribusi yang dilakukan UD Sarana Agro Utama termasuk kategori saluran distribusi barang konsumsi.<sup>8</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang dilakukan UD Sarana Agro Utama termasuk saluran distribusi barang konsumsi. Karena melibatkan pengecer dan pedagang besar dalam menyalurkan produknya.

## 2. Data tentang Kendala-kendala yang dihadapi UD Sarana Agro Utama dalam Mendistribusikan Barangnya

Dalam merintis usaha tentunya tidak selalu lancar, pasti ada saja kendala yang dihadapi. Seperti halnya pada UD Sarana Agro Utama dalam mendistribusikan barangnya ada beberapa kendala yang dihadapinya. Sebagaimana yang telah di ungkapkan oleh Bapak Eko Setianto selaku pemilik perusahaan. Ada banyak kendala yang dihadapi dalam melakukan kegiatan penyaluran yaitu sering terjadi keterlambatan barang sampai ke konsumen akhir serta sulitnya melakukan pengawasan ketika kegiatan penyaluran berlangsung. Sehingga tidak tahu apakah barang sudah tepat pada sasarannya tau belum.<sup>9</sup>

Hal yang sama juga di ungkapkan oleh Bapak Rohadi, sering terjadi kekosongan produk karena sulitnya memprediksi banyaknya barang yang dibutuhkan pasar. Dengan ramalan kebutuhan yang akurat, pengoperasian bisnis akan lebih efisien, layanan pelanggan akan lebih baik, dan waktu tenggang pemesanan produk akan lebih singkat.<sup>10</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kendala-kendala dalam pendistribusian barang yang dilakukan UD Sarana Agro Utama adalah karena penyampaian barang yang tidak tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar, sulitnya melakukan pengawasan atau monitoring saluran distribusi, serta saluran yang digunakan UD Sarana Agro Utama belum sepenuhnya tepat sasaran. Tetapi dengan adanya kendala atau faktor penghambat dalam melakukan distribusi, tentunya

---

<sup>8</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>9</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>10</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

dalam menjalankan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang akan mempengaruhi berhasil tidaknya saluran distribusi.

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Mbak Rofiqotul Jannah, dalam melakukan kegiatan distribusi harus mempertimbangkan pembeli, yaitu dalam menjual produknya perusahaan berhubungan langsung kepada konsumen dan menggunakan pengecer atau pedagang besar. Itupun untuk daerah Jawa hanya menggunakan pengecer saja, sedangkan untuk daerah diluar Jawa menggunakan pedagang besar. Perusahaan mengadakan penjualan langsung dan tidak langsung karena jumlah konsumen yang relatif banyak dan menyebar diberbagai daerah. Kemudian dalam mengirim barang, UD Sarana Agro Utama mempertimbangkan banyak sedikitnya jumlah pesanan atau barang yang akan dikirim. Karena akan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap volume penjualan dari sebuah perusahaan.<sup>11</sup>

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Rohadi, karena barang yang diperdagangkan UD Sarana Agro Utama termasuk barang yang mempunyai nilai yang relatif rendah, pemilik perusahaan menggunakan perantara atau distribusi panjang untuk menyalurkan produknya ke konsumen akhir. Dalam menyalurkan barang tersebut ongkos angkut sepenuhnya ditanggung oleh pemilik perusahaan. Perantara tidak ikut menanggung ongkos tersebut. Karena nilai barangnya jauh lebih besar dengan ongkos angkutnya. Jadi jika ditanggung semua oleh perusahaan, tidak menjadikan beban. Kemudian ketika ada produk baru yang akan dijual, UD Sarana Agro Utama lebih memilih menggunakan perantara. Ini karena pada umumnya, perantara sudah memiliki pengalaman. Sehingga manajemen dapat mengambil pelajaran dari mereka.<sup>12</sup>

Berdasarkan penjelasan tersebut ditarik kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi saluran distribusi adalah pertimbangan pembeli atau faktor pasar, karakteristik produk, dan faktor produsen atau pengawasan dan keuangan.

