

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data Objek Penelitian

1. Gambaran Perusahaan

a. Sejarah Singkat Berdirinya CV. LAA TANSA

Berawal dari gagasan almarhum Raden KH. Ahmad Zaki putra dari pengasuh pondok pesantren Al-mujtama' yaitu KH.Abd. Ghafur Syafiuddin,LC kemudian perusahaan ini didirikan di bawah naungan pondok pesantren Al-Mujtama' sebagai badan usaha milik pesantren pada tahun 2016 dan mulai beroperasi pada Januari 2017 dengan nama CV. LAA TANSA yang bertujuan untuk meningkatkan ekonomi pesantren agar kemudian pesantren dapat mandiri di bidang finansial yang pada selanjutnya pesantren dapat meningkatkan kualitas dan fasilitas yang ada di dalamnya, selain itu perusahaan ini juga bertujuan sebagai lahan menuangkan kreatifitas dan pengabdian para alumni pesantren yang pada fungsi selanjutnya dapat meningkatkan taraf hidup mereka dan masyarakat secara umum. Dari uraian di atas CV. LAA TANSA secara jelas merupakan perusahaan *manufacturing* yang berbasis pesantren, oleh karenanya para managemen dan karyawan yang direkrutpun sangat diperhatikan untuk mentaati nilai-nilai agama dan akhlakul-karimah, hal tersebut ditunjukkan dengan peraturan dan standar operasional (SOP) perusahaan tersebut semuanya mengacu kepada nilai-nilai yang bersifat religius agamis dan moralitas.

Sebagai perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang minuman, perusahaan tersebut tentunya melakukan produksi dengan berbagai varian kemasan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumennya. Produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut terdiri dari kemasan cup atau gelas, botol, dan galon. Untuk jenis cup kapasitas produksi dalam sehari dapat menghasilkan 2000 karton isi 48 cup. Jenis botol 600ml dalam sehari dapat menghasilkan 500 karton isi 24 botol, sedangkan jenis galon perusahaan tersebut hanya melayani isi ulang karena belum memiliki galon dengan merek AMT.

Proses produk dilakukan dengan paduan antara manual dan mesin otomatis. Proses filterasi adalah proses pertama yaitu penyaringan yang dilakukan dengan menggunakan media 3 tabung berbahan stenlis dengan ukuran 150 cm x 200 cm. Tabung pertama berfungsi menghilangkan kandungan lumpur, tanah, partikel berukuran besar dan sedimen pada air difungsikan sebagai pre-filter untuk diproses dengan filter.

Tabung kedua berfungsi untuk penyerap bau, menghilangkan warna kuning dan unsur yang merugikan di dalam kandungan air. Pembuatan karbon ini tanpa pencampuran kimia tertentu sehingga aman digunakan untuk keperluan filteran air. Karbon aktif atau *active carbon* memiliki daya serap yang tinggi dan mudah menjernihkan air. Tabung ketiga menghilangkan bau banger, bau kaporit atau untuk menyerap bau dan gas di ruangan karena di dalam tabung tersebut median yang digunakan adalah karbon aktif. Secara umum karbon aktif adalah karbon yang di proses sedemikian rupa sehingga pori-porinya terbuka, dan dengan demikian akan mempunyai daya serap yang tinggi. Karbon aktif merupakan karbon yang bebas

serta memiliki permukaan dalam (*internal surface*), sehingga mempunyai daya serap yang baik. Keaktifan daya menyerap dari karbon aktif ini tergantung dari jumlah senyawa karbonnya yang berkisar antara 85 % sampai 95% karbon bebas. Karbon aktif yang berwarna hitam, tidak berbau, tidak terasa dan mempunyai daya serap yang jauh lebih besar dibandingkan dengan karbon aktif yang belum menjalani proses aktivasi, serta mempunyai permukaan yang luas, yaitu memiliki luas antara 300 sampai 2000 m²/gram. Selain itu media yang digunakan dalam tabung tersebut adalah **Pasir aktif** dalam istilah globalnya *actived sand*, mempunyai fungsi sebagai pengikat unsur bunsu besi/ ferrum (Fe), mangan (Mn), serta sulfida dalam air. Pasir aktif berbentuk padat, tahan terhadap tekanan air yang dikeluarkan oleh pompa atau *Pressure Pump*.

Proses selanjutnya adalah regenerasi yaitu proses penetralan kembali terhadap kualitas bahan baku air apabila dirasa telah mencapai produksi maksimal. Target produksi maksimal ini dilakukan agar kualitas bahan baku tetap konstan pada kisaran TDS meter yang ditetapkan perusahaan. Proses regenerasi dilakukan apabila jumlah produksi yang dihasilkan mencapai 7000 karton jenis cup, dengan menggunakan 1 buah tabung berukuran 150 cm x 200 cm. Dilakukan dengan mencuci media tersebut secara sirkulasi selama 2 jam kemudian membuang air di dalamnya dan membilasnya selama 1 jam hingga mencapai TDS meter sesuai dengan bahan baku asli. Proses selanjutnya adalah penyaringan menggunakan *Cartridge Microfilter* sebanyak 3 tabung berukuran panjang 100 cm diameter 40 cm. Saringan berpori berukuran 0,1 mikron ini berfungsi untuk menyaring partikel kecil dalam air seperti partikel fisik (debu, karat, dan lumpur).

