

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Pabrik Jenang M Furqon Kudus

1. Profil Singkat dan Sejarah Berdirinya Pabrik Jenang M Furqon Kudus

a. Profil Singkat Pabrik Jenang M Furqon Kudus

- 1) Nama Usaha : Pabrik Jenang M Furqon
- 2) Nama Pemilik : Bapak Sumarno
- 3) Alamat : Desa Singocandi Rt 3 Rw 01 Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.
- 4) Hp/Telp : 081225211221
- 5) Tahun Berdiri : 1999¹

b. Sejarah Berdirinya Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Pendiri pabrik adalah pasangan suami istri Bapak Sumarno dan ibu Ristiani (Alm). Pasangan ini berasal dari Kudus yang mempunyai minat yang sama terhadap bisnis yang sudah lama mereka tekuni. Nama Pabrik “M Furqon” di ambil dari anak pertama.

Awalnya, pasangan suami istri terinspirasi oleh sebuah perusahaan besar di kotanya dan peluang itulah yang dimanfaatkan oleh bapak Sumarno. Sebelum serius mengembangkan usahanya, Bapak Sumarno pernah mencoba belajar beberapa bisnis hanya saja faktor keberuntungan mungkin belum berpihak kepadanya. Berkali-kali usaha yang bapak Sumarno jalankan berakhir dengan kegagalan. Hebatnya, Bapak Sumarno tidak pernah menyerah dengan tekak kuat dan pengetahuan yang terbatas Bapak Sumarno terus bereksperimen dan berkarya. “M Furqon” adalah buah sukses perjuangan perusahaan tersebut.

¹ Dokumentasi Pabrik Jenang M Furqon Kudus, dikutip tanggal 18 Februari 2018.

Bermodalkan uang Rp 350.000,- untuk membeli bahan-bahan pembuat jenang seperti tepung beras ketan, gula aren, gula putih, kelapa untuk dijadikan santan, perasa, mentega, dan wijen. Pada tahun 1999 mulai membangun ekonomi keluarga bersama-sama. Setelah itu upaya mengembangkan pasar dilakukan termasuk ikut seminar kewirausahaan yang diselenggarakan di Universitas Muria Kudus tapi beruntungnya mereka tidak terlalu susah untuk memasarkan jenang tersebut di karenakan oleh keberadaan kios yang di beli oleh bapak Sumarno di wilayah pemakaman sunan Kudus sehingga mempermudah lakunya penjualan jenang wijen yang saat itu dan sampai saat ini menjadi produk andalan mereka. Dulunya pabrik ini dipimpin dan dikelola langsung oleh Bapak Sumarno, namun sekarang karena anaknya dianggap sudah mampu untuk menangani berjalannya pabrik ini, maka pengelolaan pabrik sekarang dipegang oleh anak pertamanya yaitu Muhammad Furqon.²

2. Visi, Misi dan Tujuan Pabrik Jenang M Furqon Kudus

a. Visi Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Menciptakan suatu produk makanan berjenis Makanan Khas dengan mengutamakan kualitas dan kepuasan konsumen.

b. Misi Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Adapun misi pabrik jenang M Furqon Kudus sebagai berikut:

- 1) Membuat suatu cita rasa yang mudah disukai masyarakat.
- 2) Membuat produk yang dapat menjadi makanan khas kota kudus dengan rasa yang berkarakter.
- 3) Memberikan pelayanan terbaik untuk para konsumen.
- 4) Membuat penjualan produk mampu bersaing dengan pasar nasional.³

² Wawancara dengan Bapak Sumarno selaku Pemilik Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 15 Februari 2018 pukul 11.00 WIB - selesai.

³ Dokumentasi Pabrik Jenang M Furqon Kudus, dikutip tanggal 18 Februari 2018.

c. Tujuan Pabrik Jenang M Furqon Kudus

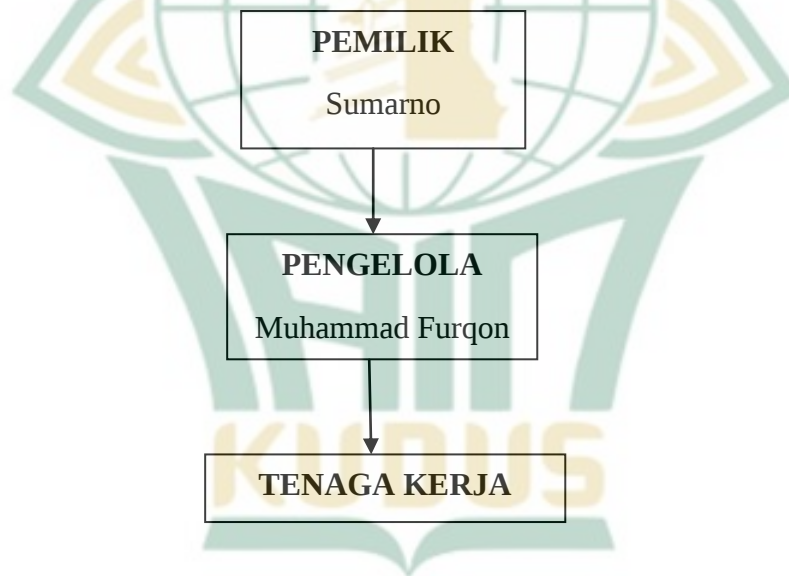
Agar Pabrik Jenang M Furqon dapat menghasilkan suatu nilai tambah baru yang dapat memberi manfaat serta mampu membuka lapangan pekerjaan.