### **3. Data tentang Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan**

Saluran distribusi dapat dikatakan baik apabila penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin

---

<sup>11</sup> Rofiqotul Jannah, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

<sup>12</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

luas. Semakin baik saluran distribusi yang digunakan, maka akan semakin banyak konsumen yang direbut dari pesaingnya. Hal itulah yang akan meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan.

Seperti yang di ungkapkan Bapak Eko Setianto selaku pemilik perusahaan, bahwa UD Sarana Agro Utama menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Untuk distribusi tidak langsung UD Sarana Agro Utama menggunakan perantara pengecer dan pedagang besar. Pada tahun 2013 dan 2014 untuk distribusi tidak langsung masih menggunakan perantara pengecer saja. Kemudian pada tahun 2015 UD Sarana Agro Utama baru menggunakan pedagang besar untuk menyalurkan produknya ke luar jawa. Tetapi dengan penambahan perantara ini justru membawa dampak buruk bagi perusahaan. Volume penjualannya menurun cukup banyak. Pada tahun 2016 kembali terjadi penurunan. Hal ini membuat perusahaan takut menggunakan pedagang besar lagi untuk tahun selanjutnya. Untuk menghindari hal itu tidak terjadi lagi, perusahaan memutuskan untuk tidak menggunakan pedagang besar lagi dan lebih fokus penggunaan pengecer saja. Setelah itu, pada tahun 2017 volume penjualannya kembali naik. Kenaikan tersebut kembali terjadi pada tahun 2018.<sup>13</sup>

Begitu juga dengan yang di ungkapkan Mbak Rofiqotul Jannah, volume penjualan di UD Sarana Agro Utama pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2018 dari tahun ke tahun mengalami fluktuatif, terutama pada tahun 2015 dan tahun 2016 yang mengalami penurunan lumayan banyak dibanding bulan sebelumnya.<sup>14</sup>

Untuk meningkatkan volume penjualannya, pemilik perusahaan harus menentukan dengan penuh pertimbangan saluran distribusi mana yang tepat. Berikut adalah ungkapan dari pemilik perusahaan, bahwa dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan mempertahankan saluran distribusi yang dianggap tepat yaitu menggunakan pengecer saja untuk menyalurkan dan juga melakukan pengawasan terhadap kegiatan distribusi. Pengawasan ini dilakukan untuk melihat apakah pendistribusian sudah tepat sasaran dan tepat waktu apa belum. Dan juga pemantau persediaan barang di seluruh anggota saluran

---

<sup>13</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>14</sup> Rofiqotul Jannah, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip.

untuk mengantisipasi terjadinya kekosongan barang. Disisi lain, untuk meningkatkan volume penjualan pemilik perusahaan terus berusaha mencari anggota saluran sebanyak-banyaknya. Dengan begitu pangsa pasar semakin luas, konsumen pun semakin bertambah dan tentunya produk yang terjual juga semakin bertambah.<sup>15</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa volume penjualan UD Sarana Agro Utama pada tahun 2013 sampai dengan tahun 2018 bervariasi, mengalami fluktuatif atau naik turun dari tahun ke tahun. Terutama pada tahun 2015 dan tahun 2016 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Adapun untuk meningkatkan volume penjualan, pemilik perusahaan mempertahankan saluran distribusinya dan juga melakukan pengawasan terhadap kegiatan distribusi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah pendistribusian sudah tepat sasaran dan tepat waktu apa belum. Dan juga pemantau persediaan barang di seluruh anggota saluran untuk mengantisipasi terjadinya kekosongan barang. Disisi lain, untuk meningkatkan volume penjualan pemilik perusahaan terus berusaha mencari anggota saluran sebanyak-banyaknya. Dengan begitu pangsa pasar semakin luas, konsumen pun semakin bertambah dan tentunya produk yang terjual juga semakin bertambah.

