YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SALURAN DISTRIBUSI USAHA KECIL MENENGAH (UKM)

(Survey Pada Keripik Pisang "Inoey" Di Kota Tembilahan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyusunan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Progaram Studi Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau

SILVIA FEBRIANI
NPM : 157210713

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

PEKANBARU

2019

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur atas kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada penulis untuk dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan lancar. Semoga ilmu yang didapat oleh penulis selama masa perkuliahan dapat memberikan manfaat bagi diri sendiri, keluarga maupun di masyarakat. Sholawat dan salam tak lupa pula penulis ucapkan kepada junjunagan ayakni Nabi Muhammad S.A.W dengan ucapak Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad dan Skripsi ini juga diajukan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau dengan judul "**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menangah (UKM) Survey Pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan**"

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak terdapat kekurangan, baik dari segi tata bahasa, dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran perbaikan demi kesempurnaannya

Pada kesempatan yang baik ini, tak lupa penulis menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya baik secara langsung ataupun tidak langsung atas segala dukungan, bantuan, bimbingan, pengarahan, nasehat, dan pemikiran dari

berbagai pihak selama proses studi dan juga selama proses pembuatan Skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan rasa terimakasaih sedalam-dalamnya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr H. Syafrinaldi SH, MCL, yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan ini.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau, Bapak Dr. H. Moris Adidi Yogia, M.Si karena selalu mendukung dan menjadi motivator saya menyelesaikan studi dengan tepat waktu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. H. Panca Setyo Prihatin,S.IP.,M.Si selakau pembantu dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau
4. Bapak La Ode Syarfan, SE. M.Si, Selaku Ketua Progran Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
5. Bapak Arief Rifa'I, S.Sos., M.Si selaku Pembimbing I
6. Bapak La Ode Syarfan, SE. M.Si selaku Pembimbing II
7. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu Dosen Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau yang dalam hal ini tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama di bangku perkuliahan dengan mendidik dan memberikan segala dorongan serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Usulan Penelitian ini

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

8. Bapak, Ibu serta karyawan-karyawati Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau
9. Ibu Pimpinan Kripik Pisang Inoey Tembilahan yang telah membantu Usulan Penelitian ini dengan meberikan data-data yang diperlukan oleh penulis.
10. Kepada Ayahanda dan Ibunda tersayang atas curahan kasih sayang, untaian doa, serta motivasi yang tiada henti-henti nya diberikan kepada penulis yang tak ternilai harganya bagi penulis. Terimakasih atas semua yang telah engkau berikan, tak akan aku kurangi bakti dan cintaku kepadamu, dan hanya Allah SWT lah yang mampu membalasnya.
11. Teman-teman seperjuangan angkatan tahun 2015. Terimakasih telah mebantu memberikan masukan dan saran-saran kepada penulis.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon serta bimbingan, bantuan, pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan selama ini akan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan balasan yang layak dari Allah SWT, Amin Yarabbal Alamin

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 9 Oktober 2019

Silvia Febriani

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

DAFTAR ISI ..... **vi**

DAFTAR TABEL ..... **viii**

DAFTAR GAMBAR ..... **ix**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **x**

SURAT PERNYATAAN ..... **xi**

ABSTRAK ..... **xii**

ABSTRACT ..... **xiii**

BAB I : PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 11
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 11

BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR **13**

A. Studi Kepustakaan 13
B. Kerangka Pikir 33
C. Konsep Operasional 35
D. Operasionalisasi Variabel 36
E. Teknik Pengukuran 39

BAB III : METODE PENELITIAN **43**

A. Tipe Penelitian 43
B. Lokasi Penelitian 43
C. Populasi dan Sampel 43

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

D. Teknik Penarikan Sampel 44
E. Jenis dan Sumber Data 44
F. Teknik Pengumpulan Data 45
G. Teknis Analisis Data dan Uji Hipotesis 46
H. Jadwal Kegiatan Penelitian 47
I. Rencana Sistematika Laporan Penelitian 48

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN 50

A. Sejarah Singkat Perusahaan 50
B. Struktur OrganisasiPerusahaan 51
C. Fungsi dan Tugas Organisasi 52
D. Proses Pengolahan Kripik Pisang Inoey 54
E. Visi dan Misi 55

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden 56
B. Analisis Faktor-Faktor yang Mepengaruhi Saluran Distribusi pada UKM Survey pada Kripik Pisang Inoey 58

BAB VI : PENUTUP 75

A. Kesimpulan 75
B. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA 77

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

I.1 : Jumlah Produksi dan Penjualan Keripik Pisang Inoey 8

I.2 : Harga Keripik Pisang Inoey 8

I.3 : Tempat yang menjadi Saluran Distribusi Keripik Pisang Inoey 9

II.1 : Penelitian Terdahulu 32

II.2 : Operasional Variabel 38

III.1: Jadwal Kegitan Penelitian 47

V.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

V.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Umur 57

V.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 57

V.4 : Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pertimbangan Pasar 59

V.5 : Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pertimbangan Barang 63

V.6 : Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pertimbangan Perusahaan. 66

V.7 : Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pertimbangan Perantara 69

V.8 : Rekapitulasi Tanggapan Responden 73

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

II.1 : Kerangka Pikir Pada Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distibusi Usaha Kecil Menengah (UKM) Survey pada Kripik Pisang Inoey..... 34

IV.1 : Struktur Organisasi 52

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Halaman

1 : Daftar Wawancara untuk pemilik usaha Kripik Pisang Inoey 79

2 : Daftar Wawancara untuk tempat yang menjadi pendistribusian kripik pisang inoey 81

3 : Daftar Kuesioner untuk tempat yang menjadi pendistribusian kripik Pisang Inoey 85

4. Rekap Telly Jawaban Responden dari Tempat yang menjadi Pendistribusian Kripik Pisang Inoey..... 91

5. Foto Dokumntasi Hasil Observasi Penelitian 93

6. SK Dekan Fisipol Uir Nomor : 823/UIR-Fs/Kpts/2018 tentang PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING PENUISAN SKRIPSI 101

7. Surat Rekomendasi Nomor : 439/E-UIR/27-FS/2019 Tentang permohonan rekomendasi riset kepada dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu provinsi riau..... 102

8. Surat Rekomendasi Nomor : 503/DPMPTSP/NON-IZIN-RISET/21843 Dari dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu provinsi riau 103

9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi Skripsi No. 1781/A_UIR/5-FS/2019 104

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Peserta Ujian Konferhensif Skripsi yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Silvia Febriani

NPM : 157210713

Program Studi : Administrasi Bisnis

Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)

Judul usulah Penelitian : Analisis Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) Survey pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan

Atas naskah yang di daftarkan pada ujian konferehensip beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa, naskah Skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri (tidak plagiat) yang saya tulis dan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah
2. Bahwa, keseluruhan persyaratan administratif, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Fakuktas dan Universitas
3. Bahwa, apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti secara sah bahwa saya ternyata terbukti melanggar atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan atas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya akan meyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil konferehensif yang telah saya ikuti serta sanksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI

Dengan pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran tanpa tekanan dari pihak manapun juga

Pekanbaru, 9 Oktober 2019

Pelaku Pernyataan

Silvia Febriani

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SALURAN DISTRIBUSI USAHA KECIL MENENGAH (UKM) SURVEY PADA KRIPIK PISANG INOEY DI KOTA TEMBILAHAN

ABSTRAK

Silvia Febriani

Kata Kunci : Saluran Distribusi

Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi saluran distribusi pada kripik pisang inoey. Indikator yang digunakan ialah pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan, pertimbangan perantara. Lokasi penelitian ini berada di kios kripik pisang inoey di kota tembilahan , dengan menggunakan metode penelitan kuantitatif. Jenis dan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu terdiri dari data primer yang diperoleh menggunakan wawancara dan kuesioner serta data primer yang diperoleh dari Industri Kripik Pisang Inoey yang bersifat sebagai pendukung. Kemudian teknik yang digunakan yaitu teknik analisis deskriptif. Bedasarkan teknik analisis ini peneliti dapat menilai serta menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi saluran distribusi UKM Survey pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan berada pada kategori Baik

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ANALYSIS OF THE FACTOR AFFECTING DISTRIBUTION CHANNELS OF SMALL MEDIUM ENTERPRISES (SURVEY) IN INOEY BANANA CRYSTIC IN TEMBILAHAN CITY

ABSTRACT

Silvia Febriani

Keywords: Distribution Channels

This study aims to determine what are the factor that influence the distribution channel in Inoey banana chips. Indicators used are market considerations, consideration of goods, company considerations, consideration of intermediaries. The location of this research is in the Inoey banana chips kiosk in Tembilahan city, using quantitative research methods. The types and data collection techniques used are composed of primary data obtained using interviews and questionnaires as well as primary data obtained from the Pisang Inoey Kripik Industry which are of a supporting nature. Then the technique used is descriptive analysis technique. Based on this analysis technique the researcher can assess and conclude that the factor that influence the SME distribution channel Survey in Pisang Inoey Chips in Tembilahan City are in the Good category

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan didunia usaha semakin berkembang dan menyababkan semakin ketatnya persaingan antar satu dengan yang lain, hal ini yang membuat para pengusaha harus mampu untuk tetap bertahan didalam persaingan dan harus mampu membuat sesuatu yang lebih berbeda dibandingkan dengan yang lainnya karna pada dasarnya para konsumen memiliki kecenderungan untuk mencoba sesuatu yang baru atau yang menurutnya menarik.

