

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Madani *Collection*

1. Sejarah Madani *Collection*

Madani *Collection* lahir sekitar tahun 2010. Nama Madani *collection* diambil dari nama Martono dan Is Suciati. Madani *Collection* bergerak dibidang pakaian dewasa dan anak-anak, usaha ini tidak memproduksi langsung pakaian sendiri melainkan mengambil dari pedagang besar, usaha ini dirintis oleh Bp. Martono dan Ibu Is Suciati, berawal dari keresahan ibu Is Suciati karena beliau saat kuliah tidak mendapatkan kiriman dari orang tua, akhirnya beliau berfikir bagaimana cara mendapatkan uang untuk membayar kuliah, kos dan biaya sehari-hari, kebetulan tetangga kos ada yang berjualan baju, dan akhirnya beliau mengajukan diri untuk ikut menjualkan baju, dan diperbolehkan untuk ikut menjualkan baju, dan ibu Is Suciati dibantu oleh Bp. Martono yang dulunya calon suami dari ibu Is Suciati yang sekarang sudah menjadi suaminya. pada waktu itu pemasaran di kos-kosan sekitar kampus saja, dan teman-teman kuliah, tapi untuk saat ini pemasaran sudah sampai luar daerah, yaitu jepara, demak dan tuban. Seiring berjalannya waktu, sekitar tahun 2012 ada teman dari suami ibu Is Suciati dari Jepara yang menawarkan diri untuk ikut menjualkan pakaiannya sebagai tambahan pemasukan keluarganya, itu titik awal dari pendistribusian pakaian Madani *Collection*, tahun-tahun berikutnya sampai sekarang bertambah dari daerah Klambu Puwodadi, Karanganyar Demak, Jatirogo Tuban, dan Sokogunung Tuban. Seua pencapaian itu tidak serta berjalan dengan lancar ada hambatan yang terjadi, misalnya pembayaran yang sulit, pendistribusian yang jauh membutuhkan biaya yang lebih sehingga harus disesuaikan dengan harga jual pakaiannya.

2. Produk

a. Gamis

- 1) Dari segi harga berkisar 85.000 – 215.000, karena sasaran produknya itu ditujukan kepada ekonomi menengah kebawah.
- 2) Kualitas gamis adalah standar atau menengah.
- 3) Kuantitas atau model : beberapa macam yang intinya adalah gamis tanpa krudung dan gamis plus krudung (gamis syar'i)

b. Celana dan bawahan (rok) wanita dewasa

- 1) Dari segi harga berkisar 85.000 – 120.000, karena sasaran produknya itu ditujukan kepada ekonomi menengah kebawah.
- 2) Kualitas celana adalah standar atau menengah.
- 3) Kuantitas atau model : beberapa macam sesuai dengan tren di pasaran. Diantaranya merek Prada, Hermes, dll.

c. Atasan (baju dan kaos) wanita dewasa.¹

- 1) Dari segi harga berkisar 55.000 – 110.000, karena sasaran produknya itu ditujukan kepada ekonomi menengah kebawah.
- 2) Kualitas baju atau kaos adalah standar atau menengah.
- 3) Kuantitas atau model : beberapa macam sesuai dengan tren di pasaran. Diantaranya merek Han's, Gresida, dll.²

3. Letak Lokasi Usaha

Berada di desa Wergu Wetan RT 02 RW IV, Kecamatan Kota Kabupaten Kudus.

Sebelah Utara berbatasan dengan jalan gang Rambutan

Sebelah Selatan berbatasan dengan rumah Bp. Prajitno

Sebelah Barat berbatasan dengan rumah Bp. Surono

Sebelah Timur berbatasan dengan rumah Bp. Edi.³

¹ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

² Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

³ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

B. Deskripsi Data

1. Data Tentang Sistem Penjualan Madani *Collection* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaiannya di Kudus

Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung tentang penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *Collection* dalam meningkatkan penjualan usaha pakaiannya didapatkan keterangan bahwa:

“Penjualan yang saya lakukan adalah dengan sistem langsung maupun tidak langsung, sistem penjualan langsung dengan konsumen yaitu dengan cara cicilan sampai 1,5 bulan, untuk sistem tidak langsung yaitu dengan cara melalui distributor”.⁴

Untuk sistem penjualan produk-produknya cukup memuaskan dan sesuai dengan yang direncanakan oleh perusahaan. Peningkatan penjualan produk dapat dilihat dari permintaan serta pesanan yang terus berdatangan.