### **C. Analisis Data Penelitian**

#### **1. Analisis Saluran Distribusi UD Sarana Agro Utama**

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin pesat, baik dalam jenis usaha perdagangan, industri, jasa maupun media masa. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Pada umumnya perusahaan didirikan bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan, mempertinggi daya saing dan tentunya meminimalkan biaya produk yang dikeluarkan untuk mencapai laba yang maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan manajemen dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, sehingga laba merupakan suatu hal yang penting dalam perusahaan. Oleh karena itu, produsen hendaknya dapat meningkatkan efisiensi dari setiap wilayah distribusi pemasarannya agar dapat mencapai target pasar yang telah ditentukan.

Perusahaan memiliki sistem saluran distribusi yang cukup potensial maka perusahaan itu akan dapat menguasai pasar,

---

<sup>15</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

karena barang dari perusahaan tersebut dapat menyebar secara luas. Hal ini juga dilakukan oleh UD Sarana Agro Utama yang memiliki sistem distribusi yang cukup potensial, diantaranya adalah membuka cabang diluar kota. Pembukaan cabang ini bertujuan untuk memperluas pangsa pasar sehingga semakin banyak toko maupun konsumen yang dijadikan sasarannya. Selain itu UD Sarana Agro Utama mendatangi toko-toko di dalam maupun diluar kota untuk mendistribusikan barangnya. Distribusi yang dilakukan oleh UD Sarana Agro Utama adalah dengan sistem distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Hal ini sesuai dengan bentuk-bentuk saluran distribusi ada dua yaitu:

- 1) Saluran distribusi langsung, dari produsen ke konsumen
- 2) Saluran distribusi tidak langsung, yang dapat dilakukan melalui: produsen ke pengecer ke konsumen. Atau produsen ke pedagang besar / menengah ke pengecer ke konsumen.<sup>16</sup>

Jadi apa yang telah dilakukan oleh UD Sarana Agro Utama sudah sesuai dengan kajian teori yang ada. Saluran distribusi langsung dilakukan melalui konsumen membeli produk langsung mendatangi gudang atau pusatnya. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung dilakukan dengan cara menyalurkan produknya ke toko-toko atau pengecer dan pedagang besar untuk kemudian dibeli oleh konsumen. Kegiatan penyaluran produk seperti ini dilakukan untuk menghubungi calon pelanggan untuk menjelaskan tentang produk yang akan dijual. Selain itu, kegiatan penyaluran dilakukan untuk mempermudah aliran barang sampai ke konsumen akhir. Hal ini sesuai dengan fungsi dari saluran distribusi, adapun fungsi dari saluran distribusi adalah sebagai berikut:

a. Fungsi transaksi

Fungsi ini meliputi kegiatan menghubungi dan mengomunikasikan dengan calon pelanggan untuk membuat para pelanggan sadar terhadap produk yang telah ada dan menjelaskan kelebihan dan manfaat dari produk tersebut.<sup>17</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, kegiatan menghubungi dan mengkomunikasikan dengan calon

---

<sup>16</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 225.

<sup>17</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Jakarta: Prenadamedia Gorup, 2016), 206.

pelanggan dilakukan pada saat pelanggan atau konsumen sedang membeli produk, atau pada saat melakukan penyaluran yaitu dengan menjelaskan dosis obat, manfaat, kelebihan, cara penggunaannya, efek dari obat terhadap tanaman, serta fungsinya kepada toko atau pengecer atau pedagang besar agar disampaikan kepada pelanggan yang nanti membeli produk ke tokonya. Sehingga ketika konsumen membeli dan akan menggunakan produknya sudah benar-benar paham yang untuk selanjutnya bisa melakukan pembelian ulang.<sup>18</sup>

b. Fungsi logistik

Fungsi ini meliputi kegiatan mengangkut dan menyortir barang untuk mengatasi perbedaan sementara dan tempat menyimpan untuk memelihara dan melindungi barang.<sup>19</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh yaitu pengangkutan barang dilakukan 2 hari sekali ke pengecer atau toko, sedangkan untuk distribusi barang ke luar jawa dilakukan 3 hari sekali. Kemudian dalam penyortiran ataupun penyimpanan barang, dilakukan pada saat barang baru datang langsung disimpan di gudang melalui proses pengecekan terlebih dahulu. Hal itu dilakukan guna mengetahui jika ada barang yang rusak. Barang yang telah disortir maka akan dijual kepada konsumen yang datang langsung ke gudang atau toko pusatnya dan dikirim ke toko atau pengecer atau pedagang besar untuk dipasarkan nantinya.<sup>20</sup>

