

**ANALISIS PELAKSANAAN DISTRIBUSI PENJUALAN
PRODUK PERCETAKAN BUKU
(Kasus Kantor Perwakilan PT. Penerbit Erlanga di Pekanbaru)**

Oleh :

**Dicky Febrian
Email : Ryan_Gracias14@Yahoo.com**

Pembimbing : Kasmiruddin.M.Si

Jurusan Ilmu Administrasi - Program Studi Administrasi Bisnis
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Riau

ABSTRACT

Each company's goods and services will not be apart from the problem of distribution of goods produced. The manufacturer reserves the right to determine distribution policy which will be selected and adjusted with the type of goods as well as the extent of a sales force that will be used. If the firm is in the increasingly sharp competition, companies must immediately conduct a study of its market. Market research aims to identify the needs and tastes of consumers and, if possible, stimulating demand and creating new agents. And establishment is successful in marketing if the company can market the stuff widely and evenly with a maximum benefit.

Therefore, the management company is required to always remain responsive in adapting to continuous environmental change occurs and has effects on the economic state of the company, because that company is required to determine the effective distribution channels. This research was conducted in PT Penerbit Erlangga Representative Office, located at jalan Soekarno-Hatta Pekanbaru. Penerbit Erlangga is central in Jakarta. This study aims to determine distribution that performed by PT Penerbit Erlangga Representative Office to increase their sales volume.

Authors conclude from the results of this study, the method used in this research is descriptive method, where as the type of research using quantitative. From the result of research, actually PT Penerbit Erlangga Representative just can perform fine to standard of time distribution and geography than the other : Transportation, Service of distribution, and schedule of distribution

Keywords : Distribution, Sales, Management, Marketing

* Mahasiswa Jurusan Administrasi- Fakultas Administrasi Bisnis Angkatan 2014

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia pendidikan saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat. Peningkatan ini disebabkan karena kebutuhan manusia yang kompleks. Sehingga hal ini mendorong perusahaan untuk memenuhi akan permintaan suatu kebutuhan buku-buku mengenai ilmu pengetahuan. Dalam memenuhi permintaan tersebut, perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat baik untuk perusahaan yang memproduksi produk buku-buku sejenis maupun yang berbeda sama sekali. Dengan semakin ketatnya persaingan dan semakin selektifnya konsumen di dalam memilih produk berkualitas yang tersedia di pasaran. Perusahaan harus semakin bekerja keras untuk dapat meraih targetnya.

Kegiatan pemasaran merupakan hal yang terpenting dalam menentukan berhasil atau tidaknya suatu perusahaan memperoleh laba maupun keuntungan dalam kegiatan usahanya. Salah satu kegiatan dalam pemasaran adalah pendistribusian. Pendistribusian mempunyai arti penting untuk mencapai sukses perusahaan dibidang pemasaran. Karena dengan adanya pendistribusian barang yang telah di produksi oleh perusahaan akan sampai ketangan konsumen baik melalui saluran distribusi langsung maupun tidak langsung.

Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang kompetitif perusahaan hendaknya mengembangkan strategi yang efektif. Untuk menentukan suatu strategi pemasaran oleh perusahaan, langkah yang tepat adalah memulai dengan mengetahui kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang yang ada. Dalam upaya mencapai keberhasilan dipasar, manajemen perlu menyadari pengaruh dari para pelanggan dan pesaing perusahaan. Mereka harus berusaha memperoleh keunggulan kompetitif dengan mengelola informasi. Kegiatan distribusi menyangkut dalam kegiatan penyaluran produk dari produsen kekonsumen akhir tanpa perantara maupun

menggunakan perantara . karena tanpa ada kegiatan distribusi maka produk tidak bisa disebarluaskan kepada konsumen akhir yang tersebar di beberapa daerah.

Di sebuah perusahaan kegiatan distribusi merupakan hal yang sangat penting karena pertama, distribusi menjaga aspek-aspek transaksi pemasaran seperti pembelian dan penjualan, kedua distribusi melakukan fungsi *logistic* pemindahan barang dari titik produksi *point of production* ke titik pembelian *point of purchase* atau konsumsi, ketiga, distribusi membantu produsen dalam mempromosikan barang dan jasa, dengan demikian perusahaan harus mengeluarkan biaya yang cukup besar demi efektif dan efisiennya kegiatan distribusi tersebut.

Didalam menghadapi masalah penentuan kebijaksanaan distribusi yang tepat, diperlukan manajemen distribusi yang baik juga. Banyak perusahaan tidak dapat mencapai sasaran penjualan hanya karena tidak tepatnya pendistribusian yang digunakan. Dalam pemilihan pendistribusian merupakan salah satu hal terpenting yang harus ditentukan manajemen karena bersifat kritis dan dibutuhkan kecermatan serta ketelitian yang tinggi, dengan pemilihan saluran distribusi yang tepat dan efektif maka tujuan perusahaan akan tercapai penjualan sesuai keinginan perusahaan, karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi akan mengganggu proses penyaluran barang sampai ke konsumen dan secara tidak langsung hal ini akan berpengaruh terhadap target penjualan yang diinginkan perusahaan.