Proses selanjutnya adalah *Revers osmosis (RO)* proses ini merupakan proses filterasi terakhir, yang dilakukan dengan menggunakan 1 unit mesin RO yang berfungsi memisahkan air dari polutan terlarut melalui membran berpori-pori 10⁴ mikron dan membuang residu dan polutan terlarutnya, sehingga air bersih yang dihasil sekitar 40% untuk diproduksi dan 60% sebagai air sortiran/buangan.

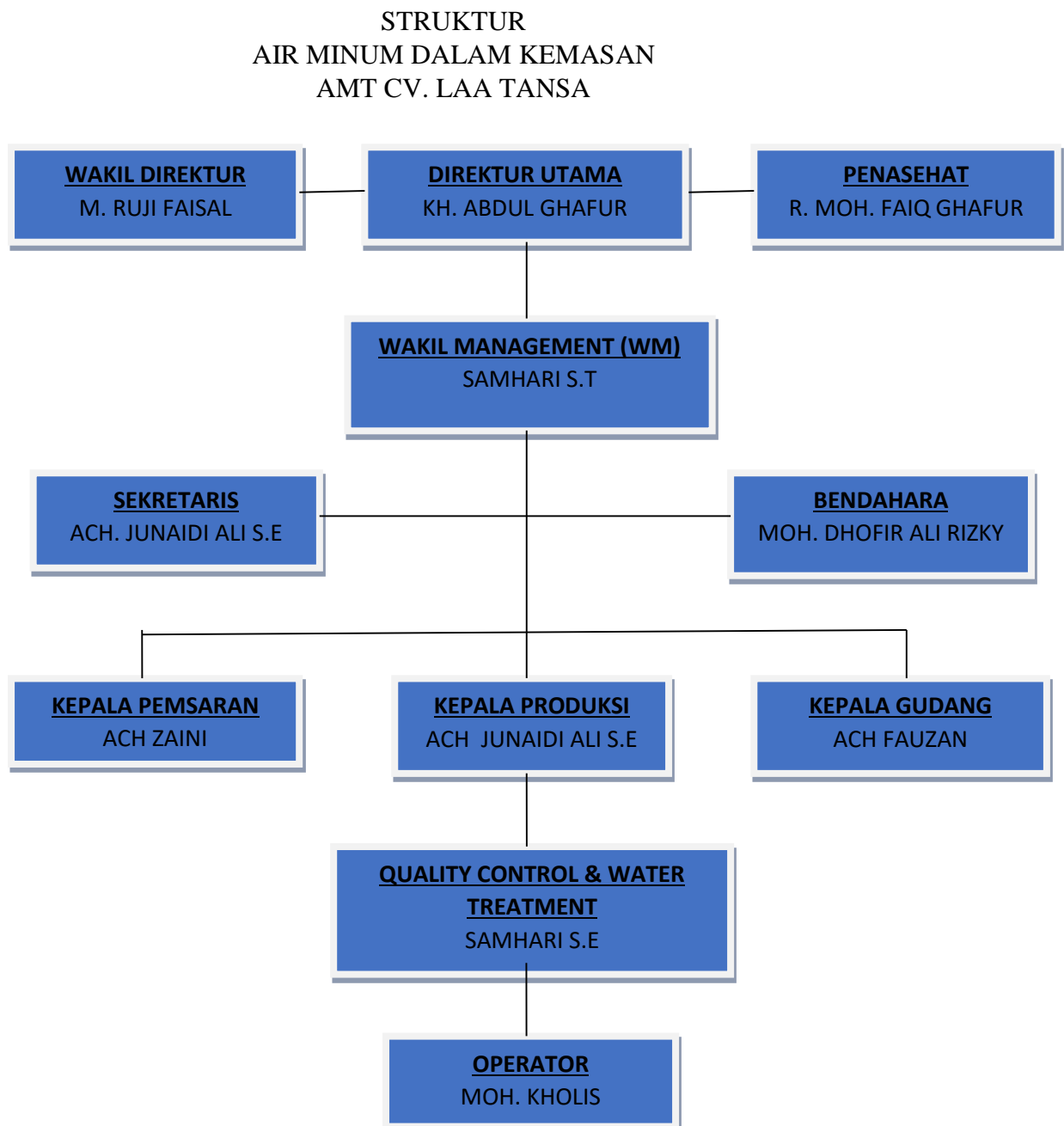
Proses terakhir adalah proses produksi yang dilakukan dengan menggunakan mesin secara otomatis. Dengan proses sebagaimana tergambar di atas, maka hasil produksi yang dihasilkan lebih terjamin original dan ke higienisannya. Oleh karenanya konsumen sudah merasa bahwa barang produksi yang dihasil berkualitas tinggi, sehingga hal tersebut sangat menarik banyak konsumen, terbukti dengan tingginya tingkat penjualan pada perusahaan tersebut jika dilihat dari data penjualan perbulan. Tiga bulan terakhir misalnya pada bulan Oktober 2018 sebanyak 50,819 karton , November 44,922, Desember 43,334 karton.

