

Distribusi Pemasaran Barang Campur Pada Usaha Dagang Sumber Alam” Di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi.

Asniwaty*, Nurlinda Yani* dan Rahmiyana**

*Dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan, STIE Yapis Merauke

**Mahasiswa Program Studi Keuangan dan Perbankan, STIE Yapis Merauke

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 10 Desember 2022

Disetujui 31 Januari 2023

Keywords:

Saluran Distribusi
Pemasaran
Barang Campur
Kabupaten Mappi

ABSTRAK

Abstract : *Distribution is a very important activity in the marketing system because effective and efficient distribution means that goods will be quickly marketed and then purchased and consumed by consumers. All trading businesses need to carry out the function of distribution and this is very important for the development of the community's economy because it is tasked with delivering the goods and services needed by consumers. Distribution is an important factor in efforts to increase sales volume. With the right distribution strategy, it will make it easier for consumers to obtain the products they need and this affects the trading business, namely by distributing, distributing, sending and delivering products that are marketed to consumers, the company has made sales. Thus business institutions will experience an increase in sales volume. The data analysis method used in this study uses a qualitative descriptive method by analyzing and presenting data in fact and comparing it with existing theories so that things that need to be repaired or maintained can be found..*

Abstrak : Distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting dalam sistem pemasaran karena distribusi yang efektif dan efisien maka barang akan cepat dipasarkan dan selanjutnya akan dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen. Semua usaha dagang perlu melakukan fungsi distribusi dan hal ini sangat penting bagi pembangunan perekonomian masyarakat karena bertugas menyampaikan barang dan jasa yang diperlukan oleh konsumen. Distribusi merupakan faktor penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Dengan adanya strategi distribusi yang tepat, akan memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang dibutuhkan dan ini berpengaruh pada usaha dagang, yaitu dengan menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan produk yang dipasarkan ke konsumen, maka perusahaan telah melakukan penjualan. Dengan demikian lembaga usaha akan mengalami peningkatan volume penjualan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Metode diskriptif kualitatif dengan cara menganalisa dan menyajikan data secara fakta serta membandingkan dengan teori-teori yang ada sehingga dapat ditemukan hal-hal yang perlu diperbaiki ataupun tetap dipertahankan

Open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Alamat Korespondensi :

Asniwaty

Keuangan dan Perbankan,

STIE Yapis Merauke,

Jl. Nowari No. 95, Kec. Karang Indah, Kabupaten Merauke, Papua

E-Mail : anitarusianti@gmail.com

PENDAHULUAN

Pencapaian tujuan usaha dagang dibidang pemasaran salah satu kegiatan yang sangat penting adalah saluran distribusi. Saluran distribusi akan berjalan baik atau berhasil jika menerapkan suatu strategi distribusi yang tepat, efektif dan efisien. Strategi distribusi ini sangatlah penting karena semakin cepat saluran distribusi maka barang akan cepat sampai di tujuan(konsumen).

Gugup Kismono, (2001 : 367)[1] saluran distribusi merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen, termasuk didalam adalah transportasi dan pergudangan. Sikap seorang produsen dalam suatu Usaha dagang terhadap hasil produksinya tidak hanya terbatas dalam melepaskan barang dari gudangnya, melainkan harus memperhatikan sejak dari gudang hingga ke konsumen akhir.

Usaha dagang harus pandai-pandai melihat peluang yang ada untuk mendistribusikan produknya, tidak hanya pasar lokal atau nasional tetapi juga internasional. Mengingat luasnya daerah pemasaran dan 3 sasaran penjualan yang dituju oleh Usaha dagang maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik dan tentunya memadai. Adapun saluran distribusi yang baik apabila penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas.

pemasaran dalam arti sempit adalah suatu kegiatan menjual dari produsen ke konsumen tetapi pemasaran yang lebih luas yaitu suatu proses sosial yang manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertahankan produk yang bernilai dengan pihak lain

Winardi (1991:2)[2] dikutip dalam blog purwasuka, penjualan adalah "Proses dimana sang penjual memuaskan segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaat baik bagi sang penjual maupun sang pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan kedua belah pihak

Aktivitas penjualan banyak dipengaruhi oleh factor - faktor yang dapat meningkatkan aktivitas usaha dagang. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha (2005)[3] sebagai berikut:

1. Kondisi dan Kemampuan Penjual
2. Kondisi Pasar
3. Modal
4. Kondisi Organisasi
5. Faktor-faktor lain

Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan usaha dagang guna memindahkan barang dan jasa pada konsumen yang meliputi beberapa aspek yang menyangkut barang dan jasa itu sendiri, sistem distribusi, sistem promosi dan harga. Suatu pemasaran dikatakan efektif apabila pemasaran itu berarti menyerahkan barang dan jasa yang dibutuhkan dan di inginkan konsumen. Dan hal ini berarti menyampaikan barang kepada mereka pada waktu yang tepat dan dengan harga yang mereka bersedia bayar.

