

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Saluran distribusi

Distribusi adalah proses menyalurkan barang dan jasa dari produsen kepada target konsumen. Saluran distribusi untuk *consumer product market*, perantara yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah pengecer (Oparilova, 2009). Distribusi yang efektif akan memperlancar arus atau akses barang sehingga konsumen dapat diperoleh kemudahan untuk memperoleh produknya.

Kegiatan suatu perusahaan yang merupakan garis depan yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah pemasaran. Salah satu kegiatan pemasaran yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah saluran distribusi. Saluran distribusi adalah kumpulan organisasi yang saling bergantung yang terlibat dalam proses membentuk produk atau layanan tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Perusahaan di dalam mendistribusikan barangnya dapat menggunakan salah satu atau lebih dari cara penyaluran. Anggota saluran distribusi terdiri dari produsen, badan usaha yang bergerak dalam usaha pendistribusian produk. Konsumen saluran distribusi membantu memperlancar baik pergerakan fisik dan produk maupun pergerakan hak milik dari produk tersebut. Saluran penting dalam saluran distribusi yaitu (Lubis, 2004)

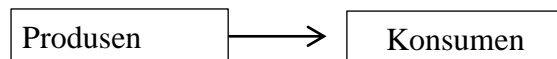
- 1) Saluran distribusi merupakan jalur yang di pakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih.
- 2) Saluran mengalihkan kepemilikan produk baik secara langsung maupun tidak langsung dan produsen kepada konsumen.
- 3) Saluran distribusi bertujuan untuk mencapai pasar tertentu. Jadi pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran.
- 4) Saluran distribusi merupakan suatu kesatuan dan melaksanakan sistem kegiatan (fungsi) yang lengkap dalam menyalurkan produk.

Saluran distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperluas (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan) (Tjiptono, 2008).

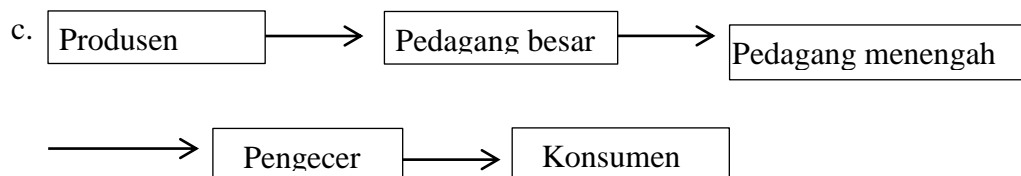
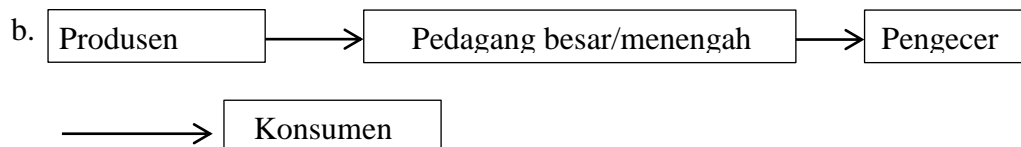
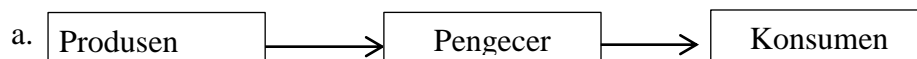
Suatu perusahaan dapat menentukan penyaluran produknya melalui pedagang besar atau distributor, yang menyalurkan ke pedagang menengah dan subdistributor dan meneruskannya ke pengecer (*retailer*), yang menjual produk itu kepada pemakai atau konsumen. Perusahaan langsung dapat menjual produknya kepada pedagang menengah atau subdistributor maupun pengecer serta konsumen besar dalam keadaan khusus tertentu.

Mata rantai penyalur ini dikenal dengan saluran distribusi, yang dimaksud dengan saluran distribusi adalah lembaga yang memasarkan produk berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Saluran distribusi memiliki 2 pola yang dapat dibedakan atas saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung dapat dilihat pada gambar 2.