Tingginya tingkat penjualan pada perusahaan tersebut selain kualitas hasil produksinya karena dilakukan dengan proses yang baik juga dipengaruhi oleh kemampuan manajemen dalam memilih dan mengakses sekmen pasar. Oleh karenanya kendati umur perusahaan masih sangat belia dan tergolong perusahaan yang baru merintis, namun perusahaan tersebut memiliki sekmen pasar yang sangat prospek antara lain sekmen pasar yang sangat dominan adalah para alumni, diketahui bahwa para alumni pondok pesantren Almujtma' sebagian besar mereka adalah pemilik pertokoan, grosir dan restoran. Populasi mereka menduduki prosentase tertinggi dari jumlah alumni pondok pesantren Almujtama' yaitu sekitar

40%, 35% sebagai tenaga pengajar, 20% sebagai pemilik bisnis lainnya dan 5% sebagai tenaga professional di perusahaan. Berikut adalah data hasil survey yang dilakukan oleh manajemen AMT tahun 2017-2018.

b. Struktur CV. LAA TANSA

Struktur kelompok ini telah ditetapkan dalam bentuk yang baku atau tertulis, berdasarkan informasi dari hasil penelitian yang dilakukan. Berikut bentuk dari struktur CV. LAA TANSA:



c. Visi dan Misi CV. LAA TANSA

1) Visi

- a) Mitra terpercaya dalam memproduksi Air Mineral yang memenuhi standar mutu (sesuai SNI 3553-2015) sehingga layak dan sehat untuk dikonsumsi

2) Misi

- a) Mencari dan mengembangkan peluang pertumbuhan yang terintegrasi pada bisnis inti dengan tetap menjaga pengeluaran biaya yang terkontrol.
- b) Ikut berpartisipasi dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitarnya.
- c) Mengembangkan tim manajemen yang profesional, yang terintegrasi tinggi dan didukung oleh sumber daya manusia yang terampil dan termotivasi.

B. Paparan Data Penelitian

Berdasarkan apa yang peneliti dapatkan di lapangan, maka yang dapat peneliti paparkan yakni:

1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi di CV. Laa Tansa

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama Bapak Junaidi Ali selaku Admin CV. LAA TANSA, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Disini kadang kita kehabisan barang untuk konsumen karena disini jumlah produksinya masih kecil.”¹

Dalam rangka memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen, perusahaan harus memperhatikan saluran distribusi, yaitu dengan cara menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan. bila ada kesalahan dalam memilih saluran

¹ Bapak Junaedi, Administrasi (Wawancara Langsung: 22 April 2021, Jam 08:00 WIB)

distribusi, akan menghambat dalam menyalurkan barang atau jasa. Hal ini perlu dilakukan perusahaan karena berkembangnya permintaan oleh para konsumen untuk sebuah pelayanan yang lebih baik, kualitas dan keanekaragaman bersama dengan meningkatnya persaingan secara global, membuat perusahaan harus berpikir secara cepat dan tepat bagaimana cara mengatur kembali bisnis mereka. Selain itu, adanya persaingan dunia bisnis yang sangat ketat. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama Bapak Junaidi Ali selaku Admin CV. LAA TANSA, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Disini dari dulu memang ada tenaga pemasar memang dari pondok ada orang yang memang khusus mencari pasar, toko-toko besar kemudian menginformasikan kepada pihak pemasaran disini, kalau dia mendapat konsumen dengan harga yang deal kita akan kirim barang kesana menggunakan mobil, kemudian ada juga yang memberikan kontribusi kepada perusahaan disini untuk melakukan penjualannya dan alumni pondok pesantren disini misalnya menginformasikan konsumen besar kemudian dari perusahaan menindak lanjuti kesana kemudian kita tawarkan produk disini kalau misalkan deal nanti kita kirim ke konsumen tersebut”.²

Mirip dengan yang disampaikan oleh Syamsul selaku karyawan di CV.

LAA TANSA berikut ini :

“dengan tenaga pemasar, menjalin kerjasama dengan ponpes, dan mejanlin kerjasama dengan instansi-instansi lain baik instansi pemerintahan atau lainnya.”³

Untuk lebih jelasnya mengenai pengertian dari masing-masing dari faktor-faktor tersebut, maka dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

a. Sarana Transportasi

² Bapak Junaedi, Administrasi (Wawancara Langsung: 22 April 2021, Jam 08:00 WIB)

³ Bapak Samsul, Karyawan (Wawancara Langsung: 22 April 2021, Jam 10:00 WIB)

Sarana transportasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam kegiatan pendistribusian dan pemasaran suatu produk. Tanpa adanya sarana transportasi, maka sudah dipastikan aktivitas pengiriman barang baik itu di daratan maupun diwilayah kepulauan tidak akan dapat dilakukan dengan baik. Dalam hal ini, sarana transportasi memiliki peranan yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dalam melakukan pendistribusian barang. Transportasi adalah kegiatan pemindahan atau pengiriman barang yang dilakukan baik melalui jalur darat, laut, maupun udara yang dilakukan oleh pihak tertentu dalam upaya untuk memenuhi permintaan pelanggan dan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan barang. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama Bapak Junaidi Ali selaku Admin CV. LAA TANSA, beliau mengatakan sebagai berikut:

“Minimnya armada jadi dengan kurangnya mobil pengangkut disini kadang kita tidak bisa mengantarkan barang dengan jadwal yang sudah ditentukan.”⁴

Salah satu dampak yang ditimbulkan dari kegiatan transportasi ini adalah pengaruhnya terhadap nilai barang, dimana nilai suatu barang memungkinkan akan menjadi lebih tinggi setelah sampai di tempat tujuan dari pada ketika masih berada di tempat asal. Menambahkan bahwa nilai yang diberikan oleh transportasi adalah berupa nilai tempat dan nilai waktu. Kedua nilai ini diperoleh jika barang telah diangkut ketempat dimana nilainya lebih tinggi dan dapat dimanfaatkan tepat pada waktunya.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat kita ambil kesimpulan bahwa dampak yang akan ditimbulkan dari kegiatan pendistribusian yang dilakukan dengan