Pada keadaan seperti ini tentu juga membuat para pelaku usaha Usaha Kecil Menengah (UKM) juga harus mampu untuk lebih baik lagi, Para pelaku bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki berbagai macam produk yang dihasilkan dan memilki kualitas produk yang baik. Hal ini dikarenakan agar pelaku usaha Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat bersaing di pasar, walaupun pelaku usaha ini hanya berstandar Usaha Kecil Menengah (UKM) tetapi mereka dapat memberikan aspek kualitas dan mutu barang di yang dihasilakan sebelum di jual kepasaran. Alasana para pelaku usaha Usaha Kecil Menengah (UKM) memperhatikan kualitas dan mutu dikarenakan mereka sadar bahwa sekarang para konsumen lebih pintar dan lebih teliti didalam memutuskan untuk membeli suatu produk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Usaha kecil menengah menjadi salah satu cara untuk dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat untuk mencapai kehidupan yang lebih layak. Masyarakat yang terjun menjadi pelaku bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) diharapkan dapat membantu untuk menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi angka pengangguran

Pada Pasal 1 pada undang-undang nomor 20 tahun 2008 terdapat defisini serta kriteria dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dalam undang-undang ini
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdir sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan milik anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dealam undang-undang ini
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi yang produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung ataupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana yang diatur dalam undang-undang ini

Pada pasal 6 dalam undang-undang nomor 20 tahun 2008 terdapat kriteria tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu :

1. Kriteria Usaha Mikro adalah :
    a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
    b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000
2. Kriteria Usaha Kecil adalah :
    a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000 sampai dengan Rp. 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
    b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000
3. Kriteria Usaha Menengah adalah :
    a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000 sampai dengan Rp. 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
    b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dalam hal ini kripik Pisang Inoey termasuk didalam kategori Usaha Mikro karena Kripik Pisang Inoey memiliki jumlah omset penghasilan rata-rata senilai Rp. 400.000.000 per tahun nya

Keberadaan para pelaku usaha Usaha Kecil Menengah (UKM) memberikan pengaruh yang cukup segnifikan terhadap perkembangan perekonomian. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha dapat menyerap tenaga kerja di tempat daerah masing-masing sehingga dapat membantu upaya pemerintah dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menimalkan pengangguran. Para pelaku usaha Usaha Kecil Menengah (UKM) dapat diharapkan berkambang dari waktu ke waktu

Pelaku usaha harus dapat bersaing dalam merebutkan pasar, maka dari itu jika pelaku usaha ingin berhasil dalam mencapai target penjualan diperlukan strategi penjualan yang tepat dalam memasarkan produk. Dalam hal ini tentu saja mengunakan strategi yang biasa disebut Bauran Pemasaran, salah satu unsur bauran pemasaran adalah distribusi (*place*), pada saluran distribusi ini harus dilalui sebelum produk sampai ketangan para konsumen

Ada terdapat salah satu masalah dibidang pemasaran yaitu mengenai distribusi barang yang akan sampai ketangan konsumen, melalui saluran langsung ataupun saluran tidak langsung. Hal ini dikarenakan produsen tidak hanya bertugas sebagai memproduksi suatu produk yang sebanyak mungkin akan tetapi juga produsen harus dapat memukirkan bagaimana cara untuk memasarkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

produk tersebut hingga sampai ketangan konsumen dan meraih pangsa pasar yang luas

Perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang ataupun jasa pasti akan memiliki masalah mengenai penyaluran barang agar dapat samapai ketangan para konseumen. Setiap Produsen berhak untuk menentukan kebijakan distribusi yang akan dipilih dan disesuaikan dengan jenis barang serta luasnya penjualan yang akan digunakan. Bila perusahaan berada pada arus persaingan yang semakin ketat maka perusahaan harus mengadakan penelitian terhadap pasarnya, penelitian pasar tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebutuhan serta selera konsumen

Perusahaan yang akan dapat dikatakan berhasil di dalam marketing jika perusahaan tersebut mampu untuk memasarkan produk-produknya secara luas dan merata. Umumnya kepadatan didalam sistem pendistribusian barang akan dapat banyak menimbulkan kesulitan baik di pihak konsumen maupun di pihak produsen. Kesulitan yang dialami oleh piahak produsen meliputi terganggunya penerimaan penjualan sehingga target penjualan yang telah ditetapkan sebelumnya tidak dapat terpenuhi. Tentunya pada Hal ini dapat menimbulkan arus pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan untuk melangsungkan kelanjutan pendistribusian produk tidak dapat diterapkan. Sedangkan kesulitan yang akan timbul dipihak konsumen ialah akan menyebabkan harga yang meningkat. Harga yang meningkat terjadi karena produk yang ditawarkan di pasar. Oleh karena itu sengatlah tepat apabila perusahaan memahami kebijakan distribusi yang akan digunakan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pemasaran dapat dikatakan juga sebagai bagian dari distribusi. Saluran distribusi pada umumnya merupakan prantara yang menjebatani anatara produsen dan konsumen. Sementara Perantara tergolong ke dalam dua golongan yaitu pedagang perantara dan agen perantara. Perbedaanya terletak pada aspek kepemilikan serta proses nagoisasi dalam pemindahan produk yang disalurkan

Saluran distribusi adalah meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang-barang hasil produksi suatu perusahaan dari produsen kepada para pembeli atau kepada para calon konsumen (Mursid, 85 ; 2014)

Walters (Dalam Swastha, 2008 : 286) meyatakan saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu

Saluran distribusi adalah meliputi semua kegiatan dalam pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampain barang dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (Tjiptono, 2008:185)

Seperti Keripik Pisang Inoey yang ada di daerah Tembilahan yang berdiri sejak 15 september 2009 hingga sekarang. Inoey merupakan sebuah usaha yang memproduksi keripik pisang sebagai produk utamanya dan banyak diminati dibandingkan dengan produk lain. kripik pisang sudah dikenal cukup lama di kota tembilahan, Kripik pisang merupakan salah satu cemilan atau makanan ringan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yang banyak di gemari oleh berbagai kalangan di masyarakat, apalagi kripik pisang tidak hanya dapat di jumpai pada hari-hari tertentu dan produknya dapat dengan mudah ditemui do berbagai tempat penjualan seperti di toko ataupun di syalawan

Keripik Pisang Inoey terletak di Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, inhil. Pemilik dari Inoey ini adalah Ibu Nurlelawati. Usaha Keripik Pisang ini didirikan oleh perorangan yaitu oleh ibu Nurlelawati yang pada awalnya hanya bermodalkan sebesar Rp. 1.500.000 dan sekarang sudah mampu berkembang lebih besar lagi dan mampu memproduksi lebih banyak lagi. Sejauh ini Keripik Pisang Inoey mampu mempertahankan kualitas peroduk yang dihasilkannya. Inoey saat ini memiliki pelanggan yang tetap yang telah mempercayai kualitas produk maupun harga yang dipasarkan nya

Usaha Keripik Pisang Inoey dibuat dari bahan alami tanpa adanya bahan pengawet dan pewarna tambahan ditambah dengan memiliki citarasa yang enak dan gurih ditunjang dengan harga yang ekonomis serta produk yang higenis. Bahan baku utama didalam pembuatan Keripik pisang ini ialah Pisang Tanduk pisang ini memiliki citarasa yang enak yang dapat membedakannya dengan pisang yang lain serta mudah untuk mendapatkannya dan harga nya relative murah, selain itu Keripik Pisang ini mampu bertahan hingga tiga bulan. Keripik pisang yang ditawarkan mempunyai banyak varian rasa yaitu keripik pisang rasa asin, keripik pisang rasa coklat, keripik pisang rasa balado, keripik pisang rasa manis. Peningkatan penjualan biasanya terjadi pada hari-hari tertentu misalnya pada