1) Saluran langsung



2) Saluran tidak langsung



Gambar 2. Pola saluran distribusi

Saluran distribusi dibedakan menjadi jenis saluran distribusi untuk barang konsumsi, untuk barang industri, dan untuk barang jasa. Ketiga jenis barang tersebut tentunya memerlukan saluran distribusi yang berbeda karena memang pasar yang dituju berbeda (Stanton, 2012). Saluran distribusi jenis dan segmen produk yang dipasarkan dapat dibedakan atas:

1. Saluran distribusi barang konsumsi penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang

tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada lima jenis saluran yang dapat digunakan.

a. Produsen - Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan yang paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah). Oleh karena itu saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

b. Produsen - Pengecer – Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama (Produsen- Konsumen), saluran ini juga disebut sebagai saluran distribusi langsung. Pengecer besar langsung melakukan pembelian kepada produsen. Adapula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif akhir ini tidak umum dipakai.

c. Produsen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar, kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

d. Produsen - Agen - Pengecer - Konsumen

Produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Menjalankan kegiatan perdagangan besar, dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

e. Produsen - Agen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

Saluran distribusi, sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.

2. Saluran distribusi barang Industri Saluran distribusi barang industri juga mempunyai kemungkinan atau kesempatan yang sama bagi setiap produsen untuk

menggunakan kantor/cabang penjualan. Kantor atau cabang ini digunakan untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya. Ada empat macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri. Keempat saluran distribusi itu adalah:

a. Produsen - Pemakai Industri

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek, dan disebut sebagai saluran distribusi langsung. Biasanya saluran distribusi ini dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan kepada pemakai industri relatif cukup besar seperti kapal dan pesawat terbang.

b. Produsen - Distributor Industri - Pemakai Industri

Produsen barang-barang jenis perlengkapan operasi dan aksesoris, dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya. Produsen lain yang dapat menggunakan distributor industri sebagai penyalurnya antara lain: produsen barang bangunan, produsen alat-alat untuk bangunan, dan sebagainya.

c. Produsen - Agen - Pemakai Industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru lebih suka menggunakan agen.

d. Produsen - Agen - Distributor Industri - Pemakai Industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya terlalu kecil untuk dijual secara langsung. Selain itu faktor penyimpanan pada saluran perlu dipertimbangkan pula. Dalam hal ini agen penunjang seperti agen penyimpanan sangat penting peranannya.

Saluran distribusi untuk jasa. Untuk jenis saluran distribusi jasa ada dua macam yaitu :

a. Produsen - konsumen

Karena jasa merupakan barang tidak berwujud maka proses produksi dan aktivitas penjualannya membutuhkan kontak langsung antara produsen

dan konsumen. Tipe saluran langsung ini banyak dipergunakan oleh jasa jasa profesional, seperti akuntan, konsultan.

b. Produsen – agen – konsumen

Penjualan jasa juga sering menggunakan agen sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, seperti jasa angkutan, travel dan sebagainya.

2.1.1 Pestisida

Pestisida adalah semua zat kimia atau bahan lain serta jasad renik dan virus yang dipergunakan untuk: memberantas atau mencegah hama-hama dan penyakit-penyakit yang merusak tanaman atau hasil-hasil pertanian, memberantas rerumputan, mematikan daun dan mencegah pertumbuhan tanaman atau bagian-bagian tanaman, tidak termasuk pupuk, memberantas atau mencegah hama-hama luar pada hewan-hewan peliharaan dan ternak, memberantas dan mencegah hama-hama air, memberikan atau mencegah binatang-binatang dan jasad-jasad renik dalam rumah tangga, bangunan dan alat-alat pengangkutan, memberantas atau mencegah binatang-binatang yang dapat menyebabkan penyakit pada manusia atau binatang yang perlu dilindungi dengan penggunaan pada tanaman, tanah dan air (Djojosumarto, 2008).