Langkah-langkahnya yang dilakukan Madani *Collection* dalam meningkatkan penjualan antara lain :

a. Menciptakan kesadaran konsumen terhadap produk Madani *Collecton*

Langkah pertama yang dilakukan adalah menciptakan kesadaran akan adanya produk-produk yang berkualitas pada client-client potensial yang ditemui. Pemilik Madani *Collecton* selalu menjelaskan tentang produk-produknya kepada konsumennya agar para konsumen paham betul tentang produk-produk yang ditawarkan, tentang pelayanan mutu yang diberikan, dan juga perhatian khusus yang diberikan kepada setiap pelanggan. Hal yang lebih penting yang dilakukan oleh Madani *Collection* berhubungan dengan konsumen

⁴ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

adalah dengan cara memberikan brosur-brosur kecil dan juga iklan-iklan yang diterbitkan merupakan cara yang baik untuk menyampaikan pesan.

b. Meningkatkan ketertarikan konsumen pada Madani *Collection*

Madani *Collection* melakukan promosi penjualannya dengan berbagai cara yang menciptakan ketertarikan dari konsumen seperti melakukan obrolan di perkumpulan PKK yang memunculkan rasa ketertarikan terhadap produk-produk yang dijualnya.

c. Mengubah rasa ingin tahu menjadi keingin untuk memakai produk-produk Madani *Collection*

Ketika pelanggan potensial datang dan kemudian memberikan perhatian kepada produk yang dijual Madani *Collection*, maka pemilik Madani *Collection* membuat suasana yang meningkatkan gairah untuk membeli produknya salah satu caranya adalah dengan menggunakan daftar untuk memberikan gambaran lengkap akan rangkaian produk yang ada, terangkan produk-produk kepada pelanggan yang ada.⁵

Pemaparan ibu Is Suciati dalam meningkatkan penjualan usahanya didapatkan keterangan bahwa :

“Dalam meningkatkan usaha ini saya berusaha manambah produk yang sekiranya dibutuhkan oleh masyarakat sekitar, diantaranya adalah, seprai, selimut dll, hal ini saya lakukan agar transaksi yang terjadi bertambah dari sebelumnya. Intinya untuk meningkatkan usaha saya ini saya berusaha menyediakan barang yang dibutuhkan atau diinginkan masyarakat”.⁶

Pendapat Khaida Ratumillah tentang sistem penjualan Madani *Collection* dalam meningkatkan usaha pakaiannya didapatkan keterangan bahwa:

“Penjualan yang dilakukan Madani *Collection* dengan sistem langsung dan tidak langsung, sistem penjualan langsung dengan

⁵ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

⁶ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

konsumen yaitu dengan cara cicilan, untuk sistem tidak langsung yaitu dengan cara melalui distributor, diantaranya adalah melalui saya”.⁷

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem penjualan yang dilakkukan oleh Madani *Collection* adalah dengan sistem penjaualan langsung dan tak langsung

2. Data Tentang Pengelolaan Saluran Distribusi Madani *Collection* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaiannya di Kudus

Umumnya perusahaan melihat beberapa unsur saluran distribusi yang digunakan dalam meningkatkan hasil penjualan sesuai dengan target yang diharapkan, yaitu bagaimana bentuk saluran distribusi yang akan digunakan oleh perusahaan, serta banyaknya perantara dan masalah pengangkutan yang akan dialami oleh perusahaan. Hal itu juga yang diperhitungkan oleh Madani *Collection* dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan yang dilakukan oleh peneliti secara langsung tentang pengelolaan saluran distribusi Madani *Collection* dalam meningkatkan usaha pakaiannya didapatkan keterangan bahwa:

“Untuk pengelolaan saluran distribusi dengan cara komunikasi yang intens, selain itu memberikan kelonggaran waktu dalam pembayaran maksudnya adalah memberikan kelonggaran kepada distributor untuk melakukan setoran, lebih lama daripada melalui sistem penjualan langsung, artinya untuk pelunasan semua produk sampai dengan hari raya Idul Fitri kurang satu minggu atau H-7 untuk hari-hari biasa tetap nyicil”.⁸

Pendapat Khaida Ratumillah tentang pengelolaan saluran distribusi Madani *Collection* dalam meningkatkan usaha pakaiannya didapatkan keterangan bahwa:

⁷ Hasil wawancara dengan ibu Khaida selaku distributor Madani *collection*, 11 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 10.00-selesai.

⁸ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

“Untuk pengelolaan saluran distribusi ibu Is Suciati sering berkomunikasi yang intens, selain itu beliau memberikan kelonggaran waktu dalam pelunasan semua produk sampai dengan hari raya Idul Fitri kurang satu minggu atau H-7 tetapi untuk hari-hari biasa tetap nyicil, biasanya kalau ambil barang, sekalian menyicil nota sebelumnya”.⁹

adapun untuk pengelolaan saluran distribusi, pemilik Madani *Collection* mengintenskan komunikasi untuk terjalinnya kerjasama yang baik.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengelolaan saluran distribusi yang dilakkukan oleh Madani *Collection* adalah dengan mengintenskan komunikasi untuk terjalinnya kerjasama yang baik.