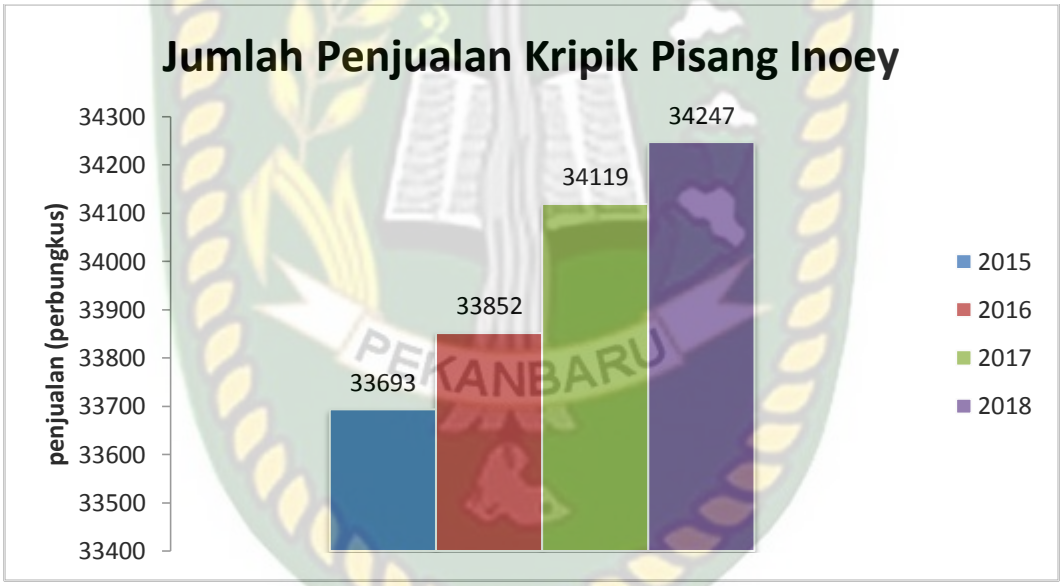
Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

musim libur, pada hari Raya. Pada hari-hari itu biasanya peningkatan penjualan bisa meningkat sebanyak dua kali lipat dibandingkan dengan hari-hari biasanya

Tabel 1.1 : Jumlah Produksi dan Penjualan Keripik Pisang Inoey Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, Inhil

No	Tahun	Penjualan (perbungkus)
1	2015	33.693
2	2016	33.852
3	2017	34.119
4	2018	34.247

Sumber : Keripik Pisang Inoey Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, Inhil



Dari tabel diatas dapat di pahami bahwa selama 4 tahun terakhir, volume pernjualan mengalami peningkatan, dimulai pada tahun 2015 jumlah penjualan mencapai 33.693 bungkus, di ikuti dengan tahun 2016 dengan penjualan mencapai 33.852 bungkus tentu ini terjadi peningkatan penjualan dari tahun sebelumnya. Peningkatan penjualan bukan hanya terjadi pada tahun 2015 dan tahun 2016 tetapi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

juga pada tahun 2017 dan tahun 2018. Tentu saja hal ini sangat derdampak positive bagi produsen

Keripik Pisang Inoey menawarkan harga yang relatif murah, Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 : Harga keripik pisang Inoey Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, inhil

No	Jenis	Berat	Harga
1	Bungkus Besar	290 gr	Rp. 21.000
2	Bungkus Kecil	150 gr	Rp. 12.000

Sumber : Keripik Pisang Inoey Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, Inhil

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa harga yang yang dijual adalah harga yang dijual pada konsumen, Harga tersebut sudah termasuk pada harga yang dijual oleh swalayan-swalayan. Disini untuk harga yang disalurkan pada swalayan-swalayan biasanya lebih murah dibandingkan dengan harga jual pada konsumen, harga-harga yang ditipkan pada swalayan ialah untuk Keripik Pisang jenis Ukuran Besar dipatok dengan harga Rp. 19.000.00 dan Keripik Pisang jenis Ukuran Kecil dipatok dengan harga Rp. 10.000.00

Selain itu dapat dilihat pada tabel berikut tempat yang menjadi penyaluran Keripik Pisang Inoey

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 1.3 : Tempat yang menjadi saluran Distribusi Keripik Pisang Inoey Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, inhil

No	Nama Tempat	Alamat
1	Kiky Swalayan	Jl. M. Boya
2	Gemilang Swalayan	Jl. M. Boya
3	ID Swalayan	Jl. Gunung Daek
4	Golden City Swalayan	Jl. Abdul Manaf
5	Green Apple Swalayan	Jl. Abdul Manaf
6	Gerry Swalayan	Jl. H. Arsyad Ahmad
7	Toko Jamilah	Jl. Trimas
8	Toko Nabilla	Jl. H. Sadri
9	Toko Sanjaya	Jl. Telaga Biru
10	Toko Pelangi	Jl. Kartini
11	Toko Amad	Jl. Gunung Daek
12	Toko Rezki Indah	Jl. Sudirman
13	Toko Ajeng	Jl. Tanjung Harapan
14	Toko Lisa	Jl. Batang Tuaka
15	Toko Indra	Jl. Sungai Beringin
16	Gemilang Swalayan II	Jl. Kartini
17	Mekar Swalayan	Jl. Baharudin Yusuf
18	Toko Makmur	Jl. Sudirman
19	Toko Cahaya	Jl. Tanjung Harapan
20	Toko Bintang	Jl. Batang Tuaka
21	Toko Akong	Jl. Trimas
22	Toko Alfa	Jl. Gunung Daek
23	Toko Anggi	Jl. Baharudin Yusuf
24	Toko Roro	Jl. Tanjung Harapan
25	Toko Dahlan	Jl. H. Sadri
26	Toko Matahari	Jl. Baharudin Yusuf
27	Toko Gunawan	Jl. Gunung Daek
28	Toko Berkat abadi	Jl. Baharudin Yusuf
29	Toko Imelda	Jl. Batang Tuaka
30	Toko Usup	Jl. Gunung Daek

Sumber : Keripik Pisang Inoey Jl. H. Sadri No. 41 Tembilahan, inhil

Dapat dilihat dari tabel tersebut Keripik Pisang Inoey hanya menyalurkan produknya pada swalayan serta toko-toko terdekat yang ada di Tembilahan, Hal ini dikarenakan untuk meminimalisasi adanya resiko kerugian. Jika distribusinya terlalu jauh maka kerugian yang akan ditanggung oleh pemilik maka dari itu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

saluran distribusi hanya dilakukan di dekat lokasi produksi. Selain menghindari resiko, keuntungan yang didapat dalam mendistribusikan ketempat-tempat terdekat adalah hemat nya waktu dan biaya serta proses pengawasan terhadap produk pun dapat dilakukan dengan mudah

Dari urain diatas dapat disimpulkan ada beberapa fenomena yang terjadi antara lain :

1. Saluran distribusi yang pendek menyebabkan penyaluran produk menjadi kurang efektif seperti kurang luasnya penyebaran produk sehingga produk sulit untuk di temukan oleh konsumen
2. Kurang banyak nya tempat pendistribusian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian. Pembahasan ini akan disajikan dengan judul :

“ **Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Pada Usaha Keripik Pisang Inoey di Tembilahan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka permasalahannya yang di rumuskan adalah “ **Apa saja faktor yang mempengaruhi saluran distribusi pada keripik pisang inoey di Tembilahan?”**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran distribusi pada Keripik pisang Inoey di Tembilahan

2. Kegunaan Penelitian

Sejalan dengan masalah kegunaan penelitian yang telah di uraikan sebelumnya, maka kegunaan ini adalah :

1. Secara Akademis, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara langsung bagi keputusan Departemen Ilmu Administrasi Bisnis FISIPOL UIR
2. Secara Teoritis, Penelitian ini diharapkan dapat menarik peneliti lain untuk meneruskan penelitian di bidang ilmu Adminstrasi Bisnis, khususnya penelitian tentang analisis faktor yang mempengaruhi saluran distribusi Usaha Kecil dan Menengah produk keripik pisang Inoey di Tembilahan
3. Secara Praktis, Penelitian ini dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi pihk terkait dalam bidang usaha khususnya di bidang saluran distribusi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Administrasi merupakan salah satu cabang dari ilmu social yang definisinya tidak terbatas. Dalam arti yang luas administrasi adalah proses kegiatan usaha kerja sama sekelompok orang secara terorganisasi untuk mencapai tujuan tertentu secara efisien

Menurut Siagian (2003:5) administrasi adalah keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

Administrasi sebagai fungsi menujukan keseluruhan dari tindakan dari sekelompok orang dalam satu kerja sama sesuai dengan fungsi-fungsi tertentu hingga tercapai tujuan. Fungsi yang satu terhubung dengan fungsi yang lainnya dalam suatu rangkaian tahapan aktivitas, fungsi-fungsi yang dimaksud dianggap sebagai basic process of administrasion yang terdiri dari :

1. Fungsi menentukan apa yang akan dilakukan (planning)
2. Menggolong-golongkan kegiatan yang akan dilakukan dalam suatu rangkaian hubungan (organizing)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Meyusun orang-orang yang tepat melakukan masing-masing jenis kegiatan (staffing)
4. Menggerakan dan memberi instruksi agar kegiatan berlangsung (directing) (silalahi. 2009:21)

Dapat disimpulkan bahwa administrasi merupakan penyusunan dan pencatatan informasi secara sistematis dengan bertujuan untuk menyediakan katerangan serta memudahkan memperolehnya kembali secara keseluruhan dan dalam hubungan yang sama.

2. Organisasi

Pengertian organisasi merupakan setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangkan pencapain suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/kelompok orang yang disebut bawahan.