Biaya distribusi yang besar bukanlah ukuran yang menjadi tercapainya sasaran pemasaran yang diinginkan perusahaan. Begitu juga kecilnya biaya distribusi belum tentu bisa mengidentifikasi bahwa suatu perusahaan efektif dalam mensukseskan penjualannya. Hal yang perlu ditekankan bahwa apakah pengeluaran biaya distribusi tersebut sebanding atau tidak dengan hasil

yang diperoleh perusahaan dalam jangka pendek maupun panjang.

Salah satu perusahaan percetakan yang memproduksi dan mendistribusikan produk buku-buku adalah PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru . Produk buku-buku yang dihasilkan oleh perusahaan percetakan ini yaitu berupa buku pelajaran dan buku non pelajaran.

Tabel I.1
Daerah Pendistribusian Produk Buku di PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru

No	Daerah Pendistribusian	Provinsi
1	Pos Pekanbaru	Riau
2	Pos Bengkalis	Riau
3	Pos Perawang	Riau
4	Pos Siak	Riau
5	Pos Kampar	Riau
6	Pos Tapung	Riau
7	Pos Ujung Batu	Riau
8	Pos Bangkinang	Riau
9	Pos Pangkalan Kerinci	Riau
10	Pos Sorek	Riau
11	Pos Bagan Siapi-api	Riau
12	Pos Bagan Batu	Riau
13	Pos Tembilahan	Riau
14	Pos Teluk Kuantan	Riau
15	Riau Pos Rengat	Riau
16	Pos Duri	Riau
17	Pos Dumai	Riau

Sumber : PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru, 2014

Berdasarkan tabel I.1 diatas daerah pendistribusian produk buku-buku yang dilakukan oleh PT. Penerbit Erlangga kantor perwakilan di Pekanbaru. Daerah pendistribusian ini sangat luas dan mempunyai geografis berbeda beda, contohnya dari geografis : faktor cuaca, faktor iklim, lokasi jalan, dan posisi jalan. Ini dapat mempengaruhi dalam pendistribusian buku-buku yang dilakukan oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor

Perwakilan di Pekanbaru ke pelanggan. Adapun daftar jumlah pelanggan distribusi buku-buku PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru khususnya untuk wilayah kota Pekanbaru dalam tabel I.2 adalah sebagai berikut :

Tabel I.2
Perkembangan Jumlah Pelanggan Produk Buku-Buku PT.Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru tahun 2010-2014
(Pelanggan wilayah Kota Pekanbaru)

Tahun	Pelanggan	
	Pedagang Besar	Konsumen Akhir
2010	30	78
2011	31	89
2012	34	105
2013	37	156
2014	47	175

Sumber : PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru, 2014

Dari tabel I.2 diketahui bahwa jumlah pelanggan pada PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya, baik .Pelanggan pedagang besar maupun konsumen akhir terus meningkat jumlahnya. Hal ini selalu dilakukan perusahaan untuk selalu menarik minat pelanggan agar tidak beralih keperusahaan sejenis.

Untuk mengetahui target dan realisasi penjualan buku-buku yang disalurkan oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru pada tahun 2010-2013

Tabel I.3
**Target dan Realisasi Penjualan Buku-
Buku Pada PT. Penerbit Kantor**

Tahun	Target Penjualan	Realiasi Penjualan	Persen tase Penca paian (%)
2010	10.662.000.000	9.249.000.000	86,74
2011	9.595.000.000	7.567.000.000	78,86
2012	10.500.000.000	9.368.000.000	89,21
2013	12.315.000.000	11.377.000.000	92,38

Perwakilan Pekanbaru 2010-2013

Sumber : PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru, 2014

Berdasarkan tabel I.3 diatas dapat diketahui bahwa target dan realisasi jika diliat dari persentasenya jumlah penjualan buku-buku mengalami fluktuasi dalam setiap tahunnya dan belum mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan. Distribusi yang terendah yaitu pada tahun 2011 yang terealisasi yaitu hanya 78,86%, namun ditahun 2013 distribusi sudah hampir mendekati target yaitu 92,38%.

Pelaksanaan distribusi yang dilakukan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru tergolong baik namun ada beberapa fenomena-fenomena yang sedikit menghambat dalam pendistribusian produk buku-buku PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru adalah jumlah armada yang cukup terbatas, Pelayanan, serta keadaan alam (geografis)

Produk buku pelajaran dan non buku pelajaran merupakan produk yang setelah di produksi atau dicetak oleh perusahaan pusat PT. Penerbit Erlangga kemudian di distribusikan ke kantor perwakilan di seluruh indonesia. Jika produk buku-buku telah sampai di kantor perwakilan di tiap-tiap provinsi, maka

produk itu dapat dijual ke konsumen. Jika penjualan tidak mencapai target, produk buku-buku dapat disimpan di gudang-gudang yang ada di setiap kantor perwakilan.