3. Produk yang Dihasilkan

Pabrik jenang ini tidak hanya memproduksi satu jenis jenang saja namun ada beberapa jenis dan rasa jenang yang di produksi seperti jenang tape, jenang rasa coklat susu, rasa durian, rasa jahe, rasa nangka, rasa pandan, rasa wijen, rasa anggur, rasa nanas, rasa melon dan rasa strawberry.

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1



Jumlah karyawan yang ada pada Pabrik Jenang M Furqon Kudus sebanyak 13 orang. Karyawan pada pabrik ini terbagi menjadi tiga bagian. Pertama, karyawan tetap sebanyak 3 orang, yaitu Bapak Sumarno selaku pemilik usaha, Muhammad Furqon selaku pengelola usaha dan Devi Amalia selaku pemasar sekaligus distributor dalam pabrik atau bisa dikatakan tenaga kerja dalam/keluarga. Kedua karyawan harian ada 2 orang yaitu penjaga kios. Ketiga karyawan

borongan terdiri dari 8 orang yang terbagi menjadi dua yaitu 2 tenaga kerja pembuatan/produksi dan 6 tenaga kerja pengemasan.

5. Keadaan Sarana dan Prasarana Pabrik Jenangm M Furqon Kudus

Proses produksi membutuhkan adanya sarana dan prasarana atau fasilitas baik bersifat fisik maupun non fisik. Masing-masing tidak dapat berdiri sendiri, akan tetapi satu sama lain harus saling mendukung sehingga produksi dapat berjalan lancar.

Adapun sarana prasarana pendukung serta penunjang pelaksanaan operasional yang ada di Pabrik Jenang M Furqon kudus adalah sebagai berikut:

- a. Tempat produksi
- b. Tempat pembuatan jenang
- c. Tempat penjualan jenang
- d. Rak/tempat jenaang
- e. Wajan besar/kawah
- f. Mixer besar
- g. Mesin pamarut kelapa
- h. Mesin pemeras santan
- i. Loyang
- j. Pengaduk
- k. Alat pengepres plastik
- l. Ember
- m. Pisau
- n. Saringan
- o. Gayung
- p. Bendo
- q. Etalase

6. Bahan Produksi Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Adapun bahan produksinya adalah sebagai berikut:

a. Tepung beras ketan

Bahan dasar dalam pembuatan jenang adalah tepung beras ketan. Penggunaan tepung beras ketan yang baik dalam pembuatan jenang ini dinilai dapat menghasilkan produk jenang dengan kualitas yang bagus (teksturnya lembut dan kenyal tidak keras).

b. Gula

Gula yang digunakan dalam proses produksi jenang adalah gula aren dan gula pasir. Penambahan gula aren dan gula pasir selain menghasilkan kekentalan yang tinggi dan rasa yang lebih manis juga bisa menjadi pengawet alami.

c. Kelapa

Kelapa yang digunakan dalam proses produksi jenang adalah santannya, dengan kriteria kelapa yang sudah tua.

d. Bahan penunjang

Bahan-bahan penunjang yang akan ditambahkan dalam pembuatan jenang antara lain margarine, wijen, vanilla, dan perasa lainnya.⁴

⁴ Dokumentasi Pabrik Jenang M Furqon Kudus, dikutip tanggal 18 Februari 2018.

B. Deskripsi Data

1. Data tentang strategi distribusi yang digunakan Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Distribusi merupakan kegiatan yang fungsinya sangat bermanfaat bagi sektor ekonomi. Kegiatan distribusi merupakan penghubung antara kegiatan produksi dan konsumsi. Pelaku kegiatan distribusi dinamakan distributor. Dalam kegiatan ekonomi, distribusi merupakan kegiatan yang berada diantara produsen sampai ke tangan konsumen. Barang yang telah dihasilkan oleh produsen agar sampai ke tangan konsumen memerlukan adanya lembaga yang disebut dengan distributor.

Sebelum membahas tentang strategi distribusi peneliti ingin mengetahui pengetahuan pengusaha tentang definisi distribusi. Setelah melakukan wawancara dengan pengusaha pabrik jenang M Furqon yaitu Bapak Sumarno, beliau mengatakan:

“Yang saya ketahui tentang distribusi yaitu kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk menyalurkan barang produksinya kepada konsumen atau pembeli”⁵

Sedangkan Mas Furqon selaku pengelola Pabrik Jenang M Furqon Kudus mengatakan bahwa:

“Distribusi adalah kegiatan penyaluran barang hasil produksi dari produsen kepada konsumen untuk perputaran modal demi mempertahankan kelangsungan usaha suatu perusahaan.”⁶

Dan menurut Mbak Devi selaku pemasar di Pabrik Jenang M Furqon Kudus mengatakan:

“Distribusi yaitu menyalurkan barang ke pembeli, baik itu secara langsung maupun melalui perantara.”⁷

⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Sumarno selaku Pemilik Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 15 Februari 2018, pukul 11.00 WIB – selesai.