3. Data Tentang Faktor Penghambat Sistem Penjualan Dan Pengelolaan Saluran Distribusi Madani *Collection* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaian Di Kudus

Dalam melakukan sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *collection* menemukan beberapa faktor-faktor penghambat.

Sebagaimana pemaparan pemilik usaha Madani *collection* faktor-faktor yang ditemukan diantaranya adalah :

“Dalam sistem penjualan yang menjadi faktor penghambat adalah, kondisi pasar, dimana pembeli mempunyai keinginan dan kebutuhan dimana kami belum memiliki barang yang diinginkan atau dibutuhkan, selanjutnya adalah modal, untuk membeli atau mencarikan barang yang dibutuhkan memerlukan tambahan modal karena pembeli tidak memsan langsung sehingga kita tidak dapat meminta DP dari pembeli atau konsumen, itu lah faktor yang menghambat sistem penjualan kami”.¹⁰

Sedangkan dalam pengelolaan saluran distribusi faktor yang menghambat adalah :

⁹ Hasil wawancara dengan ibu Khaida selaku distributor Madani *collection*, 11 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 10.00-selesai.

¹⁰ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 14 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 16.00-selesai.

“Untuk pengelolaan saluran distribusi kami mengalami hambatan dalam penentuan harga jual dan diskon atau kortingan, seringkali distributor lupa menanyakan harga jual kepada kami, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan, sehingga minat beli berkurang, dan dalam pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor”.¹¹

“Persaingan usaha pakaian di Kudus sangat ketat jika tidak pandai-pandai mengelola maka akan gulung tikar, dari segi persaingan harga, persaingan pelayanan sangat mempengaruhi minat beli pelanggan, untuk saat ini kebanyakan pelanggan jika disuruh bayar langsung tidak mau, malah akan beralih ke penjual yang memberikan bon atau hutang. Maka dari itu inisiatif kami membolehkan bon atau hutang, tapi pembayar di muka minimal 50 % dari jumlah pembelian, itu pun diberikan kepada pelanggan yang benar-benar diketahui orangnya.”¹²

Pemaparan ibu Khaida Ratumillah sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *collection* didapatkan keterangan bahwa:

“Dalam sistem penjualan yang menjadi faktor penghambat adalah, kondisi pasar, dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki oleh Madani *Collection*, untuk mendapatkan barang yang diinginkan atau dibutuhkan pembeli saya membicarakan dengan pemilik Madani *Collection*, sehingga pemilik harus menambah modal untuk membeli atau mencari barang yang dibutuhkan”.¹³

“Adapun hambatan yang saya alami dalam pengelolaan distributor kadang saya lupa menanyakan harga jual kepada pemilik Madani *Collection*, sehingga saya ketika menawarkan kepada konsumen atau pengecer lainnya harga sudah tinggi atau mahal, sehingga untuk membeli mereka berfikir ulang, dan dalam pemberian diskon saya kadang disamakan dengan pembeli yang datang kerumah

¹¹ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 14 Desember 2016 di kediaman ibu Is Suciati, jam 16.00-selesai.

¹² Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 di kediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

¹³ Hasil wawancara dengan ibu Khaida selaku distributor Madani *collection*, 11 Desember 2016 di kediaman ibu Is Suciati, jam 10.00-selesai.

pemilik pemilik *Madani Collection* sehingga minta untuk tidak disamakan ketika mendapatkan diskon atau potongan”.¹⁴

Dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang menghambat sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi *Madani collection* adalah :

- a. Kondisi pasar dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki.
- b. Modal, untuk membeli atau mencarikan barang yang dibutuhkan memerlukan tambahan modal.
- c. Distributor lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan.
- d. Pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor.

4. Data Tentang Solusi *Madani Collection* Untuk Mengatasi Hambatan Sistem Penjualan Dan Pengelolaan Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaiannya di Kudus

Setiap usaha yang dijalani sering ada hambatan yang menghadang, namun dari itu semua pasti ada jalan keluarnya sehingga hambatan-hambatan yang datang dapat dicarikan solusinya, sehingga hambatan tersebut dapat diminimalisir. Adapun solusi yang dipakai oleh pemilik *Madani collection* adalah sebagaimana yang dipaparkan oleh ibu Is Suciati selaku pemilik usaha, yaitu sebagai berikut:

“Pengalaman yang memberikan kami dalam mengambil solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, pertama yaitu Kondisi pasar dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki, kami mensiasati hal tersebut dengan menanyakan secara spesifik barang yang diinginkan, sehingga ketika mendapatkan barang yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dapat segera menghubungi peminatnya. Selanjutnya yaitu modal, untuk membeli atau mencarikan barang yang dibutuhkan memerlukan tambahan modal, solusi yang kami gunakan dalam

¹⁴ Hasil wawancara dengan ibu Khaida selaku distributor *Madani collection*, 11 Desember 2016 di kediaman ibu Is Suciati, jam 10.00-selesai.

mengatasi hambatan ini adalah dengan meminjam uang setoran baju atau dengan kata lain memutarakan uang setoran baju yang akan disetorkan kepada pedagang grosir yang saya ambil barangnya”.¹⁵

“Sedangkan untuk mengatasi hambatan dalam pengelolaan saluran distribusi yang pertama yaitu : distributor lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan hal ini kami atasi dengan sering komunikasi, sehingga tidak menjadikan konflik yang berkepanjangan. hambatan yang kedua adalah pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor, hambatan ini kami atasi dengan memberikan diskon yang berbeda antara pembeli langsung dengan distributor”.¹⁶

Pemaparan ibu Khaida Ratumillah mengenai solusi untuk mengatasi hambatan dalam sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *collection* didapatkan keterangan bahwa:

“Solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, pertama yaitu dengan menanyakan barang yang bagaimana yang diinginkan, hambatan yang kedua yaitu mengenai modal, sebagaimana cerita dari ibu Is Suciati bahwa solusi yang digunakan dalam mengatasi hambatan ini adalah dengan meminjam uang setoran baju atau dengan kata lain memutarakan uang setoran baju yang akan disetorkan kepada pedagang grosir yang diambil barangnya, atau mengurangi setoran, sebab yang terpenting adalah sebelum hari H semua barang yang sudah laku sudah lunas semua”.¹⁷

“Sedangkan untuk mengatasi hambatan dalam pengelolaan saluran distribusi yang pertama yaitu : diatasi dengan sering berkomunikasi dengan saluran distribusinya termasuk dengan saya, sehingga tidak menjadikan konflik yang berkepanjangan. hambatan yang kedua adalah pemberian diskon di atasi dengan memberikan diskon yang berbeda antara pembeli langsung dengan distributor”.¹⁸

¹⁵ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 21 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 16.00-selesai.

¹⁶ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 21 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 16.00-selesai.

¹⁷ Hasil wawancara dengan ibu Khaida selaku distributor Madani *collection*, 11 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 10.00-selesai.

¹⁸ Hasil wawancara dengan ibu Khaida selaku distributor Madani *collection*, 11 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 10.00-selesai.

Wawancara yang peneliti lakukan dengan nara sumber, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa solusi dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *collection* adalah :

- a) Mensiasati dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki dengan menanyakan secara spesifik barang yang diinginkan, sehingga ketika mendapatkan barang yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dapat segera menghubungi peminatnya.
- b) Dengan meminjam uang setoran baju atau dengan kata lain memutarakan uang setoran baju yang akan disetorkan kepada pedagang grosir yang dibeli barangnya.
- c) Lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan hal ini kami atasi dengan sering komunikasi, sehingga tidak menjadikan konflik yang berkepanjangan.
- d) Hambatan yang kedua adalah pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor, hambatan ini kami atasi dengan memberikan diskon yang berbeda antara pembeli langsung dengan distributor.

C. Pembahasan

1. Analisis Sistem Penjualan Madani *Collection* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaiannya di Kudus

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

Untuk dapat merealisasikan tujuan tersebut sangat di butuhkan 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 atau badan usaha itu dapat di capai, dan memperhatikan distribusi sehingga tercapai peningkatan penjualan, saluran harus dikelola sehingga tercipta hubungan yang baik, sehingga terjalin kerjasama yang solid.

Penjualan yang dilakukan pemilik Madani *Collection* adalah dengan sistem langsung maupun tidak langsung, sistem penjualan langsung dengan konsumen yaitu dengan cara cicilan sampai 1,5 bulan, untuk sistem tidak langsung yaitu dengan cara melalui distributor¹⁹.