Adapun sedikit hambatan dalam hal pengangkutan atau transportasi yaitu dimana angkutan yang digunakan belum mencukupi untuk mengangkut produk buku-buku kepada setiap pelanggan. Dengan adanya daya angkut yang relatif kecil akan mempengaruhi terhadap realisasi dalam pendistribusian produk buku-buku sesuai dengan kebutuhan. Untuk membantu kegiatan operasional, PT. Penerbit Erlangga kantor perwakilan pekanbaru memiliki beberapa unit armada untuk proses distribusi, yang dapat dilihat dari tabel di bawah :

Tabel I.4
**Unit Armada PT.Penerbit Erlangga
Kantor Perwakilan di Pekanbaru**

Sumber : PT. Penerbit Erlangga Kantor

Jenis Armada	Unit/Tahun					Ket
	2010	2011	2012	2013	2014	
Mobil	4	5	6	8	9	Untuk taking order (TO) dalam kota/ luar kota
Mobil Toko	3	3	3	4	4	Untuk taking order (TO) dalam kota
Spda. Motor	12	14	16	18	20	Untuk taking order (TO) dalam kota

Perwakilan di Pekanbaru, 2014

Dari data di atas , terlihat bahwa PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dari tahun ketahun cukup banyak armada untuk membantu proses operasional perusahaan, tetapi penambahan jumlah armada pertahunnya hanya sedikit paling banyak 2 armada transportasi. karena daerah distribusi yang cukup luas yaitu Riau dan Riau kepulauan, untuk daerah Kepulauan Riau yang melewati perairan, maka PT. Penerbit cabang di Pekanbaru akan menggunakan via jasa cargo barang, perusahaan jasa pengiriman yang sering digunakan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru yaitu Titipan Kilat (TIKI), Indah Cargo, dan Lingga.

Daerah distribusi yang menjadi jangkauan operasional berada pada 17 daerah yang tersebar di Riau daratan, kepulauan Riau. Adanya hambatan disetiap pelaksanaan distribusi produk buku-buku ini akan mempengaruhi dalam setiap target serta realisasi penjualan yang diinginkan oleh perusahaan.

Berikut ini tabel jumlah karyawan yang membantu proses operasional pendistribusian PT. Penerbit Erlangga kantor perwakilan Pekanbaru.

Tabel I.5
Karyawan al Distribusi PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru

Jabatan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Sales	94	107	112	120	125
Manager Operasional	3	3	3	3	4
Adm. Sales	2	2	3	3	4
Adm.Gudang	2	2	3	3	4
Staf Gudang	10	12	13	14	15

Sumber : PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru, 2014

Dari data diatas, terlihat bahwa jumlah karyawan tiap tahunnya di PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru sebagian mengalami

peningkatan dalam jumlah karyawan, yaitu salesman dan sales girl mengalami penambahan tetapi tidak terlalu banyak, ini mengakibatkan perusahaan tidak dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan, karena luasnya wilayah pendistribusian serta produktivitas dari para salesman belum maksimal, maka pihak manajemen perlu untuk meningkatkan jumlah karyawannya, karena produktivitas karyawan dapat mempengaruhi penjualan produk dalam menyalurkan distribusi dengan baik, sehingga pelayanan terhadap pedagang besar dan konsumen akhir dapat tercapai serta kebutuhan pelanggan dapat cepat terpenuhi dan target perusahaan setiap tahun tercapai dan volume penjualan akan meningkat. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru , guna memahami keadaan dan memberikan solusi kepada perusahaan dalam memformulasikan pelaksanaan distribusi untuk meningkatkan volume penjualan, mengingat peluang ke depan yang cukup besar.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas , Bagaimana penjualan yang terjadi pada PT. Penerbit Erlangga kantor perwakilan Pekanbaru, maka penulis penulis merumuskan masalah pokok dalam penelitian ini adalah “ *Bagaimana Pelaksanaan Distribusi Penjualan Produk Percetakan Buku (Kasus Kantor Perwakilan PT. Penerbit Erlangga di Pekanbaru)?*”

Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian dan penulisan hasil penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui pelaksanaan distribusi penjualan percetakan buku (kasus kantor

perwakilan PT. Penerbit Erlangga di Pekanbaru).

2. Manfaat Penelitian

- Sebagai tambahan pengetahuan bagi peneliti sendiri mengenai pelaksanaan distribusi penjualan dalam memasarkan produk atau meningkatkan penjualan.
- Dapat memberikan masukan pemikiran atau pendapat kepada pimpinan perusahaan dalam mengelola dan melaksanakan pemasaran dalam penjualan kedepannya.
- Sebagai bahan pertimbangan dan tambahan pendapat atau pemikiran bagi penelitian dalam hal yang sama.

Kerangka Teori

Pimpinan perusahaan harus selalu berusaha untuk meningkatkan volume penjualan, agar tujuan perusahaan bisa tercapai semaksimal mungkin. Dimana penjualan merupakan salah satu kegiatan yang harus dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, sebagai bagian dari aktifitas perusahaan agar dapat lebih berkembang dan memperoleh laba yang maksimal seperti yang diinginkan. Dalam suatu perusahaan seorang manajer perusahaan harus memahami kebutuhan konsumen sebagai pemakai baru produk barang dan jasa yang dihasilkan.