c. Fungsi fasilitas

Fungsi ini meliputi penelitian dan pembiayaan. Penelitian berupa kegiatan mengumpulkan informasi tentang anggota-anggota saluran dan pelanggan lainnya. Pembiayaan adalah memastikan bahwa anggota saluran tersebut mempunyai uang yang cukup guna memudahkan aliran barang melalui saluran distribusi sampai ke konsumen akhir.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>19</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, (Jakarta: Prenadamedia Gorup, 2016), 206.

<sup>20</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

<sup>21</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*, 206.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, UD Sarana Agro Utama melakukan survey toko atau pengecer mana yang akan dijadikan sasaran untuk memasarkan produknya terutama pada daerah yang mata pencahariannya sebagai petani. Kemudian mencari informasi kepada anggota saluran mengenai produk apa yang sedang banyak dibutuhkan oleh petani. Hal inilah yang nantinya pengirim barang akan memperbanyak jumlah barang yang akan disetorkan. Semakin banyak barang yang keluar dari gudang, maka semakin meningkatkan volume penjualannya. Tetapi dalam hal ini, UD Sarana Agro Utama menekankan kepada anggota salurannya agar mempunyai cukup uang untuk membayar ketika ada pengiriman barang. Jadi nantinya juga akan mempermudah konsumen akhir untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan.<sup>22</sup>

Suatu saluran distribusi adalah suatu jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen kepada konsumen akhir. Dalam memilih saluran distribusi yang tersedia perlu mempertimbangkan mana yang paling efektif dan efisien, sehingga produk dapat segera sampai ke konsumen. Langkah ini juga merupakan cara terbaik dalam membina hubungan dengan konsumen yang berujung pada terbangunnya loyalitas pelanggan. Dan ini tentu sudah masuk dalam peta strategi membangun loyalitas pelanggan yang punya benang merah dengan upaya mencari keuntungan jangka panjang yang berkelanjutan, karena dengan loyalitas pelanggan itulah keuntungan yang berkesinambungan dapat diraih. UD Sarana Agro Utama merupakan perusahaan yang menjual obat pestisida dan alat-alat pertanian. Melihat barang yang diperjualbelikan dan saluran yang digunakan, perusahaan tersebut termasuk dalam saluran distribusi barang konsumsi. Hal ini sesuai dengan teori saluran distribusi yang dibedakan menjadi 3 macam, yaitu:

1) Saluran distribusi barang konsumsi

Ada beberapa alternatif saluran yang dapat dipakai. Biasanya, alternatif saluran tersebut didasarkan pada golongan barang konsumsi dan barang industri.

Dalam penyaluran barang konsumsi yang ditujukan untuk pasar konsumen terdapat lima macam

---

<sup>22</sup> Rofiqotul Jannah, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 2, transkrip..

saluran. Pada setiap saluran, produsen mempunyai alternatif yang sama untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Selanjutnya produsen juga dapat menggunakan lebih dari satu pedagang besar, sehingga barang-barang dapat mengalir dari satu pedagang besar ke pedagang besar lainnya. Jadi, dalam hal ini terdapat dua jalur perdagangan besar. Adapun macam-macam saluran distribusi konsumsi adalah:

a) Produsen-konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang hasil produksinya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut sebagai saluran distribusi langsung.<sup>23</sup>

b) Produsen-pengecer-konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (produsen-konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Di sini, pengecer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif yang terakhir ini tidak umum dipakai.

c) Produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Di sini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani

---

<sup>23</sup> Basu Swastha Dh, *Azas-azas Marketing* (Yogyakarta: Liberty Offset, 1996), 207.



pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

d) Produsen- agen- pengecer-konsumen

Di sini, produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

e) Produsen – agen-pedagang besar – pengecer-konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlibat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.<sup>24</sup>