Berdasarkan banyaknya jenis jasad pengganggu yang mengakibatkan fatalnya hasil pertanian, pestisida dapat dikelompokkan dan diklasifikasikan menjadi beberapa jenis sesuai dengan sasarannya. Jenis pestisida berdasarkan sasaran yang akan dikendalikan dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Jenis pestisida berdasarkan sasarannya

No	Pestisida	OPT sasaran
1	Insektisida	Hama : serangga
2	Fungisida	Penyakit : fungi (jamur) atau cendawan
3	Bakterisida	Penyakit : bakteri
4	Nematisida	Hama : nematoda
5	Akarisida/Mitisida	Hama : tungau, caplak, dan laba-laba
6	Rodentisida	Hama : binatang pengerat misalnya tikus
7	Molluskisida	Hama : molluska yaitu siput telanjang, siput setengah telanjang, sumpil, bekicot, dan trisipan
8	Herbisida	Gulma atau tumbuhan pengganggu

(Wudianto, 2001)

Pestisida yang dipasarkan terdiri atas berbagai bahan yang dicampur menjadi suatu campuran yang disebut formulasi. Formulasi dapat terdiri atas bahan aktif, pelarut, pembawa (*carrier*), surfaktan (*emulsi*), stabilizer, sinergis, pembasah, minyak-minyak (*emisifiable*), defoamer, agensia pematat, dan pewarna (Oka, 1995). Ada berbagai tipe formulasi pestisida yang dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Tipe formulasi pestisida

No	Formulasi	Keterangan
1	WP	Tepung larut dalam air (<i>wettabel powder</i>)
2	EC	Konsentrat teremulsi (<i>emulsifiable concentrate</i>)
3	CS	Kapsul suspensi (<i>capsule suspension</i>)
4	SC	Konsentrat suspensi (<i>suspension concentrate</i>)
5	OL	Cairan campuran minyak (<i>oil miscible liquid</i>)
6	GR	Granula (<i>granules</i>)
7	RB	Umpan (<i>bait – ready for use</i>)
8	CF	Lepas terkendali (<i>controlled release formulation</i>)

Sumber: (Oka, 1995)

Berdasarkan sasarannya pestisida terdapat beberapa jenis diantaranya adalah (Ismawan, 2009) :

a. Desinfektan atau saniter

Pestisida ini adalah golongan pestisida yang sering digunakan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan pestisida ini yang digunakan untuk pembersih lantai, sabun cuci tangan, sampai obat kumur. Desinfektan bersifat membunuh atau melembabkan micro organisme yang kerap kali menjadi penyebab utama penyakit pada manusia.

b. Herbisida

Herbisida merupakan senyawa kimia yang digunakan untuk mengendalikan, mematikan, atau menghambat pertumbuhan gulma tanpa mengganggu tanaman pokok. Herbisida juga merupakan suatu bahan atau senyawa kimia yang digunakan untuk menghambat pertumbuhan atau mematikan tumbuhan jenis pestisida yang memberantas gulma dan tanaman pengganggu yang tumbuh disela

tanaman utama (Sukmana, 2002). Bahan aktif yang terdapat pada herbisida diantaranya glisin, piridin dan fenikosin.

c. Insektisida

Pestisida ini jenis pestisida pembunuh serangga dan hama penyakit. Cara kerja insektisida terbagi atas sistemik, non sistemik, dan sistemik lokal sedangkan cara masuknya dibedakan menjadi racun lambung, racun kontak dan racun pernapasan. Bahan aktif yang digunakan dalam insektisida diantaranya avermektin, karbamat, karbasin 500EC dan perferkhtion 400EC.

d. Fungisida

Pestisida ini menghambat dan menghentikan pertumbuhan jamur (*meselium cendawan*), sehingga jamur mati karena tidak mendapat pijakan atau kehabisan nutrisi. Bahan aktif fungisida diantaranya trizol, proplant 722SL dan difenokonazol.

2.1.2 Herbisida

Herbisida merupakan suatu bahan atau senyawa kimia yang digunakan untuk menghambat pertumbuhan atau mematikan tumbuhan jenis pestisida yang memberantas gulma dan tanaman pengganggu yang tumbuh disela tanaman utama (Sukmana, 2002). Herbisida ini dapat mempengaruhi satu atau lebih proses-proses (seperti pada proses pembelahan sel, perkembangan jaringan, pembentukan klorofil, fotosintesis, respirasi, metabolisme nitrogen, aktivitas enzim dan sebagainya) yang sangat diperlukan tumbuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Herbisida bersifat racun terhadap gulma atau tumbuhan pengganggu juga terhadap tanaman. Herbisida yang diaplikasikan dengan dosis tinggi akan mematikan seluruh bagian dari jumlah tumbuhan. Dosis yang lebih rendah, herbisida akan membunuh tumbuhan dan tidak merusak tumbuhan lainnya (Riadi, 2011).