⁴ Bapak Junaedi, Administrasi (Wawancara Langsung: 22 April 2021, Jam 08:00 WIB)

menggunakan transportasi itu sangat besar sekali pengaruhnya terhadap nilai suatu barang baik itu berupa nilai tempat maupun nilai waktu. Dengan demikian ketepatan dan kecepatan serta kesesuaian pengiriman barang yang dilakukan sangat penting artinya baik bagi pihak perusahaan maupun baik pihak konsumen. Disinilah letak peran penting ketersediaan sarana transportasi dalam menunjang kelancaran pengiriman atau pendistribusian barang. Suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan akan dapat dibeli dan dinikmati secara langsung oleh konsumen jika barang tersebut dapat sampai ketangan konsumen dengan tepat dan cepat. Ketepatan dan kecepatan pengiriman tersebut tentu bergantung terhadap sarana transportasi yang tersedia.

b. Tenaga Penjual

Tenaga penjual atau agen adalah orang-orang yang menjual barang yang dihasilkan oleh perusahaan baik itu dalam kapasitas besar maupun kecil. Pada kesempatan berikutnya peneliti juga mengobservasi pada tenaga kerja di CV. LAA TANSA sebagaimana disampaikan oleh Rifa'e selaku karyawan CV. LAA TANSA:

“Jadi untuk keadaan tenaga kerja di CV. LAA TANSA ini masih sedikit dan untuk tenaga kerja yang ada di dalam itu masih sebatas sekretaris, bendahara kemudian masih rangkap-rangkap juga karena masih sedikit termasuk kepala produksi, kepala pemasaran, kepala gudang, dan operator itu masih ikut campur tangan dalam mengerjakan pekerjaan.”⁵

Tenaga penjual atau agen sangat memiliki peran penting dalam menunjang proses kelancaran pendistribusian barang. Hal ini dikarenakan tenaga penjual atau agen merupakan perpanjangan tangan perusahaan yang memiliki pengaruh yang

⁵ Bapak Rifa'e, Karyawan (Wawancara Langsung: 22 April 2021, Jam 09:00 WIB)

besar dalam mensukseskan pengiriman barang untuk sampai ketangan konsumen. Namun demikian, upaya untuk mensukseskan kegiatan pengiriman melalui agen tersebut tentu perlu didukung oleh upaya-upaya penting lainnya seperti kualitas sumber daya manusia (SDA) itu sendiri, kemudian kegiatan pemberian pelatihan dan kegiatan lainnya yang berpengaruh positif terhadap tenaga penjual itu sendiri. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kurangnya transportasi

Jadi dengan kurangnya mobil pengangkut itu kadang kita tidak bisa mengantarkan barang dengan tepat waktu.

2. Kurangnya persediaan barang

Karena disini jumlah produksinya masih kecil

3. Kurangnya tenaga penjual/pemasar

Pengelola CV. LAA TANSA mengalami kendala dalam proses pemasaran dikarenakan kurang tenaga penjual atau pemasar.

2. Saluran Distribusi yang Diterapkan Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan di CV. Laa Tansa

Air minum adalah kebutuhan dasar bagi kehidupan bahkan air adalah sumber dari kehidupan itu sendiri, kebutuhan akan air saat ini semakin meningkat. Air minum sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Air minum penting bagi kesehatan tubuh, dimana pada CV. Laa Tansa menggunakan saluran distribusi intensif, yaitu menyediakan produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki tingkat konsumsi dan permintaan yang tinggi. CV. Laa Tansa mempunyai komitmen untuk terus memperluas jaringan di setiap wilayah atau membangun

jaringan distribusi baru di area-area strategis sehingga semua segmen pasar dapat dikuasai dengan memfokuskan pada beberapa strategis.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan paparan data yang peneliti dapatkan di lapangan baik dengan cara observasi maupun wawancara, maka peneliti susun dijadikan sebagai temuan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di CV. LAA TANSA peneliti melakukan wawancara kepada karyawan yang mengetahui tentang pendistribusian tersebut. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti akan memaparkan hasil dari wawancara tersebut. Ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan atau memilih saluran distribusi. Adapun ketiga faktor tersebut adalah sebagai berikut:

a. Sarana Transportasi, menjadi salah satu factor penting dalam pendistribusian barang dagangan guna memenuhi kebutuhan konsumen atau masyarakat yang mana pada saat ini kehidupan manusia telah mencapai taraf kemajuan semakin kompleks dan beragam. Transportasi menjadi modal penting dalam pendistribusian air minum yang ada di CV. LAA TANSA dikarenakan untuk mencapai pendistribusian yang maksimal perlu adanya faktor pendukung seperti transportasi, dengan jumlah konsumen yang begitu banyak sehingga mengharuskan manajemen untuk bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen dengan tepat, kekurangan transportasi ini menjadi penghambat dalam proses pendistribusian air minum kepada konsumen dikarenakan CV. LAA TANSA

hanya memiliki kurang lebih 1-2 mobil untuk transportasi sehingga kita tidak bisa mengantarkan barang dengan tepat waktu kepada konsumen.