2) Saluran distribusi barang industri

Karena karakteristik yang ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumsi, maka saluran distribusi yang dipakainya juga agak berbeda. Seperti halnya pada saluran distribusi barang konsumsi, saluran distribusi untuk barang industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi produsen untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan. Kantor dan cabang penjualan ini dipakai untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya. Ada empat macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri. Keempat macam saluran distribusi tersebut adalah:

a) Produsen-pemakai industri

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek, dan disebut sebagai saluran distribusi langsung. Biasanya saluran distribusi langsung ini dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan pada pemakai industri relative cukup besar. Saluran distribusi semacam ini cocok untuk barang-

<sup>24</sup> Basu Swastha Dh, *Azas-azas Marketing*, 207-209.

barang industri seperti: lokomotif, kapal, pesawat terbang, dan sebagainya (yang tergolong jenis instalasi).

- b) Produsen-distributor industri-pemakai industri

Produsen barang-barang jenis perlengkapan operasi dan peralatan ekstra kecil dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya. Produsen lain yang dapat menggunakan distributor industri sebagai penyalurnya, antara lain: produsen bahan bangunan, produsen alat-alat untuk pembangunan, produsen alat pendingin udara (A.C), dan sebagainya.

- c) Produsen-agen-pemakai industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dapat dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru, lebih suka menggunakan agen.

- d) Produsen-agen-distributor industri-pemakai industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya terlalu kecil untuk dijual secara langsung. Selain itu, faktor penyimpanan pada saluran perlu dipertimbangkan pula. Dalam hal ini agen penunjang seperti agen penyimpanan sangat penting peranannya.<sup>25</sup>

- e) Saluran distribusi untuk jasa

Untuk jenis saluran distribusi jasa ada dua macam, yaitu:

- 1) Produsen-konsumen

Karena jasa merupakan barang tidak berwujud maka proses produksi dan aktivitas penjualannya membutuhkan kontak langsung

<sup>25</sup>Basu Swastha Dh, *Azas-azas Marketing*, 209-210.

antara produsen dan konsumen. Tipe saluran langsung ini banyak dipergunakan oleh jasa-jasa profesional, seperti akuntan, konsultan.

## 2) Produsen-agen-konsumen

Penjualan jasa juga sering menggunakan agen sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, seperti jasa angkutan, travel dan sebagainya.<sup>26</sup>

Jadi apa yang telah dilakukan UD Sarana Agro Utama sudah sesuai dengan teori yang ada, yaitu termasuk saluran distribusi barang konsumsi karena produk yang dijual adalah produk yang siap dipakai atau dikonsumsi. Bukan merupakan saluran distribusi barang industri karena kalau distribusi industri adalah barang-barang yang tidak siap dikonsumsi seperti barang bangunan, lokomotif, AC, pesawat terbang, dll. Dan kalau saluran distribusi industri ada distributor industrinya sebagai penyalurnya sedangkan saluran distribusi konsumsi sebagai perantaranya menggunakan agen, pengecer dan pedagang besar. Hal ini bisa dilihat pada UD Sarana Agro Utama melakukan kegiatan distribusinya melalui konsumen mendatangi langsung ke perusahaannya atau dilakukan melalui toko-toko atau pengecer dan pedagang besar.

## 2. Analisis Kendala-kendala yang dihadapi UD Sarana Agro Utama dalam Mendistribusikan Barangnya

Dalam setiap kegiatan pasti ada kendalanya atau faktor yang menghambat, begitu pula saluran distribusi yang dilakukan oleh UD Sarana Agro Utama juga terkadang mengalami kendala. Adapun kendala tersebut adalah karena penyampaian barang yang tidak tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar, sulitnya melakukan pengawasan atau monitoring saluran distribusi, serta saluran yang digunakan UD Sarana Agro Utama belum sepenuhnya tepat sasaran.