Langkah-langkahnya yang dilakukan Madani *Collection* dalam meningkatkan penjualan antara lain :

a. Menciptakan kesadaran konsumen terhadap produk Madani *Collecton*

Langkah pertama yang dilakukan adalah menciptakan kesadaran akan adanya produk-produk yang berkualitas pada client-client potensial yang ditemui. Pemilik Madani *Collecton* selalu menjelaskan tentang produk-produknya kepada konsumennya agar para konsumen paham betul tentang produk-produk yang ditawarkan, tentang pelayanan mutu yang diberikan, dan juga perhatian khusus yang diberikan kepada setiap pelanggan. Hal yang lebih penting yang dilakukan oleh Madani *Collection* berhubungan dengan konsumen adalah dengan cara memberikan brosur-brosur kecil dan juga iklan-iklan yang diterbitkan merupakan cara yang baik untuk menyampaikan pesan.

b. Meningkatkan ketertarikan konsumen pada Madani *Collection*

Madani *Collection* melakukan promosi penjualannya dengan berbagai cara yang menciptakan ketertarikan dari konsumen seperti melakukan obrolan di perkumpulan PKK yang memunculkan rasa ketertarikan terhadap produk-produk yang dijualnya.

c. Mengubah rasa ingin tahu menjadi keingin untuk memakai produk-produk Madani *Collection*

¹⁹ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

Ketika pelanggan potensial datang dan kemudian memberikan perhatian kepada produk yang dijual Madani *Collection*, maka pemilik Madani *Collection* membuat suasana yang meningkatkan gairah untuk membeli produknya salah satu caranya adalah dengan menggunakan daftar untuk memberikan gambaran lengkap akan rangkaian produk yang ada, terangkan produk-produk kepada pelanggan yang ada.²⁰

Berdasarkan pemaparan nara sumber diatas dapat peneliti utarakan bahwa sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *Collection* dalam memajukan usaha pakaiannya yang telah dilakukan sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Murti Sumarni dalam bukunya bauran pemasaran dan loyalitas pelanggan Penjualan dapat di bedakan menjadi :

- a. Penjualan Langsung, yaitu suatu proses membantu dan membujuk satu atau lebih calon konsumen untuk membeli barang atau jasa atau bertindak sesuai ide tertentu dengan menggunakan komunikasi tatap muka.
- b. Penjualan Tidak Langsung, yaitu bentuk presentase dan promosi gagasan barang dan jasa dengan menggunakan media tertentu seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, papan iklan, brosur dan lain-lain.²¹

Basu Swastha pada buku "Manajemen Penjualan", menerangkan bahwa terdapat beberapa jenis penjualan yang biasa dikenal dalam masyarakat yaitu:

- a. *Trade Selling*, penjualan yang terjadi bilamana produsen dan pedagang besar mempersilahkan pengecer untuk berusaha memperbaiki distribusi produk mereka,. Hal ini melibatkan para penyalur dengan kegiatan promosi, peragaan, persediaan dan produk baru, jadi titik beratnya adalah para penjualan melalui penyalur bukan pada penjualan ke pembeli akhir.

²⁰ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 dikediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

²¹ Murti Sumarni, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Pelanggan*, 2003, hal. 321.

- b. *Missionary Selling*, penjualan berusaha ditingkatkan dengan mendorong pembeli untuk membeli barang dari penyalur perusahaan.
- c. *Technical Selling*, berusaha meningkatkan penjualan dengan pemberian saran dan nasihat kepada pembeli akhir dari barang dan jasa.
- d. *New Business Selling*, berusaha membuka transaksi baru dengan membuat calon pembeli menjadi pembeli seperti halnya yang dilakukan perusahaan asuransi.
- e. *Responsive Selling*, setiap tenaga penjual diharapkan dapat memberikan reaksi terhadap permintaan pembeli melalui *route driving and retaining*. Jenis penjualan ini tidak akan menciptakan penjualan yang besar, namun terjalin hubungan pelanggan yang baik yang menjurus pada pembelian ulang.²²

Kenapa peneliti beranggapan bahwa sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *Collection* dalam memajukan usaha pakaiannya yang telah dilakukan sesuai dengan teori yang ada, karena sistem penjualan yang dilakukan adalah dengan sistem penjualan langsung dan tidak langsung.

Jadi menurut analisa peneliti bahwa sistem penjualan Madani *Collection* sudah cukup baik dan sesuai dengan teori yang ada walaupun masih ada kekurangan, semua itu masih dalam proses perubahan untuk menuju yang lebih baik.

Sedangkan kalau ditinjau dari pengertian dan tujuan penjualan, apa yang dilakukan oleh Madani *Collection*, sudah sesuai dengan pengertian yang ada yaitu suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Sebab untuk mengembangkan usahanya pemilik Madani *Collection* berusaha menambah produk yang sekiranya dibutuhkan oleh masyarakat