⁶ Wawancara dengan Mas Furqon selaku Pengelola Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 10.00 WIB – selesai.

⁷ Wawancara dengan Mbak Devi selaku Pemasar di Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 08.30 WIB – selesai.

Berdasarkan keterangan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa distribusi yang diketahui oleh pihak Pabrik Jenang M Furqon adalah suatu kegiatan penyaluran barang dari produsen ke konsumen atau pembeli baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Strategi merupakan pilihan pola tindakan atau rencana tentang apa yang ingin dicapai perusahaan dan hendak menjadi apa suatu organisasi di masa yang akan datang dengan mengintegrasikan tujuan-tujuan, kebijakan-kebijakan serta bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan tersebut dengan mengalokasikan sumber daya yang dirancang untuk mencapai tujuan tersebut.⁸

Distribusi ada dua yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Hasil wawancara dengan Bapak Sumarno mengenai strategi distribusi yang digunakan oleh pabrik jenang M Furqon Kudus, beliau mengatakan:

“Kami menyalurkan barang produksi kami ini menggunakan distribusi langsung yang pembeli datang langsung ke toko atau bisa datang langsung ke tempat produksi. Terus kami juga menggunakan distribusi tidak langsung supaya barang kami ini bisa cepat sampai ke konsumen”⁹

Mas Furqon selaku Pngelola mengatakan:

“Penyaluran barang yang kami lakukan adalah dengan menggunakan distribusi langsung dan juga distribusi tidak langsung, distribusi langsung yaitu dengan cara menjual barang secara langsung kepada konsumen, karena kami mempunyai kios, selain itu banyak juga konsumen yang datang langsung ke tempat produksi kami untuk membeli secara langsung. Kalau distribusi yang tidak langsungnya kami menjualkan kepada pedagang besar maupun pengecer yang ada di beberapa daerah yang selanjutnya baru dijual kepada konsumen mbak.”¹⁰

⁸Muhammad Husni Mubarak, *Manajemen Strategi*, Buku Daras, Kudus, 2009, hlm. 7

⁹ Wawancara dengan Bapak Sumarno selaku Pemilik Pabrik Jenang M Furqon Kudus tanggal 15 Februari 2018, pukul 11.00 WIB – selesai.

¹⁰ Wawancara dengan Mas Furqon selaku Pengelola Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 10.00 WIB – selesai.

Dan Mbak Devi selaku pemasar menyatakan:

“Untuk pendistribusian produk ini, kami menggunakan distribusi langsung dan distribusi tidak langsung mbak. Karena tempat produksi kami dekat dengan perkampungan jadi banyak konsumen yang datang langsung ke tempat produksi kami, selain itu konsumen bisa membeli langsung di kios kami ini mbak, kalo distribusi tidak langsungnya kami menyalurkan barang ini di pedagang-pedagang ecer maupun pedagang besar yang ada di beberapa daerah mbak”.¹¹

Berdasarkan keterangan atau pemaparan pemilik, pengelola dan pemasar Jenang M Furqon dapat disimpulkan sebagai berikut: Saluran distribusi disini menggunakan dua macam. Yang pertama menggunakan saluran distribusi langsung dan kedua menggunakan saluran distribusi tidak langsung. Distribusi langsung ini biasanya para pembeli atau konsumen datang langsung ke tempat produksi selain itu pabrik ini mempunyai kios sendiri jadi pembeli membeli langsung di kios yang letaknya tidak jauh dari rumah/tempat produksi. Distribusi tidak langsung yaitu melalui perantara, disini perantara yang digunakan adalah pedagang besar dan pengecer. Kalo pengecer biasanya ada yang memesan terlebih dahulu produk yang diinginkan kemudian baru mengirim barangnya. Kalau pedagang besar mereka para pedagang yang dilain daerah mengambil produk dengan jumlah yang banyak kemudian di distribusikan pada pedagang eceran yang ada di sekitar daerah pedagang besar tersebut.

2. Data tentang strategi dapat meningkatkan volume penjualan pada Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Volume Penjualan merupakan total penjualan yang di dapat dari komoditas yang diperdagangkan dalam suatu masa tertentu. Perusahaan harus berusaha untuk menciptakan volume penjualan yang menguntungkan untuk meningkatkan laba yang diperoleh.

¹¹ Wawancara dengan Mbak Devi selaku Pemasar di Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 08.30 WIB – selesai.

Volume penjualan pada pabrik Jenang M Furqon Kudus bervariasi dari tahun ke tahun. Pemilik dan Pengelola perusahaan selalu berupaya menggunakan strategi untuk meningkatkan volume penjualan namun tetap tidak mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.