- b.** Sarana Pergudangan/barang dagang, persediaan barang dagang umumnya merupakan asset lancar yang terbesar dari suatu perusahaan dimana persediaan ini dikategorikan sebagai barang dagangan yang dimiliki dan disimpan untuk dijual kepada para pelanggan dan menjadi salah satu bagian dari neraca sebagai asset lancar perusahaan. Dikarenakan dalam perusahaan CV. LAA TANSA ini memiliki persediaan barang yang relatif kecil dikarenakan tingkat produksi yang masih terbilang kecil.
- c.** Tenaga penjual / agen besar, orang-orang yang menjual barang yang dihasilkan oleh perusahaan baik itu dalam kapasitas besar maupun kecil, di CV. LAA TANSA keadaan tenaga penjual masih sedikit dan untuk tenaga kerja yang ada di dalam itu masih sebatas sekretaris, bendahara kemudian masih rangkap-rangkap juga karena masih sedikit termasuk kepala produksi, kepala pemasaran, kepala gudang, dan operator itu masih ikut campur tangan dalam mengerjakan pekerjaan, sedangkan penjual atau agen sangat memiliki peran penting dalam menunjang proses kelancaran pendistribusian barang dikarenakan tenaga penjual atau agen merupakan perpanjangan tangan perusahaan yang memiliki pengaruh yang besar dalam mensukseskan pengiriman barang untuk sampai ketangan konsumen. Namun demikian, upaya untuk mensukseskan kegiatan pengiriman melalui agen tersebut tentu perlu didukung oleh upaya-upaya penting lainnya.

2. Saluran distribusi yang dipakai untuk meningkatkan penjualan, dimana perusahaan memakai Saluran Distribusi Tidak Langsung antara Produsen – Pemasar/pengecer – Konsumen. CV. LAA TANSA menggunakan saluran distribusi guna menyediakan produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki tingkat konsumsi dan permintaan yang tinggi. CV. Laa Tansa mempunyai komitmen untuk terus memperluas jaringan di setiap wilayah atau membangun jaringan distribusi baru di area-area yang strategis sehingga semua segmen pasar dapat dikuasai dengan memfokuskan pada beberapa strategis.

D. Pembahasan

Dalam pembahasan ini kami akan mencoba untuk memaparkan hasil penelitian yang telah kami lakukan di CV. LAA TANSA, yaitu menurut teori Ardiyanta Oky 2019. Saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam meningkatkan volume penjualan, karena saluran distribusi di dalam penjualan berfungsi menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang/ jasa yang dipasarkan kepada konsumen, dengan demikian tujuan saluran distribusi agar semakin banyak jumlah saluran distribusi diharapkan penjualan produk suatu perusahaan semakin meningkat, disamping itu juga semakin tepat dan semakin luas saluran distribusi akan meningkatkan volume penjualan. Demikian juga sebagai penentu meningkatnya penjualan penyalur (saluran distribusi) juga harus memperhatikan kondisi kemampuan penjual/penyalur, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor-faktor lainnya.

Dalam meningkatkan penjualan maka perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan memberi motivasi kepada konsumen agar dapat memiliki barang tersebut, dalam meningkatkan penjualan perusahaan harus memiliki saluran pendistribusian yang baik agar penyaluran barang dapat lebih cepat, mudah dan jumlahnya banyak. Para penyalur dapat menjadi suatu alat untuk perusahaan dalam mendapatkan respon konsumen dipasar. Makin aktif penyalur dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen mengenai suatu produk, maka makin besar manfaat yang dapat diambil oleh produsen produk yang bersangkutan serta makin terbuka pula kesempatan untuk perusahaan dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam menentukan distribusi yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produknya ada beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu jenis produk dan kemampuan perusahaan. Hal ini bertujuan agar distribusi dapat berjalan efektif guna meningkatkan penjualan. Meningkatnya volume penjualan dapat berdampak pada laba yang maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan sebuah manajemen dan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam memperoleh laba yang maksimal tidaklah mudah bagi perusahaan karena ada beberapa faktor pemasaran. Salah satunya adalah faktor persaingan.⁶

⁶ Ardiyanta Oky, *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT Salama Nusantara*, (Yogyakarta: Journal ePrints@UNY, 29 Januari 2019), hal. 1-73

1. Faktor-Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi di CV.

LAA TANSA

a. Sarana Transportasi

Sarana transportasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam kegiatan pendistribusian dan pemasaran suatu produk. Tanpa adanya sarana transportasi, maka sudah dipastikan aktivitas pengiriman barang baik itu di daratan maupun diwilayah kepulauan tidak akan dapat dilakukan dengan baik. Dalam hal ini, sarana transportasi memiliki peranan yang sangat penting dan tidak bisa dipisahkan dalam melakukan pendistribusian barang. Transportasi adalah kegiatan pemindahan atau pengiriman barang yang dilakukan baik melalui jalur darat, laut, maupun udara yang dilakukan oleh pihak tertentu dalam upaya untuk memenuhi permintaan pelanggan dan dalam upaya untuk meningkatkan penjualan barang. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan bersama. Minimnya armada mobil pengangkut disini kadang yang menyebabkan produsen tidak bisa mengantarkan barang dengan jadwal yang sudah ditentukan. Salah satu dampak yang ditimbulkan dari kegiatan transportasi ini adalah pengaruhnya terhadap nilai barang, dimana nilai suatu barang memungkinkan akan menjadi lebih tinggi setelah sampai di tempat tujuan dari pada ketika masih berada di tempat asal. Menambahkan bahwa nilai yang diberikan oleh transportasi adalah berupa nilai tempat dan nilai waktu. Kedua nilai ini diperoleh jika barang telah diangkut ketempat dimana nilainya lebih tinggi dan dapat dimanfaatkan tepat pada waktunya. dampak yang akan ditimbulkan dari kegiatan pendistribusian yang dilakukan dengan menggunakan transportasi itu sangat besar sekali pengaruhnya terhadap nilai suatu barang baik itu berupa nilai

tempat maupun nilai waktu. Dengan demikian ketepatan dan kecepatan serta kesesuaian pengiriman barang yang dilakukan sangat penting artinya baik bagi pihak perusahaan maupun baik pihak konsumen. Disinilah letak peran penting ketersediaan sarana transportasi dalam menunjang kelancaran pengiriman atau pendistribusian barang. Suatu barang yang diproduksi oleh perusahaan akan dapat dibeli dan dinikmati secara langsung oleh konsumen jika barang tersebut dapat sampai ketangan konsumen dengan tepat dan cepat. Ketepatan dan kecepatan pengiriman tersebut tentu bergantung terhadap sarana transportasi yang tersedia.