Sedangkan menurut Dewi (2011:23) organisasi adalah kesatuan kerja yang disusun melalui peralatan sebagai wadah menjajakan kerja sama mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa organisasi memiliki ciri-ciri yaitu :

1. Adanya suatu tujuan
2. Adanya kegiatan yang berbeda-beda tetapi tetap antara satu dengan yang lain saling berkaitan
3. Adanya suatu kelompok orang yang dapat dikenal
4. Setiap anggota memberikan kontribusi tenaga dan usahanya
5. Adanya kewenangan, koordinasi dan pengawasan

Dengan adanya organisasi maka apa yang telah diremcanakan maupun langkash

langkah di dalam tujuan organisasi bisa dijalankan dengan efektif dan efisien, serta saling terkoordinasi antara satu dengan yang lain. Di dalam ilmu administrasi pada umumnya dikenal ada tiga jenis organisasi dalam di dalam masyrakat yang mempunyai tergantungan antara satu dengan yang lain, yaitu :

1. Organisasi public

   Organisasi ini bertujuan memberikan pelayanan kepada masyarakat tanpa mengharapkan keuntungan
2. Organisasi bisnis atau privat

   Organisasi bisnis yaitu organisasi yang memberikan pelayan kepada masyarakat tertentu dengan menargetkan sejumlah keuntungan
3. Organisasi nonprofit

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Manajemen

Manajemen menurut George R. Terry adalah sebuah proses yang khas, yang terdiri dari tindakan-tindakan: perencanaan, pengorganisasian, penggiatan dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah di tetapkan melalui pemanfaatan sumber daya dan sumber-sumber lain (2012 : 16)

Sedangkan menurut Siagian (2006:6) merupakan setiap bentuk persekutuan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian suatu tujuan yang telah ditentukan dalam ikatan yang terdapat seseorang/beberapa orang yang disebut atasan dan seorang/kelompok orang yang di sebut bawahan

Menurut Howard M. Carlisle manajemen merupakan proses pengintegrasian, pengkoordinasian dan pemanfaatan elemen-elemen untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan (2012 :17)

Dari beberapa definisi tentang manajemen maka dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen memiliki beberapa fungsi yaitu :

1. Perencanaan
2. Pengorganisasin
3. Pengarahan
4. Pengkoordinasian
5. Pengawasann

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kelima macam fungsi manajemen ini sangat penting di dalam menjalan semua kegiatan. Semua ini dimaksudkan agar kegiatan apapun yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sehingga tujuan yang telah ditetapkan daoat tercapai dengan baik.

4. Manajemen pemasaran

Menurut Philip Kotler (2008:7) Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditunjukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi. Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menentukan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar

Menurut William J. Stanton (2008:10) pemasaran adalah system keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukanuntuk merencanakan, menetukan harga, mempromosikan dan mendristibusikan barang dan jasa uang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada ,ataupun pembeli potensial

Sedangkan Menurut American marketing association (AMA) pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai (2003:7)

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemasaran kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan social bagi kelangsungan hidup perusahaan (2003:17)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang berhasilnya bisnis yang dilakukan, konsep pemasaran tersebut disusun dengan memasukan tiga elemen pokok yaitu :

- Orientasi konsumen/pasar/pembeli
- Volume penjualan yang menguntungkan
- Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan

5. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran mempunyai peranan yang cukup penting didalam pemasaran, hal ini karena bauran pemasaran memliki peran didalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk ataupub jasa yang ditawarkan

Menurut Kotler (2001 : 18) Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

Ada empat unsur bauran pemasaran menurut Kotler (2005 : 55) yaitu :

a. *Product* (Produk)

   Produk adalah segala suatu yang ditawarkan ke suatu pasar untukmemenuhi keinginan atau kebutuhan, sedangkan dalam makna sempit produk ialah sekumpulan atribut fisik yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat di identifikasi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b. *Price* (Harga)

Harga adalah sejumlah uang yang akan dibayarkan oleh konsumen atau pelanggan untuk mendapatkan suatu produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan yang belum terpuaskan

c. *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan, menginformasikan, berbagai keunggulan yang dimiliki suatu produk dan mempengaruhi target market untuk membeli produk tersebut

d. *Place* (Tempat/ distribusi)

Distribusi merupakan tempat termasuk berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat diperoleh dan tersedia begi konsumen pada waktu dan tempat dimanapun konsumen berada

6. Saluran distribusi

Distribusi adalah salah satu aspek dari pemasaran. Distribusi juga dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen

Saluran distribusi menurut David A. Revzan merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perentara dan akhirnya sampai pada pemakai (2008:285)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

American marketing association (AMA) menyatakan bahwa saluran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar dan pengencer, melalui sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan (2008:285)

Sedangkan menurut C. Glenn Walters saluran adalah sekolompok pedagan atau agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama suatu prosuk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu (2008:286)

Dari berbagai definisi diatas terdapat beberapa unsur penting yaitu :

1. Saluran merupakan sekolompok lembaga yang diantara berbagai lembaga yang mengadakan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan
2. Tujuan saluran distribusi saluran pemasaran adalah untuk mencapai pasar-pasar tertentu. Jadi pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran
3. Saluran distribusi memiliki dua kegiatan penting untuk mencapai tjuan perusahaan yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikannya

7. Fungsi dan arus saluran distribusi

Sebuah saluran pemasaran melakukan kerja dengan memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Saluran ini mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan kepemilikan yang memesahkan barang dan jasa dari yang akan digunakannya. Anggota-anggota dalam saluran pemasaran melakukan beberapa fungsi utama dan berpartisipasi dalam arus pemasran berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

a. Informasai : pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan potensial dan pelanggan saat ini, pesaing, dan pelaku dan kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran
b. Promosi : pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasive mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan
c. Negosiasi : usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat-syarat lain sehingga mengalihkan kepemilikan dapat dipengaruhi
d. Pesanan : komunikasi kebelakang yang bermaksud mengadakan pembelian oleh anggota saluran pemasaran kepada produsen
e. Pendanaan : penerimaan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan untuk menyediakan persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda
f. Pengambilan resiko : asumsi resiko yang terkait dengan pelaksanaan kerja saluran pemasaran
g. Kepemilikan fisik : gerakan penyimpangan dan pemindahan produk fisik mulai dari bahan mentah hingga produk jadi ke pelanggan
h. Pembayaran : pembeli yang membayar melalui bank dan lembaga keungan lainnya kepada penjual
i. Kepemilikan : pengalihan kepemilikan dari satu organisasi atau individu kepada organisasi atau individu lainnya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

8. Macam-macam Saluran Distribusi

Sebagai produsen pasti memiliki berbagai cara untuk dapat mendristibusikan barang ataupun jasa yang dihasilkan kepada pembeli, hal ini juga berlaku pada Sebuah perusahaan yang mungkin mendistribusikan barangnya secara langsung kepada konsumen walaupun dengan jumlah yang cukup besar, namun ada juga perusahaan lain yang mendristibusikan produk atau jasa nya lewat perantara. Dalam hal ini banyak perusahaan yang menggabungkan beberapa kombinasi saluran distribusi untuk mencapai segmen pasar yang berbeda

Saluran distribusi dapat dibedakan menjadi saluran distribusi untuk barang konsumsi dan untuk barang industri

1. Saluran distribusi barang konsumsi

Dalam penyaluran barang konsumsi ditunjukan untuk pasar konsumen, terdapat lima macam saluran. Pada setiap saluran produsen mempunyai alternatif yang sama untuk menggunakan kantor dan cabang penjualan selanjutnya produsen juga dapat menggunakan lebih dari satu pedagang besar, sehingga barang-barang dapat mengalir dari suatau pedang besar kepada pedegang lainnya. Adapun macam-macam saluran distribusi barang konsumsi adalah :

1. Produsen – Konsumen

Bentuk saluran distribusi yag paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perentara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

atau langsung mendatangi rumah konsumen (dari rumah ke rumah) oleh karena itu saluran distribusi ini disebut sebagai saluran distribusi langsung

2. Produsen - Pengencer – Konsumen

Seperti hanya dengan saluran yang pertama (produsen-kpnsumen) saluran ini juga dapat disebut sabagai saluran dstribusi langsung. Disini pengencer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengencer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternative ini tidak umum dipakai

Dalam hal ini Usaha Keripik Pisang Inoey menggunakan saluran distribusi secara langsung dengan alur distribusi yaitu dari produsen menuju ke pengencer kamudian hingga sampai ketangan konsumen, akan tetapi Usaha Keripik Pisang Inoey juga melayani pembelian secara encer kepada konsumen yang datang secara langsung ke toko milik sendiri. Hal ini dikarenakan produk yang dijual adalah produk yang berjeniskan produk konsumsi yang memiliki keterbatasan ketahanan pada produk itu sendiri. Jika sampai terjadi nya kerusakan pada produk itu saat sedang proses pendistribusian nya pada suatu tempat maka kerugian atas kerusakan itu akan ditanggung oleh produsen

3. Produsen – Pedagang Besar – Pengencer – Konsumen

Salauran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional, disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menjual kepada pengencer. Pembelian oleh pengencer dilayani oleg pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengencer saja