2.1.3 Klasifikasi herbisida

Pemakaian herbisida dengan baik, perlu mengetahui herbisida tersebut dengan baik pula. Dilakukan penggolongan herbisida dengan tujuan untuk mempermudah pengenalan jenis herbisida yang banyak jenisnya. Penggolongan tersebut akan lebih mudah mendalami dan mengenal sifat masing-masing herbisida. Menurut sukmana, 2002 secara umum klasifikasi herbisida ada 4 yaitu :

1. Berdasarkan waktu aplikasi

Waktu aplikasi herbisida biasanya ditentukan oleh stadia pertumbuhan dari tanaman maupun gulma. Berdasarkan hal tersebut, maka waktu aplikasi herbisida terdiri dari :

- a. *Pre plant*, herbisida diaplikasikan pada saat tanaman belum ditanam, tetapi tanah sudah dioalah.
- b. *Pre emergence*, herbisida diaplikasikan sebelum benih tanaman atau biji gulma berkecambah. Perlakuan ini benih dari tanaman sudah ditanam, sedangkan gulma belum tumbuh.
- c. *Post emergence*, herbisida diaplikasikan pada saat gulma dan tanaman sudah lewat stadia perkecambahan. Aplikasi herbisida bisa dilakukan pada saat tanaman masih muda maupun sudah tua.

1. Berdasarkan cara aplikasi

Cara aplikasi herbisida ada 2 yaitu :

- a. Aplikasi melalui daun

Aplikasi melalui daun ada dua, yaitu :

- 1) Bersifat kontak : herbisida bersifat kontak ini hanya mematikan bagian yang berwarna hijau tumbuhan yang terkena semprotan. Herbisida mematikan bagian yang berwarna hijau ini cocok untuk mengendalikan gulma setahun, karena bila terkena akan menyebabkan mati secara keseluruhan. Contohnya : herbisida paraquat (*Gromoxone*) kerjanya menghambat proses fotosistem pada fotosintesis.
 - a) Herbisida kontak selektif : herbisida kontak selektif ini hanya membunuh satu beberapa spesies gulma.
 - b) Herbisida kontak non selektif : herbisida kontak non selektif ini dapat membunuh semua jenis tumbuhan yang terkena, terutama bagian yang berwarna hijau.
- 2) Bersifat sistemik : berarti herbisida yang diberikan pada tumbuhan (gulma) setelah diserap oleh jaringan daun kemudian ditranslokasikan keseluruh bagian tumbuhan tersebut misalnya : titik tumbuh, akar, rimpang, dan lain-lain, sehingga tumbuhan/gulma tersebut akan mengalami kematian total. Contoh : *Touchdown neo 480SL*, *Calaris 550 SC*.

b. Aplikasi melalui tanah

Umumnya herbisida yang diberikan melalui tanah adalah herbisida bersifat sistemik. Herbisida ini disemprotkan ke tanah, kemudian diserap oleh akar dan ditranslokasikan bersama aliran transpirasi sampai ke "*side of action*" pada jaringan daun dan menghambat proses pada photosystem II pada fotosintesis. Contohnya : golongan Triazine, Uracil, Urea, dan Ioxynil

2. Berdasarkan bentuk molekul

Berdasarkan bentuk molekulnya, herbisida dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Herbisida anorganik merupakan suatu herbisida yang tersusun secara anorganik (Riadi, 2011). Contohnya :

- 1) Ammonium sulfanat, akan memperpanjang masa dormansi sampai cadangan karbohidrat dan gula menjadi habis dan menyebabkan kematian.
- 2) Ammonium sulfat, menyebabkan peningkatan nilai PH pada cairan tubuh tumbuhan yang terkena ammonium, yang menyebabkan tumbuhan cepat mati. Ammonium juga beracun pada protoplasma sel.
- 3) Ammonium tiosianat, menyebabkan racun pada sel tumbuhan, menghambat enzim katalase dan mengkoagulasikan protein.
- 4) Kalsium sianamida dapat mengkoagulasikan protein sel.
- 5) Tembaga sulfat, nitrat, dan ferro sulfat, tembaga sulfat dapat melemahkan kerja dan menyebabkan protein mengendap.

b. Herbisida organik merupakan suatu herbisida yang tersusun secara organik (Riadi, 2011). Contohnya :

1) Amida.