---

<sup>26</sup>Danang Sunyoto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Yogyakarta: CAPS, 2014), 80.

a. Penyampaian barang yang tidak tepat waktu

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, penyampaian barang yang dilakukan UD Sarana Agro Utama ke pengecer atau pedagang besar terkadang mempunyai hambatan dalam pengiriman, sehingga terjadi kekosongan produk di pengecer-pengecer tertentu yang terkadang membuat konsumen kecewa tidak mendapatkan barang yang dibutuhkan. Hal ini dikarenakan jarak yang sangat jauh ketika pengiriman ke luar kota maupun ke luar Jawa, sehingga waktu tempuh sangat lama. Selain itu, barang yang digudang kehabisan stok karena keterlambatan barang dari pemasok.<sup>27</sup>

b. Sulitnya memprediksi atau meramalkan kebutuhan pasar

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, UD. Sarana Agro Utama sulit untuk memprediksi besar atau kecilnya permintaan produk, sehingga perusahaan tidak bisa memastikan mempunyai cukup persediaan untuk periode penjualan selanjutnya. Dengan ramalan kebutuhan yang akurat, pengoperasian bisnis akan lebih efisien, layanan pelanggan akan lebih baik, dan waktu tenggang pemesanan produk akan lebih singkat. Selain itu, jika ramalan kebutuhan pasar pada UD Sarana Agro Utama sudah baik tentunya akan membantu menghindari biaya operasional yang tinggi serta kurangnya persediaan barang.<sup>28</sup>

c. Sulitnya melakukan pengawasan atau monitoring saluran distribusi.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, UD. Sarana Agro Utama sulit untuk melakukan pengawasan dan monitoring kegiatan saluran distribusi, sehingga tidak bisa menjamin bahwa kegiatan distribusinya sudah sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya atau tidak. Sehingga UD Sarana Agro Utama tidak bisa mengambil langkah-langkah kemungkinan untuk

---

<sup>27</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>28</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

tidak timbul kerugian pada saat melakukan kegiatan distribusi. Hal tersebut dikarenakan pengelola maupun karyawan UD Sarana Agro Utama kurang memahami tentang IPTEK, sehingga tidak selalu dapat mengawasi saluran distribusi yang ada.<sup>29</sup>

- d. Saluran yang digunakan oleh UD. Sarana Agro Utama belum sepenuhnya tepat sasaran

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, saluran distribusi pada UD Sarana Agro Utama belum sepenuhnya tepat sasaran. Hal ini karena ada saluran distribusi yang pernah dilakukan UD. Sarana Agro Utama, namun dalam saluran tersebut tidak bisa menaikkan volume penjualan. Saluran distribusi tersebut justru menurunkan volume penjualan pada UD. Sarana Agro Utama.<sup>30</sup>

Kendala-kendala diatas tidak lantas membuat UD Sarana Agro Utama menjadi lemah dan kurang produktif, karena kendala tersebut dijadikan pelajaran, sehingga nantinya pemilik UD Sarana Agro Utama bisa memperbaiki perusahaan dengan saluran yang lebih baik lagi. Karena dengan saluran distribusi yang baik, akan berdampak baik pula pada perusahaan. Tetapi dengan adanya kendala atau faktor penghambat dalam melakukan distribusi, tentunya dalam menjalankan perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang akan mempengaruhi berhasil tidaknya saluran distribusi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Pertimbangan pembeli atau faktor pasar

Karakteristik pelanggan mempengaruhi keputusan apakah perlu menggunakan suatu pendekatan distribusi langsung. Perusahaan harus mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembelian, sasaran pelanggan apakah sasarannya pasar konsumen atau pasar industri, serta lokasi geografis dan ukuran pasar.<sup>31</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, dalam menjual produknya perusahaan berhubungan langsung kepada konsumen dan menggunakan pengecer atau pedagang besar. Itupun untuk daerah

<sup>29</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

<sup>30</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>31</sup> Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2013), 197.