Strategi distribusi yang digunakan Pabrik Jenang M Furqon Kudus tahun 2014-2017 tiap tahunnya tidak sama. Berikut pemaparan dari Pengelola Pabrik Jenang M Furqon mengenai strategi distribusi produk yang digunakan dari tahun 2014 sampai tahun 2017 yang dilakukan Pabrik Jenang M Furqon Kudus yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan:

“Supaya volume penjualan bisa naik kami menggunakan strategi distribusi. Dalam strategi pendistribusian produk, kami tidak hanya menggunakan satu metode saja mbak, tahun 2014 selain kami menggunakan distribusi langsung kami menggunakan distribusi tidak langsung yaitu dari produsen ke pengecer dan konsumen akhir, tahun 2015 kami menggunakan strategi dari produsen ke pedagang besar kemudian ke pengecer baru ke konsumen akhir, kenapa demikian karena pada tahun 2015 ini kami mendistribusikan produk kami sampai di Bali jadi, kami menggunakan jasa pedagang besar untuk bisa menyalurkan kepada pengecer-pengecer yang ada di Bali tersebut. Tahun 2016 kami menggunakan metode yang sama dengan tahun 2015. Kalau tahun 2017 kami kembali lagi menggunakan strategi distribusi yang dari produsen terus ke pengecer dan sampai di konsumen, tahun 2017 ini kebetulan saya tidak menyebarkan produk kami di Bali karena tahun 2016 orderan disana menurun kami takutnya nanti malah ada kerugian jadi sementara tahun 2017 kami tidak order dulu yang di Bali. Alhamdulillah di tahun 2017 justru volume penjualan kami malah naik drastis ketika kembali menggunakan metode produsen ke pengecer ke konsumen”.¹²

Mbak Devi selaku pemasar menjelaskan sebagai berikut:

“Kebetulan karena produk ini kami sebar sampai di Bali maka strategi pendistribusian kami bervariasi mbak, selain distribusi langsung yang dari produsen langsung pada konsumen kami juga menggunakan strategi distribusi tidak langsung,

¹² Wawancara dengan Mas Furqon selaku Pengelola Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 10.00 WIB – selesai.

diantaranya dulu waktu tahun 2014 kami menggunakan metode dari produsen ke pengecer dan pengecer ke konsumen. Pada tahun 2015 dan 2016 kami menambahkan pedagang besar mbak jadi dari kami produsen ada pedagang besar yang menjadi perantara sebelum pengecer kemudian pengecer baru disampaikan kepada konsumen, waktu itu kami mendistribusikan produk kami ini di pulau Bali, karena minimnya tenaga pemasar jadi kami mengambil jasa melalui pedagang besar. Dan tahun 2017 kami kembali menggunakan sistem dari produksi ke pengecer kemudian ke konsumen karena ada hal tertentu mbak”.¹³

Kesimpulan dari pemaparan Pengelola dan Pemasar tersebut yaitu untuk bisa menaikkan volume penjualan maka dari tahun ke tahunnya pabrik jenang M Furqon Kudus menerapkan Strategi distribusi ganda yaitu menggunakan distribusi langsung dan distribusitidak langsung. Adapun distribusi tidak langsung melalui perantara pedagang besar dan pengecer. Pada tahun 2014 menggunakan strategi produsen ke pengecer ke konsumen. Tahun 2015 dan 2016 menggunakan produsen ke pedagang besar ke pengecer ke konsumen. Tahun 2017 kembali lagi menggunakan produsen ke pengecer ke konsumen karena dikhawatirkan ada kerugian melihat di tahun 2016 orderan murai menurun saat menggunakan pedagang besar. Pada tahun 2017 volume penjualan malah justru naik drastis meskipun kembali menggunakan strategi produsen ke pengecer, dan pengecer ke konsumen akhir.

C. Pembahasan dan Analisis

1. Analisis tentang strategi distribusi yang digunakan Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Strategi adalah siasat. Dalam pemasaran, strategi adalah rencana untuk memperbesar pengaruh terhadap pasar, baik itu dalam jaringan pendek ataupun jaringan panjang yang didasarkan pada riset pasar, penilaian, perencanaan produk, promosi dan perencanaan penjualan

¹³ Wawancara dengan Mbak Devi selaku Pemasar di Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 08.30 WIB – selesai

serta distribusi.¹⁴ Strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan, jadi strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat dalam perusahaan.

Menurut Kotler saluran distribusi adalah himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen.¹⁵ Strategi digunakan untuk mengembangkan usaha agar bisa maju dan mampu bersaing dengan usaha yang lain. Adapun strategi yang digunakan Pabrik jenang M Furqon Kudus ini lebih terfokus pada bidang pemasarannya yaitu bagian distribusi. Dengan adanya distribusi maka produk akan bisa cepat sampai di tangan konsumen melalui proses jual beli.