1. Pengertian Pemasaran

Basu Swasta DH dan Irawan (2005:5) mengatakan pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan bagi kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa dan memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensi yang ada..

2. Pengertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Menurut **Basu Swasta dan Irawan (2008:79)** marketing mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, struktur harga, kegiatan promosi, sistem distribusi.

1. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memperoleh perhatian, permintaan, permakiaan atau komunikasi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan, meliputi penawaran secara fisik, jasa, merek, pembungkus, garansi, ide atau gagasan, dan servis sesudah penjualan. Pengembangan produk dapat dilakukan setelah menganalisa kebutuhan dan keinginan pasarnya.

2. Harga

Dalam kebijakan harga , manajemen harus menentukan harga dasar dari produknya, kemudian kebijaksanaan menyangkut potongan harga, pembayaran ongkos kirim, persaingan harga dan strategi harga.

3. Promosi

Promosi merupakan komponen yang sangat penting dan sering digunakan oleh perusahaan untuk memberitakan dan mempengaruhi pasar atau konsumen bagi produk yang dikeluarkan oleh perusahaan

4. Distribusi

Meliputi masalah pemilihan yang akan digunakan untuk menyalurkan produknya, serta mengembangkan sistem distribusi yang secara fisik menangani dan menyangkut produk melalui saluran tersebut. Ini dimaksudkan agar produk dapat mencapai pasar yang ingin dituju dengan efektif dan efisien

Ada tiga aspek dari distribusi yaitu:

- Sistem transportasi perusahaan
- Sistem penyimpanan
- Sistem saluran distribusi

3. Pengertian Saluran Distribusi:

Menurut **Swasta (1999:290)** fungsi saluran distribusi meliputi hal sebagai berikut :

1. Menjembatani antara produsen dan konsumen
2. Melalui saluran distribusi konsumen dapat membeli barang dan jasa yang di butuhkan
3. Saluran distribusi ikut serta dalam penetapan harga
4. Saluran distribusi aktif dalam promosi
5. Saluran distribusi dapat menurunkan dana dan biaya
6. Saluran distribusi sebagai komunikator antara produsen dan konsumen
7. Saluran distribusi memberi jaminan atas barang jasa kepada konsumen
8. Saluran distribusi memberikan layanan tambahan kepada konsumen
9. Bauran distribusi memberikan pelayanan tambahan atas fungsi pemasaran

6. Pengertian Penjualan

Menurut **Basu Swasta (2003:406)** dalam praktek, kegiatan penjualan itu dipegaruhi oleh beberapa faktor antara lain:

1. Kondisi dan kemampuan penjual

Transaksi jual beli atau pemindahan hak milik secara komersial atas barang dan jasa, pada prinsipnya melibatkan dua belah pihak yaitu penjual sebagai pihak pertama dan pembeli sebagai pihak kedua. Disini penjual arus dapat

meyakinkan pembeli agar dapat berhasil mencapai sasaran penjual yang diharapkan. Untuk maksud tersebut, penjual harus memahai beberapa masalah yang penting yang sangat berkaitan yaitu :

- a. Jenis dan karakteristik barang yang di tawarkan
- b. Harga jual
- c. Syarat jual seperti : penjualan, pengantaran pelayanan sesudah penjualan, garansi dan sebagainya.

2. Kondisi pasar

Pasar sebagai kelompok pembeli atau pihak yang menjadi sasaran dalam penjualan dapat pula mempengaruhi kegiatan penjualan.

Adapun faktor-faktor kondisi pasar yang perlu diperhatikan adalah:

- a. Jenis pasarnya apakah pasar konsumen, pasar industri, pasar penjual, pasar pemerintah.
- b. Kelompok pembeli atau segmen pasarnya.
- c. Daya beli
- d. Frekuensi pembelian
- e. Keinginan kebutuhan

3. Modal

Akan lebih sulit bagi penjual untuk menjual barangnya apabila barang yang dijual tersebut belum dikenal oleh calon konsumen atau apabila lokasi pembeli jauh dari tempat penjual. Dalam kondisi seperti ini penjual harus memperkenalkan dulu atau membawa barang ketempat pembeli. Untuk melaksanakan maksud tersebut dibutuhkan adanya saran seperti usaha, seperti alat transport, tempat

peragaan baik didalam perusahaan maupun diluar perusahaan, usaha promosi dan sebagainya. Semua ini hanya dapat dilakukan apabila penjual memiliki sejumlah modal yang diperlukan.

4. Kondisi Organisasi Pasar

Dalam perusahaan besar, biasanya masalah penjual ditangani oleh bagian sendiri (bagian penjualan) yang dipegang orang-orang tertentu atau ahli dibidang 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 yang lebih sedikit, sistem organisasinya lebih sederhana, masalah-masalah yang dihadapi serta sarana dalam masalah penjualan ini ditangani oleh pimpinan dan tidak diberikan kepada orang.