Amida digunakan untuk mengendalikan kecambah gulma semusim, khususnya dari golongan rumputan. Herbisida ini lebih aktif bila diaplikasikan pada permukaan tanah sebagai herbisida pratumbuh. Mekanisme kerja utama herbisida yang tergolong dalam kelas amida adalah mempengaruhi sintesa asam nukleat dan protein. Butaklor, pretilaklor, alaklor, dan propanil termasuk dalam kelas amida ini.

- 2) Bipyridilium. Herbisida yang termasuk dalam golongan ini umumnya herbisida pasca tumbuh, tidak aktif apabila diaplikasikan lewat tanah dan tidak selektif. Paraquat dan diquat adalah contoh herbisida yang termasuk

dalam kelas ini. Tumbuhan yang terkena herbisida akan menampilkan efek bakar dalam waktu relatif singkat dan diikuti dengan peluruhan daun. Cahaya, oksigen, dan klorofil adalah prasarana utama yang diperlukan untuk menunjukkan efek racun tersebut. Contoh diquat dan paraquat : *Gramoxone* mengandung bahan aktif paraquat sebanyak 20%. Senyawa paraquat dikenal sebagai racun kontak umum. Menurut formulatnya semua tumbuhan hijau dapat dibunuhnya. Kenyataannya lumut yang tumbuh di batu tahan terhadapnya. Padahal lumut itu tumbuhan rendah, ada yang bersel satu saja. Mungkin fotosintesisnya tidak menghasilkan elektron. Paraquat sendiri tidak habis terpakai. Oleh karena itu paraquat dapat dikatakan sebagai katalisator organik. Tidak mengherankan kita, bila 1 liter produk paraquat di dalam 500 liter air dapat menghanguskan rumput seluas satu lapang sepak bola. Elektron diperoleh dari hasil samping fotosintesis. Proses fotosintesis mutlak bergantung pada sinar/cahaya. Jadi, tenaga untuk membuat herbisida H₂O₂ secara tidak langsung berasal dari matahari.

3) Dinitroanilin

Butralin dan pendimentalin termasuk dalam golongan herbisida dinitroanilin. Herbisida tersebut akan aktif bila diaplikasikan ke tanah sebelum gulma tumbuh atau berkecambah. Pola kerja herbisida dinitroanilin adalah sebagai racun mitotic yang menghambat perkembangan akar dan tajuk gulma yang baru berkecambah.

3. Berdasarkan cara kerja.

Berdasarkan cara kerjanya, menurut (Tjitrosoedirdjo, 1984) klasifikasi herbisida dibagi menjadi dua, yaitu :

- a. Kontak dan ditranslokasikan : herbisida kontak dikenal juga sebagai *caustic herbisides*, karena adanya efek bakar yang terlihat, terutama pada konsentrasi yang tinggi seperti asam sulfat, besi sulfat, dan tembaga sulfat. Reaksi sel ini tidak spesifik, biasanya memperlihatkan denaturasi dan pengendapan protein. Dengan larutnya membran sel maka seluruh konfigurasi sel dirusak karena membran dari kloroplas juga rusak dan sel itu akan mati. Paraquat dikenal juga sebagai herbisida kontak, molekul herbisida ini menghasilkan radikal hidrogen peroksida yang memecahkan

membran sel dan merusak seluruh konfigurasi sel seperti umumnya herbisida kontak

b. Herbisida menurut mekanisme kerja

Beberapa proses metabolisme tanaman yang diengaruhi oleh herbisida antara lain :

- 1) Herbisida yang menghambat fotosintesis
- 2) Penghambatan perkecambahan
- 3) Penghambatan pertumbuhan
- 4) Penghambatan respirasi/oksidasi