Tujuan utama perusahaan pada intinya sama, yaitu dapat meningkatkan volume penjualan sehingga laba yang dihasilkan akan terus meningkat, namun tanpa meninggalkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut sangat dibutuhkan penyusunan perencanaan yang tepat serta pelaksanaan operasi yang efisien dan efektif. Selain dari penyusunan dan perencanaan yang tepat sebuah perusahaan atau badan usaha hendaklah memperhatikan kegiatan pemasaran agar tujuan dari perusahaan itu dapat dicapai, dan memperhatikan distribusi sehingga tercapai peningkatan penjualan, saluran harus dikelola sehingga tercipta hubungan yang baik, dan terjalin kerjasama yang solid. Distribusi adalah himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam

¹⁴ Meaty Taqdir Qodratillah dkk, *Kamus Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta, 2011, hlm. 509

¹⁵ Irawan, Faried Wijaya, *Op. Cit.*, hlm. 135

pengalihan hak atas barang atau jasa selama berpindah dari produsen ke konsumen.¹⁶

Pemaparan pemilik, pengelola dan pemasar Pabrik Jenang M Furqon Kudus dapat disimpulkan sebagai berikut: Saluran distribusi disini menggunakan dua macam. Yang pertama distribusi langsung dan kedua distribusi tidak langsung. Distribusi langsung biasanya para pembeli langsung datang ke kios maupun kerumah yaitu tempat produksi. Distribusi tidak langsung, disini menggunakan perantara pedagang besar dan pengecer. Kalau pengecer biasanya memesan terlebih dahulu produk yang diinginkan kemudian mengirim barangnya.

Berdasarkan pemaparan narasumber diatas dapat peneliti utarakan bahwa strategi distribusi yang dilakukan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler yaitu:

a. Distribusi Langsung

Pengertian distribusi langsung adalah penyaluran atau penjualan barang yang dilakukan secara langsung oleh produsen ke konsumen yang dilakukan tanpa perantara.¹⁷ Distribusi ini dilakukan oleh Pabrik Jenang M Furqon Kudus sebab dari hasil wawancara dengan para narasumber bahwa pabrik jenang M Furqon Kudus mendistribusikan produknya secara langsung. Distribusi langsung yang dilakukan pabrik jenang M Furqon ini dengan cara konsumen datang langsung ke tempat produksi atau ke kios yang terletak di dekat menara Kudus.

b. Distribusi Tidak Langsung

Pengertian distribusi tidak langsung adalah penyaluran atau penjualan barang dari produsen kepada konsumen melalui

¹⁶ Irawan, Faried Wijaya, *Pemasaran Prinsip dan Kasus edisi 2*, BPFE, Yogyakarta, hlm. 135

¹⁷ Philip Kotler dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas, jilid dua, Erlangga, Jakarta, 2008, hlm.232

perantara. Perantara yang terlibat kegiatan jual beli adalah pengecer, pedagang besar, agen, makelar, dan komisioner.¹⁸ Pabrik Jenang M Furqon Kudus ini juga menggunakan distribusi tidak langsung melalui pedagang besar dan pengecer. Distribusi tidak langsung disini menggunakan pedagang besar dan pengecer. Pedagang besar digunakan ketika produk di salurkan ke Bali, ada satu pedagang besar yang mengambil produk ini untuk di salurkan kepada pengecer-pengecer yang ada di sekitar Bali. Kalau pengecer biasanya ada yang memesan terlebih dahulu produk yang diinginkan, kemudian baru mengirim barangnya.

2. Analisis tentang Strategi Distribusi dapat Meningkatkan Volume Penjualan pada Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Volume penjualan dalam perusahaan dapat dijadikan perbandingan dan tolok ukur kinerja perusahaan. Apakah SDM sudah maksimal atau belum. Melalui perbandingan ini akan diperoleh gambaran seberapa jauh SDM distributor mendistribusikan produknya. Selain itu, informasi volume penjualan bisa digunakan sebagai informasi untuk mengejar kekurangan dalam penjualan di area tertentu.¹⁹ Volume penjualan dipengaruhi oleh strategi distribusi yang diterapkan pada pabrik jenang M Furqon Kudus. Dari tahun 2014-2017 penjualan mengalami peningkatan. Berikut merupakan data penjualan selama empat tahun terakhir yaitu tahun 2014-2017:

¹⁸ Philip Kotler dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, edisi ketiga belas, jilid dua, Erlangga, Jakarta, 2008, hlm.232

¹⁹ Frans M. Royan, *Market Intelligence*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2005, hlm. 43-