5. Faktor-faktor lain

Faktor 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 berpegang teguh pada suatu prinsip bahwa paling penting membuat barang yang baik. Bilamana prinsip tersebut dilaksanakan, maka diharapkan pembeli akan kembali membeli lagi barang yang sama.

Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru yang berada di jalan Soekarno Hatta No. 98 Pekanbaru.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan

(Sugiyono, 2004:21). Penulis hanya mengambil populasi pedagang besar berjumlah 47 pelanggan. karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka dalam penelitian ini, penulis menentukan populasi dengan menggunakan teknik skala pengukuran likert yaitu suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang banyak digunakan dalam riset berupa survey.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari anggota populasi untuk mewakili seluruh anggota populasi. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan sample secara purposive atau sengaja, dengan cara penarikan sampel yang dilakukan memilih subjek berdasarkan kriteria spesifik yang ditentukan oleh peneliti

3. Jenis dan Sumber Data

1) Data primer adalah jenis data yang diperoleh dengan metode menggunakan

kuisisioner terstruktur yang diberikan kepada para pelanggan baik pedagang besar dan pengecer yang menjadi responden mengenai identitas responden

- 2) Data sekunder adalah data yang dikumpulkan untuk mendukung tujuan penelitian ini, yang diperoleh langsung atau tidak langsung dari pimpinan perusahaan yang ada di lokasi penelitian yang berupa sejarah singkat PT. Penerbit Erlangga kantor perwakilan Pekanbaru, organisasi perusahaan, kegiatan perusahaan, jumlah sarana transportasi, serta sistem pendistribusian produk-produk

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan mengumpulkan yang diperlukan dalam penelitian ini maka teknik yang digunakan adalah :

- a. Kuesioner
Teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sudah memiliki kategori jawaban kepada responden sehubungan dengan masalah yang diteliti setelah itu diserahkan kembali kepada peneliti
- b. Wawancara
Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan Tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang ada hubungan

dengan penelitian ini. Penelitian mengadakan Tanya jawab (wawancara berstruktur) kepada pimpinan perusahaan untuk mendapatkan informasi yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Antara lain tentang kendala-kendala yang dihadapi dan upaya-upaya yang diambil oleh perusahaan, mengenai kegiatan distribusi yang dilakukannya

5. Analisis Data

Dalam melakukan analisis data penulisan menggunakan metode deskriptif yaitu membahas data- data yang sudah dihubungkan dengan keadaan yang sebenarnya yang dirangkai dengan berbagai teori yang dapat mendukung pembahasan tersebut dan kemudian diambil kesimpulan

Identitas Responden

Dalam penelitian ini digunakan data yang diperoleh dari responden yang merupakan pelanggan PT. Penerbit Erlangga Kasus Kantor Perwakilan di Pekanbaru yang berjumlah 222 pelanggan yang berada pada 17 daerah distribusi PT. Penerbit Erlangga Kasus Kantor Perwakilan di Pekanbaru baik di daerah riau. Tetapi karena ada keterbatasan waktu , tenaga , dan biaya, maka peneliti memilih untuk menjadikan para pedagang besar menjadi pelanggan PT. Penerbit Erlangga Kasus Kantor Perwakilan di Pekanbaru yang berada di wilayah kota Pekanbaru. Yang terdiri atas 47 pedagang besar. Berikut ini disajikan data-data mengenai umur responden jenis kelamin responden, lama usaha, dan tingkat pendidikan responden.

Pelanggan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru, mayoritas berusia 21-30 tahun yaitu sebanyak 14 orang (30,4%), sedangkan responden paling sedikit berusia di atas 41-50 tahun itu sebanyak 8 orang (17,4%), dan tidak ada yang berusia dibawah 20 tahun dan diatas 50 tahun lebih.

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini yaitu laki-laki sebanyak 38 orang (57,6%) sedangkan responden perempuan sebanyak 28 orang (42,4%) . dari data ini terlihat bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yang merupakan para pelanggan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru, baik berupa pedagang besar maupun konsumen akhir.

Lama berusaha responden yang paling banyak adalah 3-4 tahun sebanyak 23 responden (34,9%) dan yang paling sedikit adalah dengan lama usaha dibawah 1 tahun yaitu sebanyak 3 responden (4,6%). Hal ini menjelaskan bahwa sebagian lama berusaha responden tergolong cukup lama, sehingga hal ini berarti para pedagang besar maupun konsumen akhir mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha mereka dan hal ini akan berdampak positif bagi berkelangsungan dan kelancaran proses distribusi produk dari PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru

Tingkat pendidikan responden yang paling banyak adalah pendidikan Perguruan tinggi dengan jumlah 32 orang (48,5%) dan yang paling sedikit adalah tingkat SMP yaitu sebanyak 3 orang responden (4,6%), dan tidak ada yang berpendidikan SD. Tingkat pendidikan yang cukup tinggi dan memadai tentunya sangat mendukung dalam upaya menjalankan bisnis para responden yaitu toko buku, dan hal ini umumnya akan turut mempengaruhi kelangsungan hidup usaha karena pendidikan dan wawasan yang cukup luas akan membantu kemajuan usaha yang dimiliki.