2.1.4 Faktor faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi

Saluran distribusi ditentukan oleh pola pembelian konsumen, sehingga sifat daripada pasar merupakan faktor penentu yang mempengaruhi dalam pemilihan saluran oleh perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi adalah sebagai berikut (Nickels,2012) :

1. Pertimbangan Pasar

a. Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

b. Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relative kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

c. Konsentrasi pasar secara geografis

Secara geografis pasar dapat dibagi ke dalam beberapa konsentrasi seperti industri kecil, industri kertas, dan sebagainya.

d. Jumlah pesanan

Volume penjualan dari sebuah perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap saluran yang dipakainya. Jika volume yang akan dibeli oleh pemakai industri tidak begitu besar atau relatif kecil, maka perusahaan

dapat menggunakan distributor industri (untuk barang – barang jenis perlengkapan operasi).

e. Kebiasaan dalam membeli

Kebiasaan membeli dari konsumen akhir dan pemakai industri sangat berpengaruh pula terhadap kebijaksanaan dalam penyaluran. Termasuk dalam kebiasaan membeli antara lain kemauan untuk membelanjakan uangnya, tertariknya pembeli dengan kredit, lebih senang melakukan pembelian yang tidak berkali-kali, dan tertariknya pada pelayanan penjual.

2. Pertimbangan barang

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dari segi barang antara lain :

a. Nilai unit

Jika nilai unit dari barang yang dijual relatif rendah maka produsen cenderung untuk mengadakan saluran distribusi yang panjang, tetapi sebaliknya, jika nilai unitnya relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.

b. Besar dan berat barang

Manajemen harus mempertimbangkan ongkos angkut dalam hubungannya dengan nilai barang secara keseluruhan dimana besar dan berat barang sangat menentukan.

c. Mudah rusaknya barang

Jika barang yang yang dijual mudah rusak, maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara. Jika ingin menggunakan maka harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan yang cukup baik.

d. Sifat teknis

Beberapa jenis barang industri seperti instalasi, biasanya disalurkan secara langsung kepada pemakai industri. Dalam hal ini produsen harus mempunyai penjual yang dapat menerangkan berbagai masalah teknis penggunaan dan pemeliharannya. Mereka juga harus dapat memberikan pelayanan, baik sebelum, maupun sesudah penjualan. Pekerjaan semacam ini jarang sekali bahkan tidak pernah dilakukan oleh pedagang besar/grosir.

e. Barang standard dan pesanan

Jika barang yang dijual berupa barang standard, maka dipelihara sejumlah persediaan pada penyalur. Demikian sebaliknya, kalau barang dijual berdasarkan pesanan, maka penyalur tidak perlu memelihara persediaan.

f. Luasnya product line

Jika perusahaan hanya membuat satu macam barang saja, maka penggunaan pedagang besar sebagai penyalur adalah baik. Tetapi, jika macam barangnya banyak, maka perusahaan dapat menjual langsung kepada pengecer.

3. Pertimbangan perusahaan

a. Sumber pembelanjaan

Penggunaan saluran distribusi langsung atau yang pendek biasanya memerlukan jumlah dana yang lebih besar. Oleh karena itu saluran distribusi pendek ini kebanyakan hanya dilakukan oleh perusahaan yang kuat dibidang keuangannya. Perusahaan yang tidak kuat kondisi keuangannya akan cenderung menggunakan saluran distribusi yang lebih panjang.

b. Pengalaman dan kemampuan manajemen

Biasanya perusahaan yang menjual barang baru, atau ingin memasuki pasaran baru, lebih suka menggunakan perantara. Hal ini disebabkan karena umumnya cara perantara sudah mempunyai pengalaman, sehingga manajemen dapat mengambil pelajaran dari mereka.

c. Pengawas saluran

Faktor pengawasan saluran kadang-kadang menjadi pusat perhatian produsen dalam kebijaksanaan saluran distribusinya. Pengawasan akan lebih mudah dilakukan jika saluran distribusinya pendek. Jadi yang ingin mengawasi penyaluran barangnya cenderung memilih saluran yang pendek walaupun ongkosnya tinggi.

d. Pelayanan yang diberikan oleh penjual

Jika produsen ingin memberikan pelayanan yang lebih baik, seperti membangun ruang peragaan, mencari pembeli untuk perantara, maka akan banyak perantara yang bersedia menjadi penyalurnya.