b. Tenaga Penjual

Tenaga penjual adalah orang-orang yang menjual barang yang dihasilkan oleh perusahaan baik itu dalam kapasitas besar maupun kecil, pada tenaga kerja di CV. LAA TANSA sebagaimana disampaikan oleh Rifa'e selaku karyawan CV. LAA TANSA masih sedikit dan untuk tenaga kerja yang ada di dalam itu masih sebatas sekretaris, bendahara kemudian masih rangkap-rangkap juga karena masih sedikit termasuk kepala produksi, kepala pemasaran, kepala gudang, dan operator itu masih ikut campur tangan dalam mengerjakan pekerjaan. Adanya tenaga penjual sangat memiliki peran penting dalam menunjang proses kelancaran pendistribusian barang. Hal ini dikarenakan tenaga penjual atau agen merupakan perpanjangan tangan perusahaan yang memiliki pengaruh yang besar dalam mensukseskan pengiriman barang untuk sampai ketangan konsumen. Namun demikian, upaya untuk mensukseskan kegiatan pengiriman melalui agen tersebut tentu perlu didukung oleh upaya-upaya penting lainnya seperti kualitas sumber daya manusia

(SDA) itu sendiri, kemudian kegiatan pemberian pelatihan dan kegiatan lainnya yang berpengaruh positif terhadap tenaga penjual itu sendiri.

2. Strategi Saluran Distribusi Yang Diterapkan Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan di CV. LAA TANSA

Distribusi terdiri dari sekumpulan organisasi yang membuat sebuah proses kegiatan penyaluran suatu barang atau jasa siap untuk dipakai atau konsumsi oleh para konsumen (pembeli). Distribusi adalah suatu sistem yang menunjukkan segala sesuatu atau sumber daya organisasi yang disimpan dalam antisipasinya disebut dengan istilah distribusi. Tetapi kita seharusnya tidak membatasi pengertian distribusi tidak hanya itu saja. Banyak organisasi perusahaan menyimpan jenis-jenis distribusi lain seperti : uang, ruang fisik buka tutup, bangunan pabrik, peralatan dan tenaga kerja untuk memenuhi permintaan akan produk dan jasa.⁷

Distribusi menjadi alternatif dalam menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada target konsumen. Dari saluran distribusi untuk *consumer product market*, perantara yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah retailer atau pengecer. Distribusi yang efektif akan memperlancar arus atau akses barang sehingga konsumen dapat diperoleh kemudahan untuk memperoleh produknya, diisamping itu konsumen juga akan dapat memperoleh produk yang diinginkan sesuai dengan waktu yang diperlukan. Produsen mempunyai kesenjangan dengan konsumen, waktu, nilai, keragaman, dan kepemilikan produk karena perbedaan

⁷ Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm.130.

tujuan serta persepsi masing-masing, dengan distribusi yang efektif dan efisien perusahaan dapat mengatasi kesenjangan antara produsen dan konsumen.⁸

Kegiatan distribusi sangat berpengaruh dan bergantung pada quantity atau jumlah barang yang terdapat di gudang. Karena jika quantity yang dimiliki oleh *warehouse* tidak mencukupi atau kurang dari jumlah order, maka proses penyaluran barang bisa berjalan lebih dari sekali sehingga menambah beban biaya penyaluran atau bisa juga sisa pengiriman yang belum terkirim dibatalkan. Meski semua itu bergantung pada kesepakatan antara produsen dan konsumen namun tetap saja akan memberikan dampak buruk bagi perusahaan. Saluran distribusi merupakan salah satu faktor yang menentukan dalam meningkatkan volume penjualan, karena saluran distribusi di dalam penjualan berfungsi menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan serta menyampaikan barang/ jasa yang dipasarkan, dengan demikian semakin banyak jumlah saluran distribusi diharapkan penjualan produk suatu perusahaan semakin meningkat. Disamping itu juga semakin tepat dan semakin luas saluran distribusi akan meningkatkan volume penjualan. Demikian juga sebagai penentu meningkatnya penjualan penyalur (saluran distribusi) juga harus memperhatikan kondisi kemampuan penjual/penyalur, kondisi pasar, modal, kondisi organisasi perusahaan, dan faktor-faktor lainnya.