²² Basu Swastha, dan Irawan, *Manajemen Penjualan*, Liberty, Yogyakarta, 1998, hal. 47

sekitar, hal ini dilakukan agar transaksi yang terjadi bertambah dari sebelumnya.²³ Hal ini berarti dengan adanya peningkatan transaksi meningkat pula labanya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Nisia Tamuntuan, tahun 2013, judul Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon dengan hasil Hasil penelitian menunjukkan proses produksi sayuran wortel, dilakukan melalui pengolahan lahan, penanaman, pemeliharaan dan panen. Para petani telah berpengalaman dalam pertanian, rata-rata pengalaman menanam Wortel di atas 10 tahun sehingga mereka telah memahami cara bercocok tanam Wortel yang baik, termasuk pemilihan bibit unggul. Saluran distribusi rantai pasokan menggunakan model saluran distribusi sederhana (Model saluran distribusi 1 sampai dengan 3 tingkat), baik di pasar tradisional, atau di supermarket Kota Tomohon, banyak dijual Wortel hasil produksi para petani Desa Rurukan. penelitian ini sesuai dengan penelitian yang peneliti teliti karena Madani *Collection* juga menggunakan saluran distribusi satu sampai 3.

2. Analisis Pengelolaan Saluran Distribusi Madani *Collection* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaianya di Kudus

Saluran distribusi pada dasarnya merupakan suatu sistem perilaku yang kompleks, di dalamnya terdapat unsur manusia dan perusahaan yang selalu berinteraksi sedemikian rupa agar dapat mencapai tujuan pribadi, perusahaan, maupun tujuan saluran itu sendiri. Dengan demikian saluran distribusi ini tidaklah tetap, tetapi dapat berubah sesuai dengan perkembangan sistem.

Pengelolaan saluran distribusi ini diambil dari pengalaman sendiri, karena minimnya teori tentang distribusi yang dimiliki oleh pemilik Madani *Collection*. Sebagaimana pemaparan ibu Is yang menjelaskan

²³ Hasil wawancara dengan ibu Is Suciati selaku pemilik Madani *collection*, 7 Desember 2016 di kediaman ibu Is Suciati, jam 09.00-selesai.

bahwa untuk pengelolaan saluran distribusi dengan cara komunikasi yang intens, selain itu memberikan kelonggaran waktu dalam pembayaran, maksudnya adalah memberikan kelonggaran kepada distributor untuk melakukan setoran, lebih lama daripada melalui sistem penjualan langsung, artinya untuk pelunasan semua produk sampai dengan hari raya Idul Fitri kurang satu minggu atau H-7 untuk hari-hari biasa tetap nyicil. Hal inilah yang digunakan untuk mengelola saluran distribusi, ini diambil dari pengalaman yang pernah terjadi kepada pemilik *Madani Collection*. Hal senada juga dipaparkan oleh Khaida Ratumillah selaku distributor *Madani Collection*.

Jadi menurut analisa peneliti bahwa pengelolaan saluran distribusi yang dilakukan oleh pemilik *Madani Collection* cukup baik, namun alangkah baiknya perlu diimbangi dengan teori-teori yang dapat diperoleh dari membaca buku atau pelatihan-peletihan tentang kewirausahaan. Sebab hal tersebut dapat memberikan pandangan atau wawasan yang lebih untuk mengambil keputusan ketika ada problem yang dihadapi.

3. Analisis Faktor Penghambat Sistem Penjualan Dan Pengelolaan Saluran Distribusi *Madani Collection* Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaianya di Kudus

Dalam suatu usaha yang dilakukan terdapat kendala yang datang, tetapi itu bisa dianggap sebagai ujian, atau musibah itu tergantung kepada individu masing-masing. Untuk hambatan yang dialami oleh *Madani collection* dalam menjalankan usahanya yang berkaitan dengan sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi adalah :

Dari hasil wawancara peneliti dengan nara sumber, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang menghambat sistem penjualan *Madani collection* adalah :

- a. Kondisi pasar dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki.

- b. Modal, untuk membeli atau mencarikan barang yang dibutuhkan memerlukan tambahan modal.

Sedangkan teori faktor-faktor yang yang mempengaruhi kegiatan penjualan adalah sebagai berikut:

- a. Kondisi dan Kemampuan Penjual

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

- 1) Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan.
- 2) Harga produk.
- 3) Syarat penjualan seperti: pembayaran, pengantaran, pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

- b. 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 di perhatikan adalah:

- 1) Jenis pasarnya.
- 2) Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- 3) Daya belinya.
- 4) Frekuensi pembelian.
- 5) Keinginan dan kebutuhan.

- c. Modal

Akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal penjual harus memperkenalkan dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport,

tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

d. 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.

e. 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 relatif kecil, kegiatan ini lebih jarang dilakukan.

Ada pengusaha yang berpegangan pada suatu prinsip bahwa “paling penting membuat barang yang baik”. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama. Namun, sebelum pembelian dilakukan, sering pembeli harus dirangsang daya tariknya, misalnya dengan memberikan bungkus yang menarik atau dengan cara promosi lainnya.