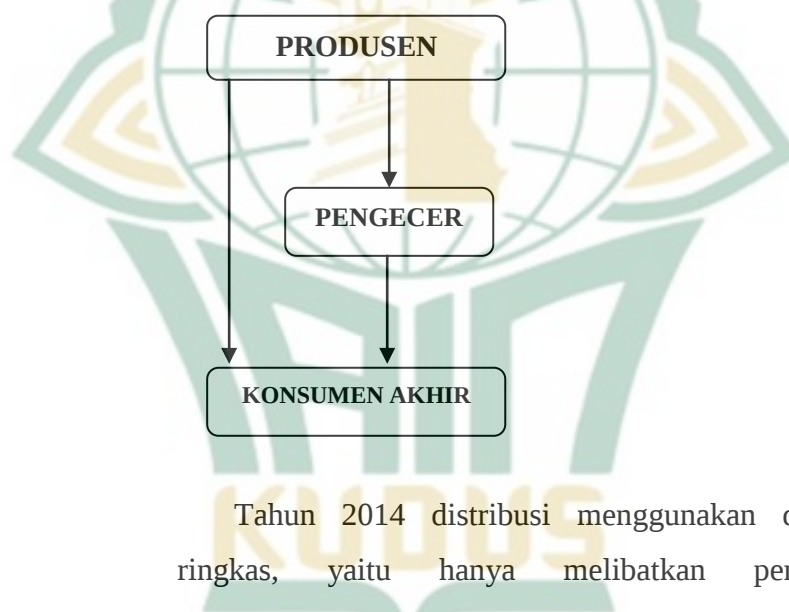
Data penjualan Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Tahun	Penjualan (Rp)
2014	Rp. 446.160.000
2015	Rp. 479.650.000
2016	Rp. 495.300.000
2017	Rp. 541.528.000

Sumber : Pabrik Jenang M Furqon Kudus

Apabila digambarkan maka strategi distribusi yang diterapkan mulai tahun 2014-2017 maka akan terlihat seperti berikut:

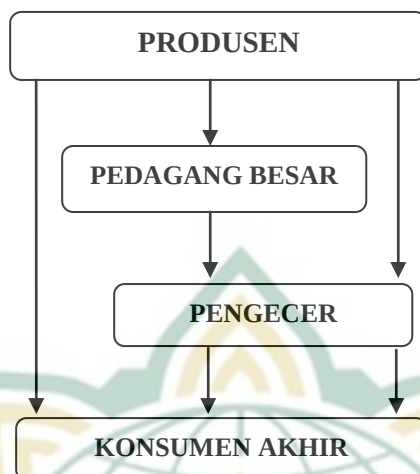
1) Strategi distribusi pada tahun 2014



Tahun 2014 distribusi menggunakan distribusi yang ringkas, yaitu hanya melibatkan pengecer untuk menyampaikan barang ke tangan konsumen. Dengan strategi distribusi seperti ini, volume penjualan bisa mencapai Rp. 446.160.000.

Keterangan dari gambar diatas yaitu, bagian produsen yang dimaksud adalah Pabrik Jenang M Furqon Kudus yang memilih menyalurkan produknya melalui pengecer kemudian disalurkan kepada konsumen akhir. Pengecer yang dimaksud adalah toko-toko atau kios-kios yang tersebar di beberapa daerah Kudus maupun luar Kudus.

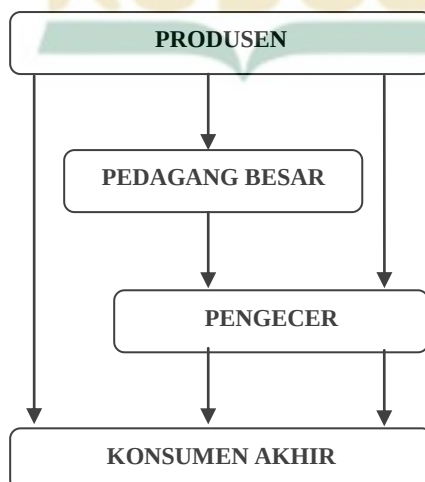
2) Strategi distribusi pada tahun 2015



Pada tahun 2015 distribusi menggunakan distribusi yang melibatkan agen dan pengecer untuk menyampaikan barang ke tangan konsumen. Dengan strategi distribusi seperti ini, volume penjualan bisa mencapai Rp.479.650.000.

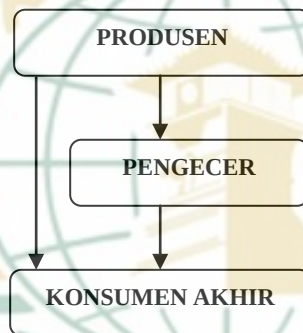
Keterangan dari gambar diatas yaitu, bagian produsen yang dimaksud adalah Pabrik Jenang M Furqon menunjuk atau memilih perantara pedagang besar untuk menyalurkan produknya kepada pengecer yang ada di wilayah tertentu. Produsen juga dapat menyalurkan produk secara langsung kepada pengecer dan juga konsumen akhir.

3) Strategi distribusi pada tahun 2016



Tahun 2016 strategi distribusi yang digunakan adalah sama dengan strategi distribusi yang dipakai di tahun 2015. Dari produsen yaitu Pabrik Jenang M Furqon memilih perantara Pedagang besar kemudin kemudian pedagang besar ke pengecer hingga sampai pada konsumen akhir. Selain itu juga menerapkan distribusi yang melalui pengecer dan langsung ke konsumen. Pada tahun ini penjualan mencapai Rp.495.300.000.