4. Produsen – Agen – Pengencer – Konsumen

Disini produsen memiliki agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditunjukan pada pengencer besar

5. Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengencer – Konsumen

Dalam saluran distribusi ini, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk meyalurkan barangnya kepada padagang besar yang kemudian menjualannya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam sakuran distribusi ini terutama agen penjualan

2. Saluran distribusi barang industry

1. Produsen – Pemakai Industry

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industry ini merupakan salurn yang paling pendek, dan disebut sebagai saluran distribusi langsung. Nasanya saluran distribusi langsung ini di pakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan kepada pemakai industry relative cukup besar. Saluran distribusi semacam ini cocok untuk barang-barang industry seperti : lokomotif, kapal, pesawatterbang, dan sebagainya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Produsen – Distributor Industry – Pemakai

Podusen barang-barang jenis perlengkapan operasi dan accessory equipment kecil dapat menggunakan distributor industry untuk mencapai pasarnya. Produesn lain yang dapat menggunakan distributor-distributor sebagai penyalurnya, anatara lain : produsen bahan bangunan dan sebagainya

3. Produsen – Agen – Pemakai Industry

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

4. Produsen – Agen – Distributor Industry – Pemakai Industry

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

9. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran

Produsen harus memperhatikan nerbagai macam faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusi. Faktor-faktor tersebut antara lain menyangkut : (1) pertimbangan pasar, (2) pertimbangan barang, (3) pertimbangan perusahaan, (4) pertimbangan perantara

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Pertimbangan Pasar

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar ini merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran. Beberapa faktor pasar yang harus diperhatikan adalah : (a) konsumen atau pasar industry, (b) jumlah pembeli potensial, (c) konsentrasi pasar secara geografis, (d) jumlah pesanan, (e) kebiasaan dalam pembelian

a. Konsumen atau Pasar Industry

apabila pasar nya berupa pasar industry, maka pengencer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasaranya berupa konsumen dan pasar industry, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran

b. Jumlah Pembeli Potensial

jika jumlah konsumen realatif kecil dalam pasaranya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai

c. Konsentrasi Pasar Secara Geografis

secara geografis pasar dapat debagi kedalam beberapa konsentrasi seperti industry tekstil, industry kertas, dan sebagainya. Untuk daerah konsentrasi yang mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi maka perusahaan dapat menggunakan distributor industry

d. Jumlah Pesanan

volume penjualan dari sebuah perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap saluran yang diapakinya. Jika volume yang dibeli oleh pemakain

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

industry tidak begitu besar atau relative kecil, maka perusahaan dapat menggunakan distributor industry (untuk barang-barang jenis perlengkapan industry)

e. Kebiasaan dalam Pembelian

kebiasaan membeki dari konsumen akhir dan pemakai industry sangat berpengaruh pula terhadap kebijaksanaan dalam penyaluran. Termasuk dalam kebiasaan membeli ini antara lain :

- kemauan untuk membelanjakan uangnya
- tertariknya pembelian dengan kredit
- lebih sering melakukan pembelian yang tidak berkali-kali
- tertariknya pada pelyanan penjual

2. Pertimbangan Barang

beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dari segi barang ini antara lain : (a) nilai unit, (b) besar dan berat barang, (c) mudah rusaknya barang, (d) sifat teknis, (e) barang standard dan pesanan, (f) luasnya produk line

a. Nilai unit

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

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b. Besar dan berat barang

Manajemen harus mempertimbsngksn ongkos angkuta dalam hubungannya dengan nilai barang secara keseluruhan di manan besar dan berat sangat menentukan. Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya sehingga terdapat beban tersebut dapat dialihkan kepada perantara. Jadi, perantara ikut menanggung sebagian dari ongkos angkut

c. Mudah rusaknya barang

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

d. Sifat teknik

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

e. Barang standard dan pemesanan

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

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

f. Luasnya product line

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

3. Pertimbnagn perusaahan

Pada segi perusahaan, beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah : (a) sumber pembelanjaan, (b) pengalaman dan kemampuan manajemen, (c) pengawasan saluran, (d) pelayanan yang diberikan oleh penjual

a. Sumber pembelanjaan

Penggunaan saluran distribusi langsung atau 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 keuangan nya akan cenderung menggunakan saluran distribusi yang lebih panjang

b. Penagalam dan kemampuan manajemen

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

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Pengawasan saluran

Faktor pengawasan saluran kadang-kadang menjadi pusat perhatian produsen dalam kebijaksanaan saluran distribusinya. Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bilamana saluran distribusinya pendek. Jadi perusahaan 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 etalase (reang peragaan), mencarikan pembeli untuk perantara, maka kan banyak perantara yang bersedia menjadi penyalurnya

4. Pertimbangan perantara

Pada segi perantara beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah : (a) pelayanan yang diberikan oleh perantara, (b) kegunaan perantara. (c) sikap perntara terhadap kebijaksanaan produsen, (d) volume penjualan, (e) ongkos

a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara

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

b. Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan sebagai panyalur apabila ia dapat mambawa barang produsen dalam persaingan, dan slalu mempunyai inisiatif untuk memberikan ususl tentang barang baru

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen

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

d. Volume penjualan

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

e. Ongkos

Jika ongkos dalam penyaluran barang dapat lebih ringan dengan digunakannyaperantara, maka hal ini dapat dilaksanakan terus

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1	Agung Hamsyah (2012)	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi distribusi roti pada Susi Bakery di bagan batu	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa Transportasi dan Pergudangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap distribusi roti Susy Bakery
2	Mela Apniza Putri (2017)	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi saluran distribusi usaha kecil menengah (UKM) (Survey pada kue bangkit "Syempana" di kota pekanbaru)	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian di ketehui bahwa perantara memberikan pengaruh yang besar di dalam pendistribusian produk
3	Suratmi (2012)	Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi distribusi pemasaran karet remah (crumb rubber) pada PT. Tirta sari surya rengat	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitan yang di peroleh bahwa Sarana Transportasi memiliki pengaruh yang dominan terhadap distribusi pemasaran karet remah (crumb rubber) pada PT. Tirta sari surya rengat

Sumber : Data Olahan 2018

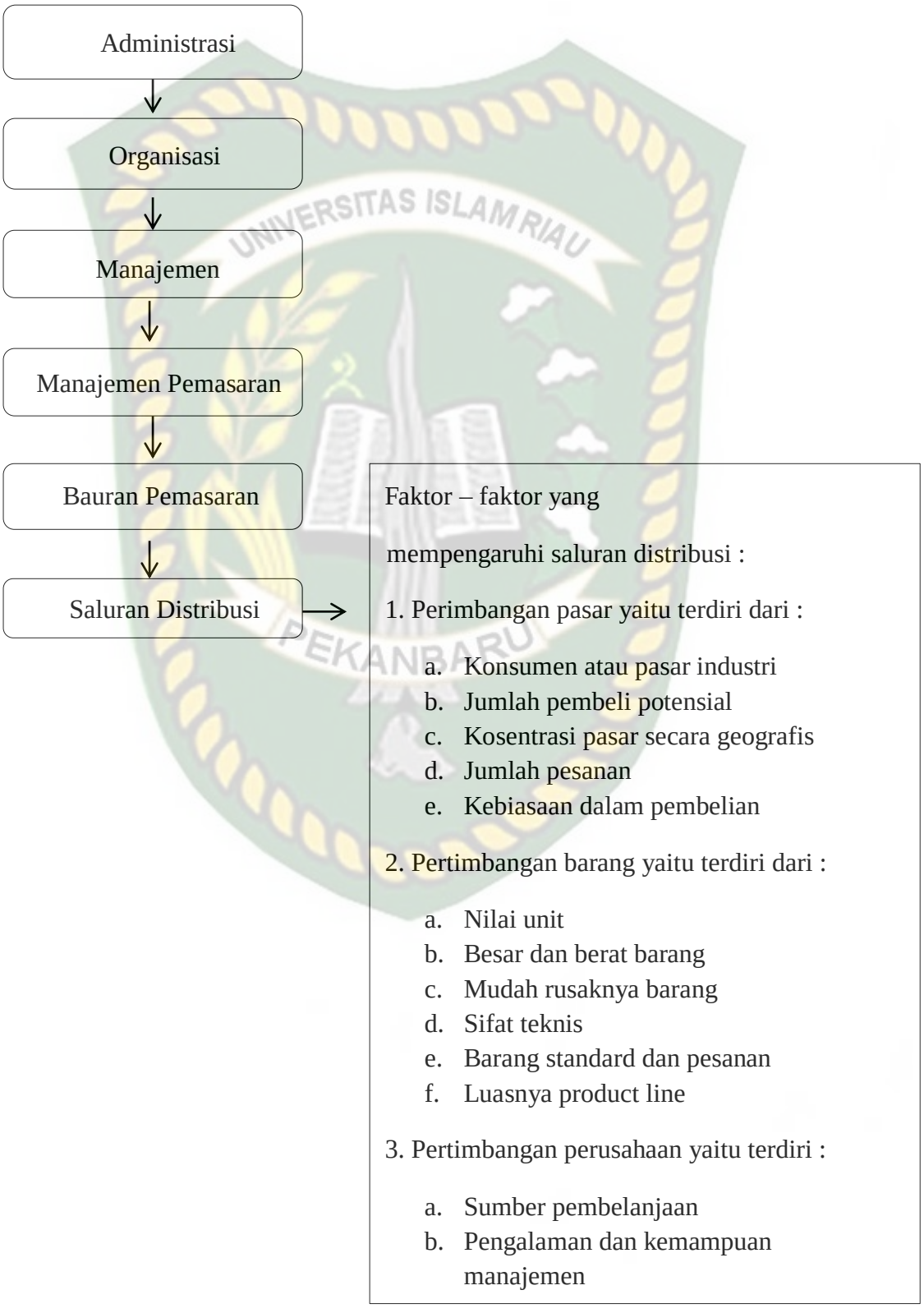
Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya dianlisa secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti. Salah satu objek yang berhubungan dengan saluran distribusi