Analisis Pelaksanaan Distribusi Penjualan Produk Percetakan Buku PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru

Untuk mengetahui pelaksanaan distribusi pada PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru kepada pedagang besar dan konsumen akhir, dimana ada beberapa kegiatan dalam pendistribusian hingga produknya sampai kepada konsumen akhir.

1. Pengangkutan

Selain pergudangan, hal yang paling penting lainnya dalam hal fasilitas distribusi adalah pengangkutan atau transportasi. Pengangkutan merupakan suatu aktivitas yang dapat mempengaruhi kelancaran pendistribusian produk dari tangan produsen ke tangan konsumen akhir, tanpa adanya kegiatan pengangkutan ini maka upaya untuk menyalurkan produk tersebut tidak dapat dilakukan dan produk yang dimiliki perusahaan tidak mempunyai nilai.

2. Pelayanan Distribusi

Selain kegiatan transportasi dan pergudangan, kelancaran suatu perusahaan dalam mendistribusikan produknya juga ditentukan dari servis yang diberikan baik dari segi pelayanan pada saat penjualan produk atau perilaku penyalur terhadap konsumen.

3. Standar Waktu Penyaluran Produk

Sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal ini dimaksudkan untuk mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan dan menginginkannya. Setelah

perusahaan mendefinisikan pasar sasaran dan posisi yang diinginkan, perusahaan harus mengidentifikasi alternative salurannya. Suatu alternatif di gambarkan dengan tiga elemen jenis perantara bisnis yang tersedia, jumlah perantara yang diperlukan, serta syarat dan tanggung jawab setiap peserta saluran.

4. Kondisi Geografis

Di dalam melakukan kegiatan distribusi, walaupun perusahaan telah melakukan berbagai upaya internal untuk mendukung lancarnya proses distribusi, akan tetapi bila faktor eksternal tidak mampu diatasi dengan baik maka hal ini juga tentunya akan turut mempengaruhi kelancaran proses distribusi. Faktor eksternal salah satunya yaitu kondisi geografis. Kondisi geografis merupakan kondisi alam yang tidak dapat dikendalikan secara sepenuhnya oleh perusahaan di dalam melakukan kegiatan distribusi, akan tetapi perusahaan dapat melakukan upaya-upaya untuk memperkecil resiko yang dapat ditimbulkan oleh kondisi geografis/kondisi jalan menuju pelanggan yang diperkirakan akan kurang menguntungkan bagi

perusahaan. Hal inilah yang menjadi penyebab mengapa kondisi geografis menjadi salah satu factor eksternal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh perusahaan.

5. Jadwal Penyaluran Produk

PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dalam menyalurkan produk buku-bukunya ke pelanggan mempunyai jadwal pengiriman yang rutin yang tujuannya adalah agar pendistribusian produk sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan sebelumnya oleh perusahaan. PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru melakukan pemantauan jadwal pendistribusian rutin agar bisa memantau perkembangan pendistribusian produk. Para pelanggan yang berasal dari dalam kota pekanbaru pada umumnya mengambil produk buku-buku dengan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dengan *Taking Order (TO)*. *Taking Order* yang dimaksudkan disini adalah produk baru akan diantarkan kepada pelanggan apabila ada pesanan produk dari para pelanggan. dilakukan diluar perjanjian sebelumnya.

Tabel III.1
Rekapitulasi Hasil Penelitian Pada PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru

No	Distribusi	Kategori Jawaban					Jumlah
		Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	
1	Kegiatan Pengangkutan	2 4%	7 15%	14 30%	17 36%	7 15%	47 100%
2	Kegiatan Pelayanan	2 4%	13 28%	19 40%	8 17%	5 11%	47 100%
3	Standar Waktu	5 11%	11 23%	19 40%	7 15%	5 11%	47 100%
4	Kondisi Geografis	7 15%	13 28%	18 38%	7 15%	2 4%	47 100%

5	Jadwal penyaluran	5 11%	11 23%	12 25%	14 30%	5 11%	47 100%
Jumlah		21	55	82	53	24	235
Rata- Rata		4 9%	11 23%	16 34%	11 23%	5 11%	47 100%

Sumber : Data Olahan Penelitian, 2014

Pada tabel III.1 dapat disimpulkan sebagai berikut, tabel rekapitulasi di atas terdiri dari indikator kegiatan pengangkutan, kegiatan pelayanan distribusi terhadap pelanggan, penetapan standar waktu, penyaluran produk, kondisi geografis, dan penentuan jadwal pengiriman/ penyalur . kegiatan pengangkutan Pada PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru terlaksana kurang baik 36%. Sementara itu, pelaksanaan pelayanan distribusi terhadap pelanggan juga cukup baik dengan persentase jawaban responden sebesar 40%, penetapan standar waktu penyaluran produk telah cukup baik dengan persentase jawaban responden sebanyak 40%. Kondisi geografis jawaban responden banyak menjawab cukup baik dengan persentase jawaban sebesar 38%. Serta penentuan jadwal penyaluran produk kurang baik dengan persentase jawaban sebesar 30%.