Dalam meningkatkan penjualan maka perusahaan harus meningkatkan kualitas produk dan memberi motivasi kepada konsumen agar dapat memiliki barang tersebut. Tidak hanya itu dalam meningkatkan penjualan maka perusahaan harus memiliki saluran pendistribusian yang baik agar penyaluran barang dapat

⁸ Ibid.

lebih cepat, mudah dan jumlahnya banyak. Para penyalur dapat menjadi suatu alat untuk perusahaan dalam mendapatkan respon dari konsumen di pasar. Makin aktif penyalur dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen mengenai suatu produk, maka makin besar manfaat yang dapat diambil oleh produsen produk yang bersangkutan. Dan makin terbuka pula kesempatan untuk perusahaan dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam menentukan distribusi yang akan digunakan oleh perusahaan untuk menyalurkan produknya ada beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu jenis produk dan kemampuan perusahaan. Hal ini bertujuan agar distribusi dapat berjalan efektif guna meningkatkan penjualan, meningkatnya volume penjualan dapat berdampak pada laba yang maksimal. Laba dapat mencerminkan keberhasilan sebuah manajemen dan dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Dalam memperoleh laba yang maksimal tidaklah mudah bagi perusahaan karena ada beberapa faktor pemasaran. Salah satunya adalah faktor persaingan.⁹

CV. Laa Tansa adalah perusahaan yang memproduksi Air Minum Dalam Kemasan “AMT”. Usaha ini diharapkan menjadi energi baru dalam meningkatkan ekonomi pondok. Saat ini usaha ini masih menangani produksi air minum kemasan cup 220 ml dan kemasan botol 600 ml. target utama konsumen unit usaha ini adalah internal pondok dan masyarakat sekitar. bergerak dalam sektor produksi air minum kemasan cup 220 ml dan kemasan botol 600 ml. Air adalah kebutuhan dasar bagi kehidupan bahkan air adalah sumber dari kehidupan itu sendiri. Kebutuhan akan air

⁹ Muhammadiyah Purworejo, *Saluran Distribusi Meningkatkan Volume Penjualan Produk*, <http://eprints.uny.ac.id/16159/Okky%20Ardiyanta.pdf>

saat ini semakin meningkat. Air minum sudah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Air minum penting bagi kesehatan tubuh. CV. Laa Tansa menggunakan saluran distribusi guna menyediakan produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki tingkat konsumsi dan permintaan yang tinggi. CV. Laa Tansa mempunyai komitmen untuk terus memperluas jaringan di setiap wilayah atau membangun jaringan distribusi baru di area-area strategis sehingga semua segmen pasar dapat dikuasai dengan memfokuskan pada beberapa strategis.

Dalam meningkatkan penjualan maka CV. Laa Tansa harus meningkatkan kualitas produk dan memberi motivasi kepada konsumen agar dapat memiliki barang tersebut. Tidak hanya itu dalam meningkatkan penjualan maka CV. Laa Tansa harus memiliki saluran pendistribusian yang baik agar penyaluran barang dapat lebih cepat, mudah dan jumlahnya banyak. Para penyalur dapat menjadi suatu alat untuk CV. Laa Tansa dalam mendapatkan respon dari konsumen di pasar. Makin aktif penyalur dalam mengumpulkan pendapat dan komentar para konsumen mengenai suatu produk, maka makin besar manfaat yang dapat diambil oleh produsen produk yang bersangkutan. Dan makin terbuka pula kesempatan untuk CV. Laa Tansa dalam mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam menentukan distribusi yang akan digunakan oleh CV. Laa Tansa untuk menyalurkan produknya ada beberapa faktor yang harus diperhatikan yaitu jenis produk dan kemampuan perusahaan. Hal ini bertujuan agar distribusi dapat berjalan efektif guna meningkatkan penjualan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimana Penjualan Air Minum Dalam Kemasan **AMT CV. LAA TANSA** bisa dilihat hasil dari penjualan

mengalami naik dan turun. Melihat dari fenomena ini penulis tertarik untuk mengetahui sebab penjualannya ini saluran distribusi yang telah diterapkan dan saluran distribusi apa yang seharusnya dilakukan agar penjualan bisa meningkat dan stabil. Mungkin banyak faktor dari saluran distribusi yang dapat meningkatkan saluran distribusi Air Minum Dalam Kemasan **AMT CV. LAA TANSA**. Penulis menemukan saluran distribusi yang dipakai telah sesuai dengan yang dikemukakan para ahli untuk meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang. Penulis memakai saluran distribusi yang dikemukakan oleh Kotler (2010) "Saluran distribusi konsumen dan bisnis" yang digunakan yakni Saluran Distribusi Tidak Langsung antara Produsen–Pemasar/pengecer-Konsumen. Seperti halnya pada jenis saluran distribusi langsung (Produsn–Konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Disini, pengencer langsung melakukan pembelian kepada produsen. Alternatif akhir ini umum dipakai. Disini Air Minum Dalam Kemasan **AMT CV. LAA TANSA** juga menggunakan pengencer untuk mengambil konsumen tujuannya untuk memperluas pasar agar penjualan semakin meningkat. Dengan saluran yang seperti ini Air Minum Dalam Kemasan **AMT CV. LAA TANSA** lebih terbantu dalam hal pemasaraan dan penjualan serta mengenalkan produk pasalnya dengan adanya pengencer maka produsen akan mendapatkan pasar yang luas. Karena pasar yang luas memudahkan peningkatan untuk penjualan karena bertambah banyaknya konsumen yang ada karena adanya pengencer tersebut. Distribusi tidak langsung juga berarti suatu kegiatan penyaluran barang dari produsen kepada konsumen yang menggunakan perantara atau pihak ketiga, dalam hal ini yang dimaksud pihak ketiga adalah distributor bisa berupa perorangan