jawa hanya menggunakan pengecer saja, sedangkan untuk daerah diluar jawa menggunakan pegadang besar. Perusahaan mengadakan penjualan langsung dan tidak langsung karena jumlah konsumen yang relatif banyak dan menyebar diberbagai daerah. Kemudian dalam mengrim barang, UD Sarana Agro Utama mempertimbangkan banyak sedikitnya jumlah pesanan atau barang yang akan dikirim. Karena akan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap volume penjualan dari sebuah perusahaan.<sup>32</sup>

b. Karakteristik produk

Produk yang kompleks, dibuat khusus dan mahal cenderung menggunakan saluran distribusi yang pendek dan langsung. Contoh alat kedokteran. Daur hidup produk juga menentukan pilihan saluran distribusi, pada tahap awal pembuatan produk dijual secara langsung namun dalam perkembangannya dapat menggunakan jasa perantara. Kepekaan produk berupa produk yang tahan lama memerlukan saluran distribusi yang pendek.<sup>33</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, barang yang diperdagangkan UD Sarana Agro Utama termasuk barang yang mempunyai nilai yang relative rendah. Oleh sebab itu pemilik perusahaan menggunakan perantara atau distribusi panjang untuk menyalurkan produknya ke konsumen akhir. Dalam menyalurkan brang tersebut ongkos angkut sepenuhnya ditanggung oleh pemilik perusahaan. Perantara tidak ikut menanggung ongkos tersebut. Karena nilai barangnya jauh lebih besar dengan ongkos angkutnya. Jadi jika ditanggung semua oleh perusahaan, tidak menjadikan beban. UD Sarana Agro Utama ini menjual berbagai macam produk, sehingga perusahaan lebih mengutamakan pengecer sebagai penyalurnya dari pada pedagang besar.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.

<sup>33</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Jakarta: Prenadamedia Gorup, 2016), 205.

<sup>34</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

- c. Faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan

Produsen yang memiliki sumber daya keuangan, manajerial dan pemasaran yang besar, dapat (lebih baik) menggunakan saluran langsung, sebaliknya perusahaan yang kecil dan lemah lebih baik menggunakan jasa perantara.<sup>35</sup>

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, UD Sarana Agro Utama merupakan perusahaan yang termasuk cukup kuat dibidang keuangannya. Sehingga perusahaan tersebut lebih memilih saluran distribusi langsung atau pendek. Hal ini juga akan mempermudah dalam pengawasan saluran distribusi. Kemudian ketika ada produk baru yang akan dijual, UD Sarana Agro Utama lebih memilih menggunakan perantara. Ini karena pada umumnya, perantara sudah memiliki pengalaman. Sehingga manajemen dapat mengambil pelajaran dari mereka.<sup>36</sup>

### 3. Analisis Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan

Volume penjualan merupakan jumlah total yang dihasilkan dari kegiatan penjualan barang. Semakin besar jumlah penjualan yang dihasilkan perusahaan, semakin besar kemungkinan laba yang akan dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, volume penjualan merupakan salah satu hal penting yang harus dievaluasi untuk kemungkinan perusahaan agar tidak rugi. Jadi volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan utama perusahaan dan bukannya untuk kepentingan volume penjualan itu sendiri.

Adapun volume penjualan pada UD Sarana Agro Utama bervariasi dari bulan ke bulan. Data volume penjualan UD. Sarana Agro Utama pada tahun 2013 - 2017 dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>35</sup> Arif Yusuf Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan* (Jakarta: Prenadamedia Gorup, 2016), 205.

<sup>36</sup> Rohadi, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 3, transkrip.

**Tabel 4.2**  
**Pertumbuhan volume penjualan**

<b>Tahun</b>	<b>Volume Penjualan</b>	<b>Hasil Penjualan</b>	<b>Laba</b>
2013	300.000 produk	Rp32.000.000.000	Rp3.400.000.000
2014	320.000 produk	Rp35.000.000.000	Rp3.800.000.000
2015	300.000 produk	Rp31.000.000.000	Rp3.300.000.000
2016	295.000 produk	Rp30.000.000.000	Rp3.200.000.000
2017	315.000 produk	Rp34.000.000.000	Rp3.700.000.000
2018	340.000 produk	Rp38.000.000.000	Rp4.200.000.000