4. Pertimbangan perantara

Dari segi perantara, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara

Jika perantara ingin memberikan pelayanan yang lebih baik, misalnya dengan menyediakan fasilitas penyimpanan, maka produsen akan bersedia menggunakannya sebagai penyalur.

b. Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan sebagai penyalur, apabila ia dapat membawa barang produsen dalam persaingan, dan selalu mempunyai inisiatif untuk memberikan usul tentang barang baru.

c. Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen

Kalau perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen, misalnya resiko turunnya harga, maka produsen memilihnya sebagai penyalur. Hal ini dapat memperingan tanggung jawab produsen dalam menghadapi berbagai macam resiko.

d. Volume penjual

Dalam hal ini produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan barangnya dalam volume yang besar untuk jangka waktu yang lama.

e. Ongkos

Jika ongkos dalam penyaluran barang dapat lebih ringan dengan digunakannya perantara, maka hal ini dapat dilaksanakan terus.

2.2 Fungsi–fungsi Distribusi

Distribusi termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997). Fungsi adalah pekerjaan/jabatan yang dilaksanakan, tindakan/kegiatan perilaku, atau juga dapat berarti kategori bagi aktivitas-aktivitas (Komarudin, 1994). Berdasarkan kedua pengertian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa fungsi saluran distribusi adalah

aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan anggota saluran distribusi dalam memindahkan barang dari produsen ke konsumen dan menciptakan kegunaan produk tersebut bagi konsumen. Beberapa fungsi utama yang dilaksanakan oleh anggota saluran distribusi antarlain: informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan risiko, fisik, pembayaran, dan kepemilikan (Kotler, 2002).

1. Informasi

Sejumlah informasi, dapat diukur seberapa jauh kepentingan pembeli, penjual atau lembaga lain dalam saluran distribusi (Dharmmesta, 1999). Beberapa informasi penting yang dikumpulkan oleh saluran distribusi:

a. Pelanggan

Informasi mengenai pelanggan yang perlu dikumpulkan oleh anggota saluran distribusi: kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan. Beberapa informasi tentang pelanggan dapat diperoleh melalui: wawancara, kuesioner, survei, dan sumber informasi lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997).

b. Pesaing

Informasi pesaing yang dapat dikumpulkan oleh anggota saluran distribusi: strategi pemasaran pesaing, apa yang menjadi sasaran, bagaimana cara bereaksi terhadap strategi persaingan yang mungkin digunakan (Kotler dan Armstrong, 1997).

2. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Kotler dan Armstrong, 1997). Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memilih bentuk-bentuk promosi yang tepat agar tujuan promosi dapat dicapai.

3. Negosiasi

Negoisasi adalah saluran pemasaran mencapai kesepakatan tentang harga dan syarat-syarat lain sehingga transfer kepemilikan atau kepemilikan dapat dilakukan (Kotler dan Armstrong, 2003). Fungsi negoisasi yang dilaksanakan anggota saluran distribusi berhubungan dengan usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal lain sehubungan dengan penawaran, sehingga

perpindahan hak kepemilikan dapat dilaksanakan. Negoisasi yang dilakukan dengan pengecer adalah negoisasi pembelian, negoisasi pembayaran dan negoisasi pengiriman.

4. Pemesanan

Pemesanan adalah komunikasi saluran kebelakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran pemasaran ke produsen (Saladin, 2002). Pada fungsi ini, anggota saluran distribusi memproses kebutuhan dari pelanggan dan mengirimkan informasi tersebut kepada rantai pasokan melalui sistem informasi logistik.