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

GAMBAR II.1 Kerangka Pemikiran



Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Pengawasan saluran
d. Pelayanan yang diberikan oleh penjual

4. Pertimbangan perantara terdiri dari :

a. Pelayanan yang diberikan oleh perentara
b. Kegunaan perantara
c. Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen
d. Volume penjualan
e. Ongkos

Swastha (2008 : 299)

Sumber : Data Olahan Penelitian 2018

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

C. Konsep Operasional

Saluran distribusi yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah sarana untuk menyalurkan produk agar cepat sampai ke tangan konsumen

Untuk memberikan kesatuan pendapat maka perlu kiranya penulis mengemukakan konsep operasional yang merupakan konsep yang dipakai dalam proses penelitian yang dimaksud untuk menerhemahkan konsep teoritis yang ada sehingga terciptanya suatu pengertian didalam penelitian

Konsep-konsep penelitian yang dipakai terdiri dari :

1. Administrasi adalah proses kerja sama yang dilakukan oleh usaha kecil dan menengah (UKM) produk kripik pisang "Inoey" di Tembilahan baik kerja sama antara produsen meupun peyalur
2. Organisasi adalah sarana tempat orang bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan
3. Manajemen adalah suatu ilmu yang mengatur jalannya organisasi agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan
4. Manajemen pemasaran adalah sekolompok orang memperoleh apa yang dibutuhkan lewat menciptakan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain
5. Saluran distribusi adalah suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dalam menyalurkan produk yang dihasilkannya kepada konsumen dengan melalui penyalur

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

D. Operasional Variabel

Untuk memudahkan arah penelitian ini yaitu tentang saluran distribusi usaha kecil menengah yang terdiri dari satu variabel, maka dilakukan operasional variabel dangan skala ordinal yaitu skala yang didasarkan pada rangking diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang terendah atau sebaliknya (Sugiyono 2015;84)

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

TABEL. II.2 : Operasional Variabel Penelitian Pada Produk Keripik Pisang Inoey di Kota Tembilahan

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indilator
Saluran distribusi adalah meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang-barang hasil produksi suatu perusahaan dari produsen kepada para pembeli atau kepada para calon konsumen (Mursid, 85 ; 2014)	Saluran distribusi	A. Pertimbangan pasar	a. Jumlah pembeli potensial b. Jumlah pesanan
		B. Pertimbangan barang	a. Besar dan berat barang b. Mudah rusaknya barang
		C. Pertimbangan perusahaan	a. Pengawasan saluran b. Pelayanan yang diberikan oleh penjual
		D. Pertimbangan perantara	a. Pelayanan yang diberikan oleh perantara b. Volume penjualan

Sumber : Olahan Penelitian 2018

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

E. Teknik pengukuran

Dalam menganalisa faktor yang mempengaruhi saluran distribusi usaha kecil dan menengah produk Kripik pisang Inoey penelitian menggunakan teknik pengukuran skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomensa social ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian (sugiyono)

Options	**Bobot**
Baik	3
Cukup baik	2
Kurang baik	1

Variable saluran distribusi memiliki 4 indikator yaitu : pertimbangan barang, pertimbangan pasar, pertimbangan perusahaan, pertimbangan perantara.

Berdasarkan nilai yang ditetapkan dengan persentase baik 67% - 100% dan persentase baik cukup baik 34% - 66% dan dengan persentase kurang baik 0% - 33% dengan demikian penilaian terhadap variabel dinyatakan :

Baik : Apabila indikator pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan, pertimbangan yang diperoleh responden memperoleh persentase 67% - 100%

Cukup baik : Apabila indikator pertimbangan barang, pertimbangan pasar,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pertimbangan perusahaan, pertimbangan perantara yang diperoleh respondennya memperoleh persentase 34% - 66%

Kurang baik : Apabila indikator pertimbangan barang, pertimbangan pasar, pertimbangan perusahaan, pertimbangan perantara yang diperoleh responden, memperoleh persentase 0% - 33%

Untuk mengetahui masing-masing penilaian atas variable saluran distribusi yang terdiri dari 4 indikator yang dapat dilihat sebagai berikut :

1. Pertimbangan pasar

   Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 67% - 100%

   Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 34% - 66%

   Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 0% - 33%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Pertimbangan produk

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 67% - 100%

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 34% - 66%

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 0% - 33%

3. Pertimbangan perusahaan

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 67% - 100%

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 34% - 66%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 0% - 33%

4. Pertimbangan perantara

Baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 67% - 100%

Cukup baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 34% - 66%

Kurang baik : Apabila jumlah persentase yang diperoleh dari kuisoner mengenai indikator pertimbangan pasar berada pada interval 0% - 33%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang memberikan gambaran keadaan yang sebenarnya tentang apa yang didapat pada saat penelitian dengan menggunakan cara mengumpulkan data, mengklasifikasikan serta menganalisanya sehingga memproleh hasil yang sesuai dengan masalah penelitian

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah pengolahan produk Kripik Pisang yang di kelola oleh "Inoey" yang beralamatkan di Jl. H. Sadri Tembilahan. Alasan penulis melakukan penelitian dilokasi ini karena Usaha Kecil dan Menengah produk Kripik Pisang "Inoey" di Tembilahan merupakan salah satu dari beberapa Usaha Kecil dan Menengah yang ada di kota Tembilahan dan untuk mengetahui apasajakah faktor-faktor yang mempengaruhi didalam pendistribusian nya

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Sugiyono (2010) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel pada penelitian ini adalah distributor kripik pisang inoey dengan jumlah sebanyak 30 orang dan dengan metode *purposive sampling.*

D. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling. purposive sampling* yaitu teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative (Sugiono, 2010)

Dalam hal ini pertimbangan didalam penarikan sampel ialah sebagai berikut : distributor yang telah rutin dan distributor yang telah berkerjasama minimal selama 3 bulan yaitu sebanyak 30 distributor.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data untuk penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang berasal dari informasi yang diperoleh langsung dari penelitian responden terhadap indikator Saluran Distribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Produk Kripik Pisang “Inoey” di Tembilahan terdiri dari :

a. Pertimbangan pasar
b. Pertimbangan produk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Pertimbangan tentang perantara

d. Pertimbangan perusahaan

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari perusahaan tempat penelitian ini dilaksanakan yang bersifat mendukung analisis penelitian Saluran Distribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Produk Kripik Pisang "Inoey" di Tembilahan

F. Teknik dan Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data diperoleh penulis dari berbagai penetian yaitu sebagai berikut :

1. Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap responden untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan saluran distribusi dan mengamati secara langsung terhadap kinerja karyawan

2. Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab leangsung secara lisan kepada pemilik usaha, yang di anggap perlu guna mendukung data yang diperlukan

3. Kuesioner

Yaitu suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis memperlajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa responden

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

4. Dokumentasi

Yaitu pengumpulan data dengan cara mengambil data-data dari catatan, dokumentasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti atau mengambil gambar atau foto tempat penelitian

G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memusatkan perhatian secara insetif terhadap suatu objek tertentu kemudian dipelajari sebagai suatu kasus, dimana objek yang diteliti adalah Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil dan Menengah Produk Kripik Pisang Di Tembilahan ini penulis menganalisa data dengan menggunakan teknik deskriptif yaitu analisis dengan cara merumuskan dan mengurakan berdasarkan teori yang erat hubungan nya dengan masalah yang di dapat. Selanjutnya hasil analisis tersebut diambil beberapa kesimpulan serta diakhir dengan mengemukakan bebarapa saran yang dianggap perlu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

H. Jadwal Kegiatan Penelitian

Tabel : Perincian Jadwal Kegiatan Penelitian Tentang "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM) (Survey pada kripik pisang Inoey di Tembilahan)