Distribusi merupakan faktor penting dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Dengan adanya strategi distribusi yang tepat, akan memudahkan konsumen untuk memperoleh produk yang dibutuhkan dan ini berpengaruh pada usaha dagang, yaitu dengan menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan produk yang dipasarkan ke konsumen, maka perusahaan telah melakukan penjualan. Dengan demikian lembaga usaha akan mengalami peningkatan volume penjualan.

Usaha dagang Sumber alam sangat strategis karena berada di pinggir kali atau dekat dengan dermaga tempat persinggahan masyarakat. terletak di kota bade Kab. Mappi. Letak yang sangat strategis, mudah dijangkau transportasi air dan Jarak usaha dan pasar sangat dekat pusatnya. Pemilihan lokasi usaha sangat penting dalam menentukan kelangsungan dan keberhasilan suatu usaha dalam menjalankan usahanya. Pemilihan lokasi usaha yang tepat dan baik akan dapat meningkatkan efesiensi usaha, mengurangi biaya yang harus dikeluarkan pedagang dan mempermudah aliran pasokan bahan baku dan hasil jualan nya. Alasan pemilihan tempat usahanya tersebut secara khusus merupakan rumah kediaman pemilik Alasan pemilihan tempat adalah sebagai berikut :

1. Orientasi sembako atau barang dagangan
2. Sarana angkutan
3. Usaha yang di hasilkan

Keberhasilan suatu usaha dagang dalam pemasaran tergantung pada keahlian dan kebijakan usaha dagang dalam mengelola dan menentukan empat variabel marketing mix yang saling berhubungan sebagai sistem. Pencapaian tujuan usaha dagang dibidang pemasaran salah satu kegiatan yang sangat penting adalah saluran distribusi. Saluran distribusi akan berjalan baik atau berhasil jika menerapkan suatu strategi distribusi yang tepat, efektif dan efisien. Strategi distribusi ini sangatlah penting karena semakin cepat saluran distribusi maka barang akan cepat sampai di tujuan(konsumen).

Gugup Kismono, (2001 : 367)[1] saluran distribusi merupakan jalur atau keseluruhan perantara pemasaran yang dilalui barang dan jasa dari produsen ke pemakai industri dan konsumen, termasuk didalam adalah transportasi dan pergudangan. Sikap seorang produsen dalam suatu Usaha dagang terhadap hasil produksinya tidak hanya terbatas dalam melepaskan barang dari gudangnya, melainkan harus memperhatikan sejak dari gudang hingga ke konsumen akhir. Usaha dagang harus pandai-pandai melihat peluang yang ada untuk mendistribusikan produknya, tidak hanya pasar lokal atau nasional tetapi juga internasional. Mengingat luasnya daerah pemasaran dan 3 sasaran penjualan yang dituju oleh Usaha dagang maka dibutuhkan saluran distribusi yang baik dan tentunya memadai. Adapun saluran distribusi yang baik apabila penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Semakin baiknya strategi distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang direbut. Hal itu akan meningkatkan volume penjualan suatu Usaha dagang.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Metode Observasi

Metode observasi yaitu dengan melakukan pengamatan dan pencatatan dengan meninjau langsung terhadap penerapan strategi distribusi dan juga volume penjualan yang terjadi pada Usaha Dagang Sumber Alam di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi. Sehingga data yang diperoleh adalah data asli yang sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian..

2. Wawancara

Metode wawancara yaitu dengan cara tanya jawab dengan pihak usaha dagang barang campur yang bersangkutan dengan bagian pemasaran dan pendistribusian sebagai responden untuk memperoleh data langsung dari Usaha Dagang Sumber Alam di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi.