5. Pembiayaan

Pembiayaan adalah saluran pemasaran memperoleh dana untuk membiayai persediaan pada tingkat yang berbeda dalam saluran pemasaran (Kotler dan Armstrong, 2003). Fungsi pembiayaan berhubungan dengan permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya dari saluran distribusi. Fungsi pembiayaan ini merupakan salah satu faktor untuk tersedianya produk di saluran distribusi, maka anggota saluran distribusi perlu memperhatikan dasar pembentuk biaya distribusi (McDaniel dan Keegan, 1999):

- a. Fasilitas: keputusan tentang fasilitas berkaitan dengan persoalan seberapa banyak gudang dan pabrik yang harus didirikan dan dimana gudang tersebut harus ditempatkan.
- b. Persediaan: keputusan seperti seberapa banyak persediaan yang harus disimpan, dimana disimpan, dan seberapa besar pesanan yang harus dilakukan adalah hal-hal yang penting.
- c. Transportasi: aspek penting dari transportasi berkaitan dengan hal-hal seperti model transportasi yang akan digunakan, apakah akan membeli atau menyewa (*leasing*) kendaraan, bagaimana menyusun jadwal pengiriman, dan seberapa sering melakukan pengiriman.
- d. Komunikasi: komunikasi melibatkan bidang sistem pemrosesan pesanan, sistem penagihan, dan sistem perkiraan kebutuhan. Untuk itu diperlukan sejumlah biaya dalam pelaksanaannya.
- e. Unitisasi: cara suatu produk dikemas dan kemudian diakumulasikan kedalam unit yang lebih besar (misal, satu beban palet) dapat berpengaruh pada keekonomisan distribusi.

6. Pengambilan Risiko

Anggota saluran distribusi mengambil beberapa risiko yang berhubungan dengan pendistribusian produk dari perusahaan sampai kepada konsumen akhir. Pengambilan risiko anggota saluran distribusi berhubungan dengan perkiraan mengenai risiko sehubungan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi (Saladin, 1996).

7. Fisik

Anggota saluran distribusi mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir. Fungsi fisik yang dilaksanakan anggota saluran distribusi berhubungan dengan penyimpanan barang dan transportasi (Saladin, 1999). Fungsi penyimpanan menciptakan faedah atau kegunaan waktu karena melakukan penyesuaian antara penawaran dan permintaannya. Saluran distribusi umumnya memilih suatu model transportasi berdasarkan beberapa kriteria:

- a. Biaya (*cost*): jumlah total yang dibebankan suatu pengangkut tertentu untuk memindahkan produk dari asalnya ke tujuannya.
- b. Waktu transit (*transit time*): waktu total suatu pengangkut memiliki barang, meliputi waktu yang diperlukan untuk menjemput dan mengirim barang, menangani, dan memindahkan dari tempat asal ke tujuan akhir.
- c. Keterandalan (*reliability*): konsistensi dengan mana pengangkut mengirimkan produk tepat waktu dan kondisi yang dapat diterima.
- d. Kemampuan (*capability*): kemampuan pengangkut untuk memindahkan barang tertentu, seperti barang yang harus diangkut dalam suatu lingkungan yang terkontrol.
- e. Jangkauan (*accessibility*): kemampuan pengangkut dalam memindahkan barang melalui jalur atau jaringan khusus.
- f. Penelusuran (*traceability*): kemudahan relatif dimana suatu pengiriman dapat ditemukan lokasinya dan dialihkan.

8. Pembayaran

Saluran pemasaran menyediakan pembayaran pembeli atas tagihan melalui bank dan lembaga keuangan lainnya. Berikut ini terdapat cara pembayaran yang dapat disediakan oleh saluran distribusi kepada pelanggan (Purwosutjipto, 1992).

Berikut ini terdapat dua cara pembayaran yang dapat disediakan oleh saluran distribusi kepada pelanggan (Purwosutjipto, 1992):

- a. Cara *Cash Payment*, yaitu pembayaran yang dilakukan oleh pembeli secara tunai kepada anggota saluran distribusi.
- b. Cara kredit, yaitu anggota saluran distribusi memberi kredit kepada pembeli, yang harus dibayar kembali oleh pembeli dalam jangka waktu tertentu seperti yang telah ditentukan dalam perjanjian jual-beli barang.

9. Kepemilikan

Kepemilikan yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga lain. Fungsi ini sangat penting karena fungsi inilah yang paling menentukan apakah barang sudah sampai ke konsumen akhir atau belum. Jika barang sudah sampai ke tangan konsumen akhir, maka pelaksanaan kegiatan saluran distribusi dari perusahaan sampai ke konsumen akhir sudah dapat dikatakan selesai (Saladin, 2002).