Jika faktor penghambat sistem penjualan yang dialami oleh pemilik *Madani Collection* ditinjau menurut teori diatas maka faktor tersebut masuk dalam faktor kondisi pasar dan modal sebab hambatan yang pertama berkaitan dengan kebutuhan atau keinginan, kenapa peneliti mengatakan itu sebagai faktor dari kondisi pasar karena pemilik *Madani Collection* meaparkan bahwa pembeli mengingkinkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki. Untuk hambatan yang kedua yaitu untuk membeli atau mencarikan barang yang dibutuhkan memerlukan tambahan modal, hal ini peneliti masukkan dalam faktor modal sebab dalam teori mengatakan bahwa akan lebih sulit bagi penjualan barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal, penjual harus memperkenalkan

dulu membawa barangnya ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut diperlukan adanya sarana serta usaha, seperti: alat transport, tempat peragaan baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, usaha promosi, dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjualan memiliki sejumlah modal yang diperlukan untuk itu.

Jadi menurut analisa peneliti bahwa faktor penghambat yang dialami oleh pemilik Madani *Collection* adalah termasuk dalam faktor kondisi pasar dan modal..

Sedangkan untuk hambatan yang terjadi pada pengelolaan saluran distribusi adalah :

- a. Distributor lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan.
- b. Pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor.

Hambatan pada pengelolaan saluran distribusi yang dialami oleh pemilik Madani *Collection* sesuai dengan teori yaitu perilaku saluran yang telah ditetapkan untuk para penyalur jika tidak ditaati akan dapat menimbulkan konflik saluran. Dalam hal ini ada 2 macam konflik saluran yang biasanya timbul yaitu :

1) Konflik horizontal

Konflik horizontal adalah penggambaran konflik yang terjadi di antara perusahaan-perusahaan yang berada pada tingkat yang sama pada saluran tersebut. Contoh, dealer sepeda motor mengajukan komplain tentang perilaku dealer sepeda motor lainnya di kota yang sama yang dianggap merebut konsumen mereka dengan cara-cara yang tidak etis dan terlalu agresif yang biasanya dilakukan dalam bentuk penentuan syarat-syarat pembayaran, pemberian hadiah yang sangat berlebihan.

2) Konflik Vertikal

Konflik vertikal adalah penggambaran konflik yang terjadi di antara tingkat-tingkat yang berlainan pada saluran yang sama. Konflik vertikal ini biasanya terjadi antara pabrikan dengan para penyalurnya. Konflik ini biasanya berhubungan dengan diskon atau rabat yang diberlakukan bagi penyalur dengan diskon atau rabat yang diberikan kepada konsumen. Apabila diskon untuk penyalur dengan diskon untuk konsumen selisihnya terlalu kecil biasanya penyalur akan keberatan karena marginnya menjadi sangat minim baginya.²⁴

Jadi menurut analisa peneliti, bahwa faktor yang menghambat pengelolaan saluran distribusi yang pertama adalah Distributor lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan adalah termasuk dalam kategori konflik horizontal, sebab peneliti mengasumsikan bahwa distributor disini sama kedudukannya dengan pemilik Madani *Collection*, yaitu sama-sama menjual kepada konsumen langsung maupun kepada pengecer lainnya. Sedangkan untuk faktor penghambat yang kedua peneliti kategorikan dalam konflik vertikal sebab diskon yang diberikan oleh pemilik Madani *Collection*, disamakan antara distributor dengan konsumen, ini sesuai dengan teori yang ada bahwa konflik vertikal adalah penggambaran konflik yang terjadi di antara tingkat-tingkat yang berlainan pada saluran yang sama.

Jadi analisa peneliti mengenai hambatan yang terjadi pada sistem penjualan dan pengelolaan saluran distribusi Madani *Collection* termasuk dalam kategori konflik horizontal dan konflik vertikal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian, Ainur Mansururi Fadli, tahun 2014, judul Efektifitas Distribusi Fisik dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada CV. Agrotama Gemilang Kota Malang), dengan hasil dengan hasil efektivitas distribusi fisik CV. Agrotama

²⁴ Sofyan Assauri, *Op.Cit*, hal 89

Gemilang dari segi biaya-biaya distribusi fisik (Pengelolaan Pesanan, Persediaan, Pergudangan, Transportasi) dalam meningkatkan penjualan, menganalisis efektivitas distribusi fisik CV. Agrotama Gemilang dari segi ketepatan waktu dalam pendistribusian buah dan sayuran sampai ke tangan konsumen, dan menganalisis efektivitas distribusi fisik CV. Agrotama dari segi ketepatan kualitas sampai di tangan konsumen. Kebijakan pemilihan distribusi fisik yang dilakukan CV. Agrotama dalam meraih pasar sasarnya dinilai sudah sangat efektif karena realisasi penjualan dari tahun 2010 sampai tahun 2012 semakin baik. Semua biaya yang dikeluarkan CV. Agrotama Gemilang setiap tahunnya dari tahun 2010-2012 mengalami kenaikan yang tentunya diikuti pula dengan kenaikan penjualan. Kesesuaiannya adalah membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi.