3. Metode Dokumentasi

Dalam metode penelitian ini penulis melakukan pencarian data melalui sumber-sumber informasi tertulis yang dapat dipercaya yang berasal dari dokumen tertulis perusahaan antara lain :

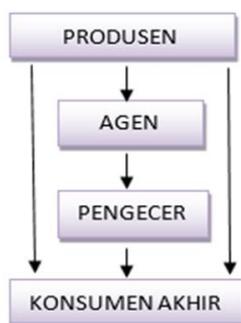
- Sejarah dan Perkembangann Pada Usaha Dagang Sumber Alam di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi.
- Gambaran umum Pada Usaha Dagang Sumber Alam di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi..
- Struktur Organisasi Pada Usaha dagang di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi.
- Dokumen-dokumen yang terkait dengan strategi distribusi yang telah disusun oleh.
- Besarnya volume penjualan pada Usaha Dagang Sumber Alam di Distrik Bade Kecamatan Edera Kabupaten Mappi.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dimana datanya berbentuk non numerik serta terfokus pada kualitas nya. Semakin lengkap penjelasan yang ada di data tersebut, maka akan semakin bagus datanya.

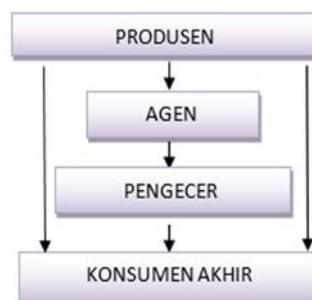
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi distribusi yang selama ini digunakan oleh Usaha Dagang Sumber Alam ada dua, yaitu strategi distribusi intensif dan strategi distribusi selektif. Strategi intensif yang digunakan oleh Usaha Dagang Sumber Alam hanya melibatkan agen dan pengecer untuk menyampaikan produknya ke konsumen akhir, sedangkan pada strategi selektif Usaha Dagang Sumber Alam melibatkan agen, pedagang besar, dan pengecer untuk menyampaikan produknya ke konsumen akhir.

Berikut Gambar strategi distribusi intensif dan strategi distribusi selektif yang di gunakan oleh Usaha Dagang SumberA lam di Distrik Bade Kabupaten Mappi



Gambar 1 Strategi Distribusi Insentif



Gambar 2 Strategi Distributi Selektif

Kendala-kendala yang selama ini dihadapi oleh Usaha Dagang Sumber Alam dalam melaksanakan strategi distribusi adalah kurangnya jaringan/mitra kerja dalam memasarkan produknya, penyampaian barang ke konsumen akhir yang tidak tepat waktu, sulitnya memprediksi kebutuhan pasar akan produk yang dihasilkan, sulit untuk memonitoring saluran distribusi yang sedang berjalan di lapangan.

Strategi yang digunakan oleh Usaha Dagang Sumber Alam tidak semuanya tepat. Strategi distribusi yang pernah dipakai adalah strategi distribusi intensif dan strategi distribusi selektif, namun strategi distribusi yang baik bagi Usaha Dagang Sumber Alam adalah strategi distribusi intensif, karena dengan strategi tersebut volume penjualan pada Usaha Dagang Sumber Alam lebih baik daripada menggunakan strategi distribusi selektif.

Strategi distribusi yang tepat bagi Usaha Dagang Sumber Alam dan sampai saat ini masih dipertahankan adalah strategi intensif, karena dengan menggunakan strategi tersebut volume penjualan pada Usaha Dagang Sumber Alam lebih baik daripada menggunakan strategi distribusi selektif.

KESIMPULAN

Strategi distribusi yang digunakan oleh usaha dagang sumber alam belum tepat karena ada kendala yang dihadapi, namun ada juga strategi yang tepat yang dipakai oleh usaha dagang sumber alam, yaitu strategi distribusi intensif karena hanya melibatkan agen dan pengecer untuk menyampaikan produknya ke konsumen akhir

Strategi distribusi yang digunakan oleh usaha dagang sumber alam untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan strategi distribusi intensif, karena dengan strategi tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan.

DAFTAR PUSATAKA

- [1] Gugup Kismono, 2001 : 367. *Bisnis Pengantar*, Yogyakarta: BPFE.
- [2] Winardi 1991:2. Dikutip dalam blog purwasuka, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Penerbit Mandar Maju, Bandung.
- [3] Basu Swasta DH, dan Irawan, 2005:10. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.