Berdasarkan data pertumbuhan diatas, dapat dipahami bahwa pada tahun 2013 UD Sarana Agro Utama menjual 300.000 produk, dengan hasil penjualan sebesar Rp32.000.000.000 dan laba sebesar Rp3.400.000.000. kemudian pada tahun 2014 UD Sarana Agro Utama berhasil menjual produknya sebesar 320.000 produk dengan hasil penjualan Rp35.000.000.00 dan laba sebesar Rp3.800.000.000. Tetapi pada tahun 2015 volume penjualan turun menjadi 300.000.000 produk dengan hasil penjualan sebesar Rp31.000.000.000, laba Rp3.300.000.000. Pada tahun 2016 terjadi penurunan lagi sebesar 5.000 produk dari tahun sebelumnya dengan hasil penjualan Rp30.000.000.000 dan laba sebesar Rp3.200.000. Tahun 2017 jumlah produk yang terjual kembali naik lagi menjadi 315.000 produk dengan besar hasil penjualan Rp34.000.000.000 dan laba Rp3.700.000. selanjutnya pada tahun 2018 volume penjualannya naik lagi menjadi 340.000 produk yang terjual dengan hasil penjualan sebesar Rp38.000.000.000 dan laba yang diperoleh sebesar Rp4.200.000.000.

Jadi apa yang telah terjadi pada UD Sarana Agro Utama sesuai dengan teori yang ada. Bahwa volume penjualan mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap laba perusahaan. Semakin besar volume penjualannya, maka akan semakin besar pula laba yang diperoleh perusahaan. Hal ini sangat terlihat pada tahun 2015 ketika volume penjualannya turun, laba yang diperoleh perusahaan pun ikut menurun dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, pada tahun 2013 dan tahun 2014 dalam menjual produknya menggunakan saluran



distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Untuk saluran distribusi tidak langsung, UD Sarana Agro Utama menggunakan pengecer saja untuk menyalurkan produknya ke konsumen akhir. Dan melihat hasilnya pun cukup bagus, karena berhasil meningkatkan volume penjualan sebesar 20.0000 produk. Kemudian pada tahun 2015 UD Sarana Agro Utama menggunakan pedagang besar juga untuk menyalurkan produknya ke luar jawa. Tetapi dengan penambahan perantara ini justru membawa dampak buruk bagi perusahaan. Volume penjualannya menurun cukup banyak sebesar 20.000 produk dari tahun sebelumnya. Tahun 2016 kembali terjadi penurunan sebesar 5.000 produk. Hal ini membuat perusahaan takut menggunakan pedagang besar lagi untuk tahun selanjutnya. Untuk menghindari hal itu tidak terjadi lagi, perusahaan memutuskan untuk tidak menggunakan pedagang besar lagi dan lebih fokus menggunakan pengecer saja.

Setelah itu, pada tahun 2017 kembali naik dari 295.000 produk menjadi 315.000 produk yang terjual. Kenaikan ini kembali terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 340.000 produk. Dari sinilah dapat disimpulkan bahwa penggunaan saluran distribusi tidak langsung pada UD Sarana Agro Utama lebih tepat menggunakan pengecer karena mampu menaikkan volume penjualan.<sup>37</sup>

Pemilik perusahaan tidak merasa cukup begitu saja, disamping mempertahankan saluran distribusinya, pemilik perusahaan juga melakukan pengawasan terhadap kegiatan distribusi. Hal ini dilakukan untuk melihat apakah pendistribusian sudah tepat sasaran dan tepat waktu apa belum. Dan juga pemantau persediaan barang di seluruh anggota saluran untuk mengantisipasi terjadinya kekosongan barang. Disisi lain, untuk meningkatkan volume penjualan pemilik perusahaan terus berusaha mencari anggota saluran sebanyak-banyaknya. Dengan begitu pangsa pasar semakin luas, konsumen pun semakin bertambah dan tentunya prodk yang terjual juga semakin bertambah.

---

<sup>37</sup> Eko Setianto, wawancara oleh penulis, 6 Desember, 2018, wawancara 1, transkrip.