4) Strategi distribusi pada tahun 2017



Pada tahun 2017 pengelola menerapkan strategi yang digunakan sama dengan strategi pada tahun 2014, karena strategi pada tahun 2015 dan 2016 kurang sesuai dengan harapan pengelola perusahaan, maka strategi dikembalikan ke strategi yang menghasilkan volume penjualan yang tinggi. Strategi yang hanya melibatkan pengecer justru lebih meningkatkan volume penjualan. Sehingga volume penjualan tahun 2017 adalah Rp.541.528.000. Hal tersebut dikarenakan strategi ini dianggap masih bagus karena pada tahun 2014 penjualannya sangat bagus, sehingga pengelola perusahaan menggunakan strategi tersebut kembali.

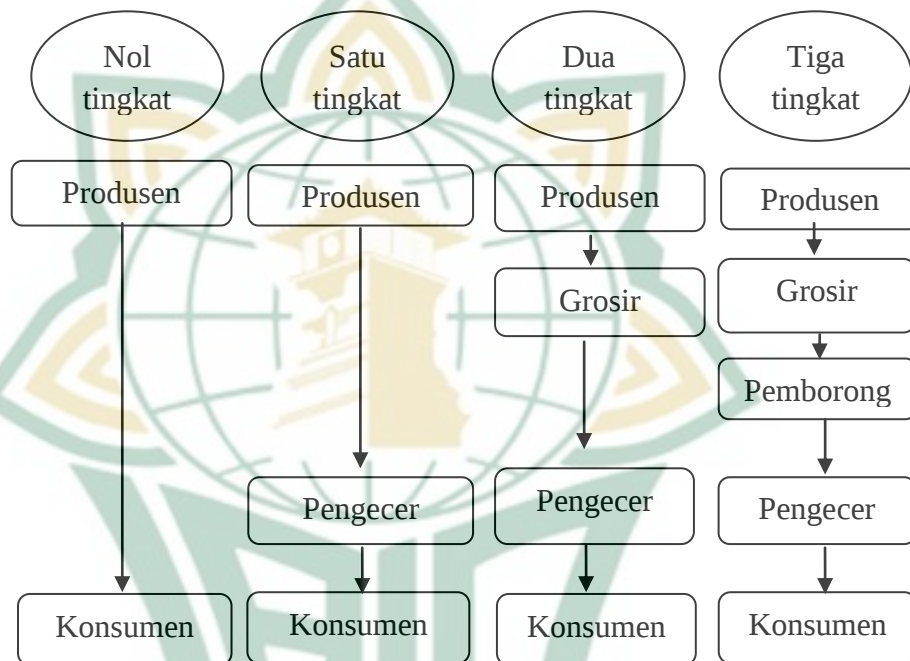
Pemaparan tersebut diatas sesuai dengan teori yaitu Saluran distribusi terdiri dari beberapa tingkat. Setiap perantara yang

melakukan usaha menyalurkan barang kepada pembeli akhir membentuk tingkatan saluran.²⁰

Sedangkan jika digambarkan berdasarkan jumlah tingkat akan terlihat seperti berikut:

Gambar 4.2

Jumlah Tingkat Saluran Distribusi²¹



- Saluran nol tingkat (saluran pemasaran langsung), saluran pemasaran ini terdiri dari seorang produsen yang menjual langsung kepada konsumen.
- Saluran satu tingkat mempunyai satu perantara, dalam pasar konsumen perantara sekaligus merupakan pengecer.
- Saluran dua tingkat mempunyai dua perantara, dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir atau pedagang besar dan pengecer.
- Saluran tiga tingkat mempunyai tiga perantara, dalam pasar konsumen mereka merupakan grosir, pemborong dan pengecer.²²

²⁰ Irawan, Faried Wijaya, *Op.Cit.*, hlm. 137

²¹ *Ibid*, hlm. 137

Jadi pada tahun 2014 strategi distribusi yang diterapkan pada pabrik jenang M Furqon Kudus menggunakan saluran distribusi satu tingkat, dimana dalam distribusi ini hanya melihatkan pengecer sebagai perantaranya. Pada tahun 2015 dan 2016 strategi distribusi yang digunakan yaitu saluran distribusi dua tingkat dimana dalam hal ini melibatkan pedagang besar dan pengecer sebagai perantaranya. Berhubung dirasa ada penurunan order ditahun 2016 maka pengelola pabrik memberlakukan kembali saluran distribusi satu tingkat sebagai strategi distribusi ditahun 2017. Dengan menerapkan saluran distribusi satu tingkat, volume penjualan di tahun 2017 mengalami peningkatan yang lumayan banyak dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data lapangan melalui wawancara dengan beberapa responden selain dari strategi distribusi yang diterapkan di pabrik ini, volume penjualan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, yaitu:²³

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa pada prinsipnya melibatkan dua pihak, yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini, penjual harus dapat meyakinkan kepada pembelinya agar dapat berhasil mencapai sasaran penjualan yang diharapkan. Untuk itu, penjual harus memahami beberapa masalah penting yang sangat berkaitan, yaitu:

- a) Jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan
- b) Harga produk
- c) Syarat penjualan, seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan purna jual, garansi dan sebagainya.