Dapat disimpulkan bahwa indikator dari pelaksanaan distribusi, yang telaksana cukup baik yaitu untuk kegiatan pelayanan, standar waktu dan kondisi geografis yang dihadapi PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dalam melakukan kegiatan distribusi. Sedangkan untuk kegiatan pengangkutan dan penentuan jadwal penyaluran dinilai responden kurang baik

Dapat dijelaskan secara keseluruhan bahwa rata-rata 9%

menyatakan pelaksanaan distribusi yang dilakukan oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru sangat baik, sebanyak 9% responden yang menyatakan dengan jawaban baik, sebanyak 34% responden yang menyatakan dengan jawaban cukup baik, sebanyak 23% responden yang menyatakan dengan jawaban kurang baik, dan sebanyak 11% jawaban responden menyatakan dengan jawaban tidak baik. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan pelaksanaan distribusi yang dilakukan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru cukup baik, sehingga belum mampu memenuhi harapan pelanggan untuk mendapatkan distribusi yang baik dari PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru . untuk itu diharapkan kepada pihak PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru agar lebih memperhatikan pelaksanaan kegiatan pengangkutan distribusi yang dilakukan, mempertahankan pelayanan distribusi terhadap pelanggan, penetapan standar waktu penyaluran produk, mengendalikan dan meminimalisir resiko yang bisa ditimbulkan kondisi alam, serta penentuan jadwal penyaluran produk yang agar terlaksana dengan baik.

Hambatan yang dihadapi oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dalam pelaksanaan distribusi

Adapun beberapa hambatan yang dihadapi oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru antara lain :

1. Mengenai kegiatan pengangkutan, PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru masih mengalami beberapa Kendala. Hal ini disebabkan karena jumlah armada yang dimiliki PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru untuk memenuhi permintaan distribusi produk yang masih kurang memadai, yaitu 4 mobil toko dan 17 kendaraan roda dua untuk taking order (pemesanan) di dalam kota/luar kota. Empat unit kendaraan yang dioperasikan oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru untuk pedagang besar dan untuk konsumen yang pemesanannya sedikit tidak sampai 1 koli di gunakan kendaraan roda dua, yang jumlah kendaraan tersebut berjumlah 17 motor, ini dinilai tidak memadai oleh para pelanggan. karena cukup banyaknya pelanggan yang harus dilayani oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di dalam kota pekanbaru.
2. Kegiatan pelayanan distribusi yang telah dilaksanakan selama ini oleh PT. Penerbit Erlangga di dalam kota pekanbaru masih mengalami berbagai hambatan karena luasnya daerah pemasaran terutama yang tersebar di luar kota pekanbaru, sehingga pelayanan distribusi untuk didalam kota pekanbaru menjadi kurang mendapat perhatian dari PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru.
3. Didalam standar waktu, walaupun penetapan standar waktu yang ditetapkan sudah memenuhi standar di dalam penyaluran produk dari distributor ke pelanggan, akan tetapi PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru juga masih mengalami hambatan yaitu dalam

memenuhi standar waktu yang telah ditetapkan.

4. Untuk kondisi geografis/kondisi alam, PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru tidak mengalami hambatan signifikan karena daerah kota Pekanbaru cuaca dan iklim nya bersahabat yaitu panas sehingga pemasaran produk buku-buku cukup baik dan tidak terlalu mengganggu bila di distribusikan ke konsumen akhir.
5. Dalam memenuhi jadwal penyaluran produk PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru mengalami hambatan di dalam mematuhi jadwal penyaluran yang telah dijanjikan dengan konsumen karena banyaknya pelanggan yang dimiliki yang harus dikelola semuanya. Hal ini menyebabkan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru mengalami keterbatasan di dalam memenuhi semua permintaan distribusi produk dari pelanggan, dan tidak bisa memenuhi jadwal yang telah ditentukan maupun dijanjikan dengan pelanggan

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru maka dapat diambil kesimpulan bahwa pelaksanaan distribusi produk buku-buku terdiri dari :

1. Pelaksanaan distribusi yang dilakukan oleh PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru di dalam kota pekanbaru. Yang terdiri dari kegiatan pengangkutan, pelayanan distribusi terhadap pelanggan, penetapan standar waktu penyaluran produk, kondisi geografis, dan penentuan jadwal penyaluran produk. Yang telah terlaksana secara cukup baik hanya pelaksanaan kegiatan pelayanan distribusi,penetapan standar waktu

dan kondisi geografis. Sedangkan untuk pelaksanaan pengangkutan dan penentuan jadwal penyaluran produk dinilai kurang baik oleh responden yang berupa pelanggan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru yaitu pedagang besar dan konsumen akhir.