4. Analisis Solusi Madani *Collection* Untuk Mengatasi Hambatan Sistem Penjualan Dan Pengelolaan Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Pakaiannya di Kudus

Usaha yang dilakukan terdapat kendala yang datang, tetapi itu bisa dianggap sebagai ujian. Adapun yang dilakukan oleh pemilik Madani *Collection* dalam mengatasi hambatan yang terjadi adalah : melalui pengalaman sebagaimana pemaparan ibu Is Suciati

Pengalaman yang memberikan kami dalam mengambil solusi untuk mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, pertama yaitu Kondisi pasar dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki, kami mensiasati hal tersebut dengan menanyakan secara spesifik barang yang diinginkan, sehingga ketika mendapatkan barang yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dapat segera menghubungi peminatnya. Selanjutnya yaitu modal, untuk membeli atau mencari barang yang dibutuhkan memerlukan tambahan modal, solusi yang kami gunakan dalam mengatasi hambatan ini adalah dengan meminjam uang setoran baju atau dengan kata lain memutar uang setoran baju yang akan disetorkan kepada pedagang grosir yang saya ambil barangnya.

Sedangkan untuk mengatasi hambatan dalam pengelolaan saluran distribusi yang pertama yaitu : distributor lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan hal ini kami atasi dengan sering komunikasi, sehingga tidak menjadikan konflik yang berkepanjangan. hambatan yang kedua adalah pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor, hambatan ini kami atasi dengan memberikan diskon yang berbeda antara pembeli langsung dengan distributor.

Berdasarkan apa yang telah dipaparkan oleh ibu Is Suciati tentang solusi yang digunakan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang terjadi, peneliti menarik kesimpulan bahwa solusi Yang dilakukan adalah :

- a) Mensiasati dimana pembeli menginginkan atau membutuhkan barang yang tidak dimiliki dengan menanyakan secara spesifik barang yang diinginkan, sehingga ketika mendapatkan barang yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan dapat segera menghubungi peminatnya.
- b) Dengan meminjam uang setoran baju atau dengan kata lain memutar uang setoran baju yang akan disetorkan kepada pedagang grosir yang dibeli barangnya.
- c) Lupa menanyakan harga jual, sehingga distributor ketika sampai kepada konsumen atau pengecer lainnya harga kemahalan hal ini kami atasi dengan sering komunikasi, sehingga tidak menjadikan konflik yang berkepanjangan.
- d) Hambatan yang kedua adalah pemberian diskon distributor kami samakan dengan konsumen akhir sehingga terjadi konflik antara kami dan pihak distributor, hambatan ini kami atasi dengan memberikan diskon yang berbeda antara pembeli langsung dengan distributor.

Solusi tersebut memang baik, namun pemilik usaha lebih baik mengikuti pelatihan-pelatihan tentang kewirausahaan sehingga dapat menambah referensi dalam mengambil keputusan. Hal ini ditujukan untuk

meningkatkan produktivitas dan meningkatkan kekebalan dalam mengatasi ketatnya persaingan usaha pakaian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang ada, Ainur Mansururi Fadli, tahun 2014, judul Efektifitas Distribusi Fisik dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada CV. Agrotama Gemilang Kota Malang) dengan hasil efektivitas distribusi fisik CV. Agrotama Gemilang dari segi biaya-biaya distribusi fisik (Pengelolaan Pesanan, Persediaan, Pergudangan, Transportasi) dalam meningkatkan penjualan, menganalisis efektivitas distribusi fisik CV. Agrotama Gemilang dari segi ketepatan waktu dalam pendistribusian buah dan sayuran sampai ke tangan konsumen, dan menganalisis efektivitas distribusi fisik CV. Agrotama dari segi ketepatan kualitas sampai di tangan konsumen. Kebijakan pemilihan distribusi fisik yang dilakukan CV. Agrotama dalam meraih pasar sasarnya dinilai sudah sangat efektif karena realisasi penjualan dari tahun 2010 sampai tahun 2012 semakin baik. Semua biaya yang dikeluarkan CV. Agrotama Gemilang setiap tahunnya dari tahun 2010-2012 mengalami kenaikan yang tentunya diikuti pula dengan kenaikan penjualan. Kesesuaiannya adalah membahas tentang kebijakan pemilihan distribusi yang dapat mengefektifkan saluran distribusi.