²² Irawan, Faried Wijaya, *Op.Cit.*, hlm. 13

²³ *Ibid*, hlm. 130

Kemampuan penjual harus diprioritaskan oleh Pabrik Jenang M Furqon tujuannya supaya si penjual tersebut bisa menarik konsumen. Hal utama yang harus dipahami oleh si penjual adalah berkaitan dengan promosi seperti mampu menjelaskan karakteristik produk yang ditawarkan, dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen atau pelanggan. Untuk mempermudah penjual menawarkan produk pada pelanggan, maka pengusaha berusaha memenuhi kebutuhan para konsumen dengan memproduksi jenang tidak hanya satu varian rasa dan ukuran saja, namun ada beberapa rasa dan ukuran yang berbeda menyesuaikan dengan harga yang ditawarkan supaya penjual dalam mempromosikan kepada konsumen lebih mudah dan konsumen bisa tertarik untuk membeli di kios Pabrik Jenang M Furqon Kudus.²⁴

2. Kondisi pasar

Pasar, sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan, dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualannya. Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah: jenis pasarnya, kelompok pembeli atau segmen pasarnya, daya belinya, frekuensi pembeliannya, keinginan dan kebutuhannya.²⁵

Berhubung banyak sekali pesaing yang menjual produk sejenis di pasaran, maka pabrik jenang M Furqon Kudus sangat memperhatikan faktor kondisi pasar seperti kelompok pembeli atau segmen pasarnya hal ini dinyatakan dengan memproduksi jenang dengan berbagai ukuran supaya bisa dijangkau oleh semua kelompok atau kalangan konsumen.

²⁴ Wawancara dengan Mas Furqon selaku Pengelola Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 10.00 WIB – selesai.

²⁵ *Ibid*, hlm. 130

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon pembeli atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam keadaan seperti ini, penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barangnya ke tempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut, diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik di dalam maupun di luar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

4. Kondisi organisasi perusahaan

Pada perusahaan besar, biasanya masalah penjualan ini ditangani oleh bagian tersendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu/ ahli di bidang penjualan. Lain halnya dengan perusahaan kecil dimana masalah penjualan ditangani oleh orang yang juga melakukan fungsi-fungsi lain. Hal ini disebabkan karena jumlah tenaga kerjanya lebih sedikit, sistem organisasinya sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana yang dimilikinya juga tidak sekompleks perusahaan besar. Biasanya masalah penjualan ini ditangani sendiri oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang lain.

Di Pabrik Jenang M Furqon ini karena masih tergolong UMKM maka sistem pembagian kerjanya masih belum sepenuhnya maksimal. Pengelola terkadang menangani semua aktifitas yang ada di dalam Perusahaan.

5. Faktor lain

Faktor-faktor lain, seperti: periklanan, peragaan, kampanye, pemberian hadiah, sering mempengaruhi

penjualan. Namun, untuk melaksanakannya diperlukan sejumlah dana yang tidak sedikit. Bagi perusahaan yang bermodal kuat, kegiatan ini secara rutin dapat dilakukan. Sedangkan bagi perusahaan kecil yang mempunyai modal relative kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.²⁶

Karena masih minimnya modal maka Pabrik jenang M Furqon Kudus dalam melakukan pemasaran masih kurang maksimal. Promosi dilakukan hanya dari mulut ke mulut, terkadang juga mengikuti beberapa event yang diadakan oleh organisasi lain. Oleh karena itu jaringan di Pabrik Jenang M Furqon Kudus masih sangat terbatas, namun tetap berupaya agar bisa menjalin komunikasi dengan para pelanggan yang sudah ada dan juga berusaha untuk mencari mitra kerja yang baru untuk memperbanyak jaringan di Pabrik jenang M Furqon Kudus. Faktor lain yang dapat mempengaruhi penjualan adalah adanya pedagang yang meminta retur karena terlalu lama produk di kios, hal ini dapat menghambat kelancaran jual beli. Namun retur tersebut tetap dilayani karena pihak pabrik tidak ingin kehilangan pelanggannya. Hasil retur tersebut barang di bongkar dan di daur ulang supaya masih bisa dimanfaatkan, biasanya di jual kembali namun dengan harga yang cukup murah supaya kerugian tidak terlalu banyak.²⁷

Jadi dapat disimpulkan strategi distribusi yang dapat meningkatkan volume penjualan pada Pabrik Jenang M Furqon Kudus yaitu menggunakan strategi distribusi tidak langsung yang mana menggunakan perantara pengecer. Ketika melakukan strategi distribusi tidak langsung yang melibatkan pedagang besar justru

²⁶ *Ibid*, hlm. 131

²⁷ Wawancara dengan Mas Furqon selaku Pengelola Pabrik Jenang M Furqon Kudus, tanggal 18 Februari 2018, pukul 10.00 WIB – selesai.

yang terjadi adalah penurunan orderan, barang tidak cepat sampai di konsumen karena terjadi kendala pengangkutan bahkan penyimpanan yang terlalu lama maka itu bisa mengurangi tingkat pemesanan barang kepada Pabrik Jenang M Furqon Kudus. oleh karena itu mulai tahun 2017 sampai sekarang melakukan strategi distribusi yang tidak langsung hanya melalui pengecer saja.