atau perusahaan distribusi. Distribusi tidak langsung merupakan distribusi yang menguntungkan dari segi pasar, karena dengan distribusi tidak langsung perusahaan akan mendapatkan jangkauan pasar yang luas karena dibantu dengan distribusi tidak langsung yang artinya ada pihak ketiga yang memasarkan produk kita pihak ketiga tersebut adalah distributor yang bisa berupa perorangan atau perusahaan distribusi yang bisa juga disebut pengencer. Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan **AMT CV. LAA TANS**A juga menerapkan distribusi tidak langsung guna meningkatkan penjualan karena melihat dari pasar yang ada distribusi tidak langsung ini memang cocok dilakukan untuk mengantisipasi ketatnya persaingan pasar. Besarnya jumlah produksi dan banyaknya pesaing membuat alasan sangat mendasar untuk menerapkan menerapkan sistem ini. Setidaknya dengan distribusi tidak langsung ini dapat membuat maju dan produksi akan stabil karena barang selalu tersalurkan lewat distribusi tidak langsung dengan demikian proses produksi akan terjaga stabil dan penjualan pun akan stabil barang akan tidak tersimpan di gudang serta penjualan pastinya akan meningkat karena pasar yang luas dengan distribusi tidak langsung yang dilakukan oleh perusahaan Air Minum Dalam Kemasan **AMT CV. LAA TANS**A. Dengan ini penulis menyarankan untuk memakai saluran distribusi yang dikemukakan para ahli untuk meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang. Penulis memakai saluran distribusi yang dikemukakan oleh Kotler (2010) "Saluran distribusi konsumen dan bisnis".

Operasional gudang merupakan hal yang paling penting yang seharusnya menjadi perhatian utama para pelaku bisnis di Indonesia maupun di belahan dunia lainnya, masih banyak terdapat perusahaan yang belum menganggap bahwa adanya

system manajemen stok barang yang tepat adalah hal yang penting, tanpa menggunakan system manajemen berakibat akan muncul masalah yang akan berdampak pada menurunnya kualitas layanan pelanggan yang berakibat pada perolehan profit perusahaan. Sistem manajemen yang terintegrasi dapat mengoptimalkan tingkat persediaan dan kegiatan lainnya. Dalam kegiatan industri sector distribusi memegang peranan penting untuk menjamin produk yang dipasarkan agar produk tersebut tersedia secara merata di setiap wilayah, umumnya bagi perusahaan kegiatan distribusi dilakukan sendiri dengan melibatkan divisi khusus pada perusahaan tersebut, namun pada perusahaan yang sedang berkembang umumnya akan memanfaatkan agen dan distributor untuk pendistribusian produk-produk mereka dikarenakan cara ini dinilai lebih efektif dan efisien karena dinilai dapat mengurangi biaya distribusi yang tinggi jika mendirikan cabang distribusi sendiri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Thessa Natasya Karundeng tahun 2018 yang berjudul Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado). jenis penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang menunjukkan bahwa perusahaan menjalankan aktivitas distribusi fisik yang mengutamakan transportasi dalam pelaksanaan distribusinya. Dalam menjalankan proses distribusi masih ada juga faktor penghambat yang menyebabkan distribusi tidak berjalan sesuai keinginan karena perusahaan belum bisa menangani dengan tepat kegiatan distribusi dan faktor eksternal yang memperlambat kelancaran pendistribusian barang. Keputusan strategi distribusi yang dilaksanakan oleh CV. Karya Abadi adalah sebuah strategi

yang tepat dalam menjalankan proses distribusi. Strategi yang tepat akan lebih tepat jika diselaraskan dengan pengawasan aktivitas distribusi yang maksimal.¹⁰

Sesuai dengan pengertian distribusi yang disampaikan oleh Idris bahwa Distribusi menjadi suatu proses penyaluran atau penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai. Penyaluran barang dan jasa kepada konsumen dan pemakaiannya mempunyai peran penting dalam kegiatan produksi dan konsumsi, pembagian atau pengiriman barang atau jasa kepada beberapa orang atau tempat. Distribusi adalah suatu proses penyaluran atau penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai. Penyaluran barang dan jasa kepada konsumen dan pemakaiannya mempunyai peran penting dalam kegiatan produksi dan konsumsi. Tanpa distribusi, barang atau jasa tidak akan sampai dari produsen ke konsumen, sehingga kegiatan produksi dan konsumsi tidak lancar. Sebagai jembatan antara produsen dan konsumen, distribusi mempunyai peran signifikan dalam perputaran roda perekonomian masyarakat ataupun negara.¹¹

Artinya penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat. Pendistribusian diartikan sebagai proses, cara, perbuatan guna menyalurkan (membagikan, mengirimkan) kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat (seperti pasar, toko).¹² dan tujuan distribusi yaitu untuk menjamin terpenuhinya kebutuhan dasar masyarakat. Kebutuhan masyarakat seperti kebutuhan pada oksigen, makanan, dan minuman merupakan kebutuhan primer

¹⁰ Thessa Natasya Karundeng, *Analisis Saluran Distribusi Kayu (Studi Kasus Di Cv. Karya Abadi, Manado)*, (*Jurnal: EMBA*), Vol.6, No.3, Tahun 2018

¹¹ Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia group, 2015), hlm.128.

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Distribusi*, Jakarta 2020

yang harus dipenuhi dan kalau tidak, akan terjadi kesulitan bahkan kematian. Mengurangi ketidaksamaan pendapatan dan kekayaan dalam masyarakat. Apabila terjadi perbedaan ekonomi yang mencolok antara yang kaya dan miskin akan mengakibatkan adanya sifat paling benci yang pada akhirnya melahirkan sikap permusuhan dan perpecahan dalam masyarakat. Meskipun demikian, Islam mengakui adanya perbedaan jumlah harta antar-individu dalam masyarakat. Karena itu, ada yang kaya dan ada pula yang miskin, tetapi jurang pembeda di antara mereka tidak boleh terlalu lebar sehingga mengakibatkan disintegrasi sosial.