No	Jenis kegiatan	Sept'18				Jan'19				Feb'19				Mar'19				Jul'19				Okto'19			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusnan UP																								
2	Seminar UP																								
3	Revisi UP																								
4	Revisi Kuisioner																								
5	Rekomendasi Survay																								
6	Survay Lapangan																								
7	Analisis Data																								
8	Penyusunan Laporan Hasil Penelitian (Skripsi)																								
9	Konsultasi Revisi Skripsi																								
10	Ujian konferehensif Skripsi																								
11	Revisi Skripsi																								
12	Pengadaan Skripsi																								

Sumber data : Modifikasi Penelitian 2018 – 2019

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

I. Rencana Sistematika Laporan Penelitian

Adapun sistematika penulisan usulan penelitian dalam bentuk skripsi ini akan dibahas dalam enam bab, di tiap-tiap bab mempunyai keterkaitan antar satu dengan yang lain yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dimulai dengan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian

BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIR

Pada bab ini merupakan landasan teoritis untuk dapat melakukan pembahasan skripsi lebih lanjut yang mana berbagai teori yang berhubungan dengan penelitian ini, selanjutnya akan diuraikan dengan kerangka piker, hipotesi dan konsep operasional

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berikan tentang mmetode pengumpulan data dan alat analisi yang diguanakan

BAB IV : DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang deskripsi umum perusahaan secara garis besar dan data-data yang akan dibahas sesuai permasalahan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V : ANALISIS DATA

Pada bab ini berisikan tentang pengolahan data dari hasil penelitian, data yang diperoleh di analisis berdasarkan teori-teori yang digunakan

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan bab-bab sebelumnya serta saran yang diharapkan akan bermanfaat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

Inoey merupakan industri yang bergerak dalam bidang pengolahan kripik Pisang ataupun bisa di sebut juga dengan makanan ringan, industri Inoey ini berdiri sejak tahun 2009 yang beralamat di Jl. H. Sadri No 41 Di Kota Tembilahan

Pada awal mula nya industri kecil ini tidak memiliki kios dan usaha ini bermulai dari usaha rumahan saja, namun dengan berkembangnya seiring waktu maka industri ini telah memiliki kios yang tetap. Kripik pisang Inoey ini dipimpin oleh Ibuk Nurlelawati yang memiliki peran sebagai pemilik perusahaan. Pada awalnya usaha ini hanya dilakukan oleh 1 orang saja yaitu ibuk Nurlelawati sebagai pemilik, namun sekarang usaha ini telah berkembang hingga sekarang memliki karyawan sebanyak 4 orang, yang terdiri dari 3 orang wanita dan 1 orang pria

Awal berdirinya usaha kripik pisang Inoey ini dikarenakan sang pemilik tidak memiliki perkerjaan yang tetap sehingga kebutuhan ekonomi sulit untuk terpenuhi hingga akhirnya mucul ide untuk membuat usaha kripik pisang ini, lagipula kripik pisang ini sangat banyak digemari khususnya oleh masyarakat kota tembilahan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut sang pemilik pemberian nama Inoey ini dikarenakan pemilik merasa ini merupakan nama yang unik dan tidak pasaran serta mudah diingat oleh orang-orang selain itu juga nama Inoey ini identik dengan nama orang pada suku banjar yang memang mayoritas penduduk di kota tembilahan adalah suku banjar

Jenis-jenis rasa yang di produksi oleh krpik pisang Inoey yaitu adalah rasa original, rasa pedas, rasa manis

Tujuan didirikannya industri Inoey :

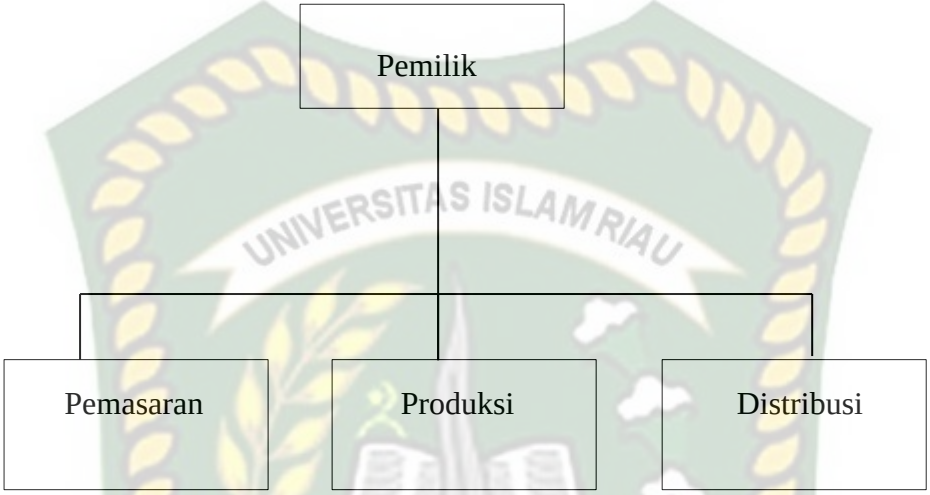
1. Menciptakan lapangan pekerjaan
2. Mencari keuntungan

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan tertentu didalam menjalalankan perusahaan nya, untuk mencapai tujuan tersebut makan diperlukan manajemen yang baik. Struktur organisasi merupakan suatu wadah dalam manajemen yang menetapkan dan membagi tugas pekerjaan yang dilakukan, pembatasan dan tanggung jawab serta wewang yang telah ditetapkan hubungan antara unsur-unsur organisasi. Sehingga memungkinkan untuk mencapai suatu tujuan yang ditetapkan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

GAMBAR 1V.1 : Struktur Organisasi Industri Keripik Pisang Ineoy di Kota Tembilahan



Sumber : Data Olahan Lapangan 2019

C. Fungsi dan Tugas Organisasi

Untuk dapat menjalankan suatu organisasi dibutuhkan orang-orang yang mampu memegang jabatan tertentu yang ada di dalam organisasi, setiap orang yang tergabung didalam organisasi memiliki tanggung jawab masing-masing, sehingga akan dapat memberikan kemudahan dalam pengawasan serta pengarahan dan mengevaluasi tugas yang terlaksana dari suatu pekerjaan. Adapun tugas-tugas serta tanggung jawab dari tiap-tiap orang yang berada didalam organisasi ialah :

1. Pemilik

Fungsi dari pemimpin atau bisa disebut juga dengan pemilik dalam organisasi yaitu sangat penting bagi kemajuan organisasi yang bersangkutan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tugas pemimipin atau pemilik perusahaan adalah sebagai berikut :

a. Bertangggung jawab sepenuhnya atas segala aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan
b. Membuat suatu kebijakan untuk memajukan perusahaan
c. Membina bawahan agar dapat bekerja secara efektif dan efesien
d. Menyusun suasana kerja yang baik
e. Menyusun manjeman secara baik

2. Pemasaran

Pemasaran memiliki fungsi yaitu untuk membawa kemajuan dari perusahaan

Tugas dari bagian pemasaran ialah sebagai berikut :

a. Bagian pemasaran bertugas menjalin hubungan baik dengan para konsumen serta memiliki peran sebagai penjembatani antara perusahaan dengan lingkungan eksternal
b. Bagian pemasaran bertugas untuk dapat menghasilkan pemasukan bagi perusahaan yaitu dengan mengguanakan cara menjual produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan

3. Produksi

Produksi memiliki fungsi yaitu sebagai menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dalam jangka waktu yang cepat dan tepat karena itu bagian produksi dapat menjalani perannya dengan baik perencaan produksi merupakan hal yang sangat penting

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tugas produksi ialah sebagai berikut :

a. Memiliki tanggung jawab terhadap bahan baku dan barang produksi
b. Memiliki tanggung jawab untuk membuat produk menjadi lebih unggul

D. Proses pengolahan produk Kripik Pisang Inoey

1. Siapkan bahan-bahan yang dibutuhkan sebagai berikut :
    a. Pisang Tanduk
    b. Garam
    c. Bumbu penyedap
    d. Minyak goring
    e. Kapur sirih
    f. Air bersih
2. Siapkan peralatan yang dibutuhkan seperti berikut:
    a. Parutan pisang
    b. Baskom
    c. Kuali
3. Cara pengolahan :
    a. Kupas semua kulit pisang lalu di iris menggunakan parutan pisang agar hasilnya bisa tipis
    b. Siapkan baskom/wadah yang besar lalu masukan air bersih
    c. Masukan kapur sirih ke dalam air dan aduk hingga rata
    d. Masukan pisang yang sudah teriris tipis ke dalam baskom/wadah, rendam kurang lebih hingga 1 jam

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

e. Siapkan baskom/wadah lainnya

f. Tiriskan pisang hingga air nya berkurang lalu masukan pisang kedalam baskom/wadah kemudian taburi garam

g. Goring pisang hingga warna nya berubah kecoklatan keemasan

h. Angkat dan kemudiah tiriskan

i. Lalu campurkan kripik pisang dengan bumbu penyedap

j. Kripik pisang siap untuk dipasarkan

E. Visi dan misi perusahaan

1. Visi

Menjadi industri yang dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dan dapat memnuhi kebutuhan pangan dengan produk yang berkualitas serta aman untuk dikonsumsi