2. Perusahaan selama empat tahun terakhir mengalami permasalahan dalam hal distribusi di mana penyaluran masih di bawah target yang telah direncanakan. Dalam melakukan penyaluran, perusahaan mempertimbangkan beberapa faktor yang diantaranya ketepatan waktu pengiriman agar produk cepat sampai ke pedagang besar atau konsumen akhir, akan tetapi hal ini agak sulit dilakukan mengingat luasnya wilayah distribusi, sehingga pengiriman yang semula sudah ditetapkan kadang masih terjadi keterlambatan dalam penyaluran produk buku-buku. Dengan terjadinya keterlambatan penyaluran produk inilah banyak pelanggan yang *complain* ke pihak PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru diakibatkan pelaksanaan distribusi yang kurang baik. Begitu juga dengan kegiatan pengangkutan atau transportasi perusahaan menggunakan transportasi sendiri namun armada yang ada belum mencukupi bila dibandingkan dengan luasnya area pemasaran yang terdiri dari 222 pelanggan di kota Pekanbaru maupun diluar kota. dengan adanya keterlambatan dalam penyaluran produk buku-buku akan merugikan dalam penjualan produk buku-buku pada perusahaan. Dalam jangka panjang dengan semakin kuatnya persaingan maka ada kemungkinan produk yang didistribusikan oleh PT. Penerbit

Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru akan sulit meraih peluang pasar yang lebih luas lagi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di peroleh, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam hal pengangkutan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru sebaiknya menambah jumlah armada angkutan yang kapasitasnya lebih besar di bandingkan dengan yang telah ada. Sehingga dengan demikian juga PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dapat memperbaiki dan meningkatkan kegiatan pelayanan distribusinya di dalam kota Pekanbaru. Dengan ketersediaan unit armada yang mampu mendukung kegiatan pengangkutan dan memperbaiki penetapan standar waktu terhadap pelanggan dalam kota Pekanbaru dan mampu membenahi jadwal dalam menyalurkan produknya sehingga tidak terjadi lagi keluhan konsumen akibat keterlambatan penyaluran produk akibat kurangnya armada yang digunakan untuk kegiatan operasional distribusi PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dan harus ada koordinasi antara bagian-bagian dan sub bagian misalkan antara bagian gudang, administrasi, dan salesman. Bagian gudang harus menginformasikan stok produk buku di gudang ke administrasi lalu bagian administrasi juga menginformasikan ke bagian salesman agar penentuan jadwal penyaluran dapat di buat dan di sepakati bersama antara salesman dengan pedagang besar dan konsumen akhir.
2. Sebaiknya PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru menambah pos-pos pemasaran yang ada di luar Pekanbaru agar produk buku-buku dapat didistribusikan

dengan baik, sehingga distribusi untuk dalam kota pekanbaru juga dapat terlaksana dengan baik, selain itu, juga diharapkan PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru untuk lebih memperhatikan dan senantiasa meningkatkan semua kegiatan distribusi yang dilakukannya, baik untuk taking order dalam kota maupun ke luar kota sehingga PT. Penerbit Erlangga Kantor Perwakilan di Pekanbaru dapat tetap mempertahankan dan bahkan memperluas daerah pemasarannya demi tercapainya tujuan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, A. Marius. 2000. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Aziz, Abdul. 2010. *Efektifitas Penerapan Saluran Distribusi Harian Pagi Malang Post Di Malang Raya*. Skripsi. Tidak diterbitkan
- Hasibuan, Regen. 2007. *Analisis Pelaksanaan Distribusi Pada PT. Simas Distribundo Pekanbaru*. Skripsi. Tidak diterbitkan.
- Kodrat, David Sukardi,. 2009. *Manajemen Distribusi*. Yogyakarta : Penerbit Graha Ilmu
- Kotler, Philip. 2000. *Principles of Marketing*. London : Prentice/Hall International, Inc
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol)*. Alih bahasa Hendra Teguh, SE,AK. Dan Rony A. Rusli. Jakarta : Penerbit PT. Prehalindo.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta :PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dan Gary Amstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Prenhalindo.
- Nitesemito,S . Alex. 2004. *Marketing*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia
- Nurkholis, Siti. 2008. *Strategi Distribusi Dodol UD Kemas Di Kabupaten Bengkalis*. Pekanbaru : Universitas Riau, Tidak diterbitkan.
- Saladin, Djamil. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Stoner, James AF. 2000. *Manajemen. Jilid 1 Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta : penerbit prenhalindo
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Susanto. 2005 . *Teknik Menjual Barang*. Bandung : Aksara.
- Swasta, Basu. 1997. *Manajemen Penjualan. Edisi Revisi*. Yogyakarta : liberty.
- _____. 1999. *Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- _____. 2001. *Azas-Azas Marketing*. Edisi ketiga. Yogyakarta : Liberty.
- _____. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu, dkk. 2003. *Azas-Azas Marketing*. edisi ketiga. Yogyakarta : Penerbit Liberty
- Tjiptono, Fandy.1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit andi
- _____. 2002. *Strategi Pemasaran*. edisi kedua. Yogyakarta : Penerbit Andy
- Winardi. 2003. *Pengantar Manajemen Penjualan*. Bandung : PT. Citara Aditya.
- Zulkarnain. 2005. *Pelaksanaan Distribusi Produk Air Minum Dalam Kemasan Gallon Merek Amia Pada UD Harapan Pekanbaru*. Skripsi. Tidak diterbitkan.