2. Misi

a. Akan berusaha untuk selalu meningkatkan kualitas produk agar terus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

b. Memperkenalkan produk ke masyarakat luar daerah

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAAN

A. Identitas Responden

Identitas responden merupakan katerangan yang di peroleh oleh penulis dari responden dengan disebarkannya kuesioner yang berisikan mengenai jenis kelamin, umur, dan tingkat pendidikan. Untuk dapat lebih jelasnya maka dapat dilihat sebagai berikut :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat ditabel berikut :

Tabel V.1 : Jumlah responden berdasarkan jenis kalamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	10	33%
2	Perempuan	20	67%
Jumlah		**30**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden Laki-Laki berjumlah 10 orang dengan persentase sebanayak 33% dan untuk jumlah responden perempuan sebanyak 20 orang dengan persentase sebanyak 67%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respnden yang paling dominan adalah berjenis kelamin perempuan

2. Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan hasil penelitian karekteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat sebagai berikut :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel V.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Persentase (%)
1	20-30	13	43%
2	31-40	11	37%
3	>41	6	20%
Jumlah		**30**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berumur 20 hingg 30 tahun berjumlah 13 orang dengan persentase sebanyak 43%, untuk jumlah responden yang berumur 31 hingga 40 tahun berjumlah sebanyak 11 orang dengan persentase sebanyak 37% sesamgkan jumlah responden yang berumur diatas 41 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase sebanyak 20%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa respon yang paling dominan adalah yang berusia dalam rentang 20-30 tahun

3. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian karekteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel V.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMP	4	13%
2	SMA/SMK	21	70%
3	Stara 1	5	17%
Jumlah		**30**	**100%**

Sumber : Data Olahan 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan yaitu pada tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 orang yangmemiliki persentase sebanyak 14%, sedangkan pada tingkat pendidikan SMA/SMK berjumlah sebanyak 21 orang yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memiliki persentase sebanyak 70% dan responden yang berdasarkan tingkat pendidikan Starata 1 yaitu sebanyak 5 orang yang meimiliki jumlah persentase sebanyak 17%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan adalah yang berpendidikan SMA/SMK sederajat

B. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi saluran distribusi usaha kecil menengah (UKM) (survey pada kripik pisang Inoeydi Kota Tembilahan)

Distribusi dapat diakatan juga sebagai kegiatan yang dapat memberi kelancaran didalam penyampaian barang yang ditujukan untuk konsumen, tentu saja dengan adanya distribusi dapat memudah kan produsen untuk menjangkau pasar yang lebih besar lagi. Saluran distribusi merupakan suatu jalur yang dialalui arus barang-barang dari produsen ke perantara yang akhirnya sampai pada pembeli

Adapun yang menjadi pertimbangan adalah faktor-faktor distribusi yang meliputi pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan perusahaan dan pertimbangan perantara. Maka dari itu disini penulis akan menyampaikan bahan pertimbangan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Pertimbangan Pasar

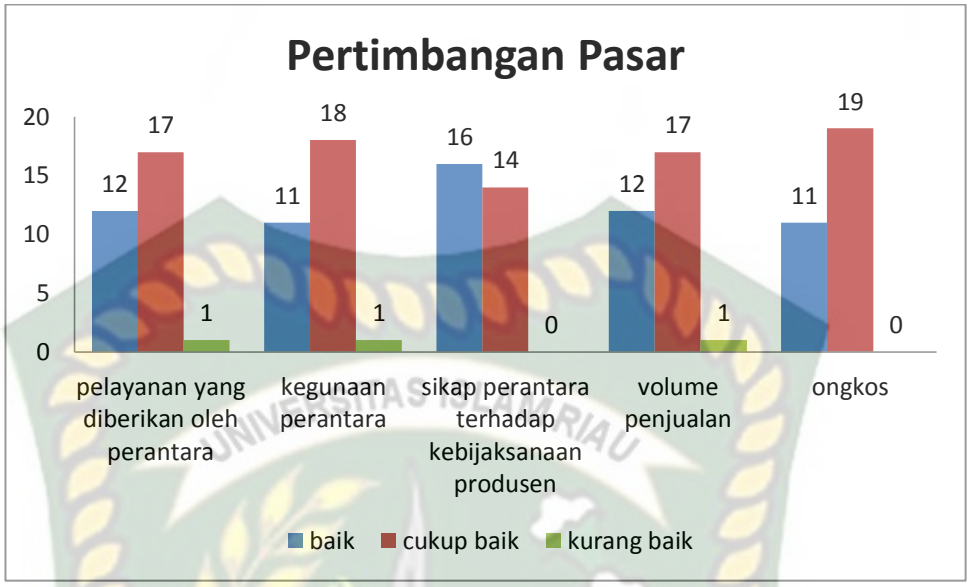
Pertimbangan pasar ialah Saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen maka dengan itu keadaan pasar merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran distribusi

Berikut merupakan tanggapan dari responden sebanyak 30 distributor yang mengisi kuesioner mengenai Pertimbangan Pasar pada Kripik Pisang Inoey di Kota Tembilahan :

Tabel V.4 : Tanggapan RespondenDistributor Terhadap Indikator Petimbangan Pasar Pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan

No	Item Yang Di Nilai	Kategori penilaian			Jumlah	Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik		
1	Konsumen pasar	14 (47%)	16 (53%)	- (0%)	30 (100%)	74
2	Jumlah pembeli potensial	12 (40%)	17 (57%)	1 (3%)	30 (100%)	71
3	Mudah atau tidak di jumpai produk kripik pisang inoey	11 (37%)	18 (60%)	1 (3%)	30 (100%)	70
4	Jumlah pesanan kripik pisang inoey	12 (40%)	18 (60%)	- (0%)	30 (100%)	72
5	Kebiasaan dalam membeli	14 (47%)	15 (50%)	1 (3%)	30 (100%)	73
Jumlah		**63**	**84**	**3**	**150**	**360**
Skor Maksimum						450
Skor Minimun						150
Skor Perolehan (%)						80%
Bobot						3
Kategori						**Baik**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Sumber : Olahan Data 2019

Dapat dilihat dari tabel diatas, pada item pertama mengenai pedagang yang menyatakan bahwa konsumen atau pasar industri kripik pisang inoey yang berada dalam kategori Baik sebanyak 47% atau sebanyak 17 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan Cukup Baik sebanyak 53% atau 16 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa konsumen atau pasar industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para pedagang, konsumen dan pasar industri kripik pisang inoey memiliki jangkauan pasar yang luas karena termasuk makanan ringan yang cocok dengan selera lokal maupun luar daerah.

Pada item kedua yaitu mengenai Jumlah Pembeli Potensial pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori Baik sebanyak 40% atau sebanyak 12 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan Cukup Baik yaitu sebesar 57% atau sebanyak 17 pedagang, dan yang menyatakan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Kurang Baik yaitu sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Jumlah Pembeli Potensial pada industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, Pada pasar industri makanan ringan seperti kripik pisang ini memiliki jumlah pembeli yang banyak dikarenakan makanan ini cocok untuk sehari-hari tanpa harus membeli pada saat-saat tertentu.

Pada item ketiga yaitu mengenai Konsentrasi Pasar Secara Geografis pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori Baik sebanyak 37% atau sebanyak 11 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan Cukup Baik yaitu sebesar 60% atau sebanyak 18 pedagang. Dan yang menyatakan Kurang Baik sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Konsentrasi Pasar Secara Geografis pada industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distirbutor, kripik pisang inoey ini cukup banyak terdapat di swalayan ataupun toko yang khususnya terletak didekat kota ataupun terletak di jalan yang besar, namun kripik inoey ini susah di temui jika berada di wilayah yang agak jauh dari kota.

Pada item keempat yaitu mengenai Jumlah Pesanan pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 40% atau sebanyak 12 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan Cukup Baik yaitu sebesar 60% atau sebanyak 18 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Jumlah Pesanan pada industri

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, produsen selalu mengatarkan produk sesuai dengan pesanan yang kadang-kadang ada distributor yang meminta produk pada jumlah tertentu, selain itu juga biasanya ada potongan harga untuk pengambilan pada jumlah tertentu sehingga distributor memiliki peluang untu mendapatkan keuntungan lebih besar lagi

Pada item kelima yaitu mengenai Kebiasaan dalam Pembelian pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 47% atau sebanyak 14 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 50% atau sebanyak 15 pedagang. Dan yang menytakan kurang baik sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Kebiasaan dalam Pembelian industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian cukup baik. Menurut para distributor, konsumen yang telah membeli produk kripik pisang inoey tidak ada komplen terhadap produk baik itu dari segi rasa dan segi produk

Berdasarkan hasil penelitian, diatas mengenai pertimbangan pasar kripik pisang inoey dapat disimpulkan bahwa kripik pisang inoey berada pada rentang 67%-100% dan masuk pada kategori Baik dengan nilai 80%. Hal ini menunjukan bahwa pola pembelian konsumen terhadap produk kripik pisang inoey terus meningkat sehingga menyebabkan volume penjualan para pedagang juga meningkat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Pertimbangan Barang

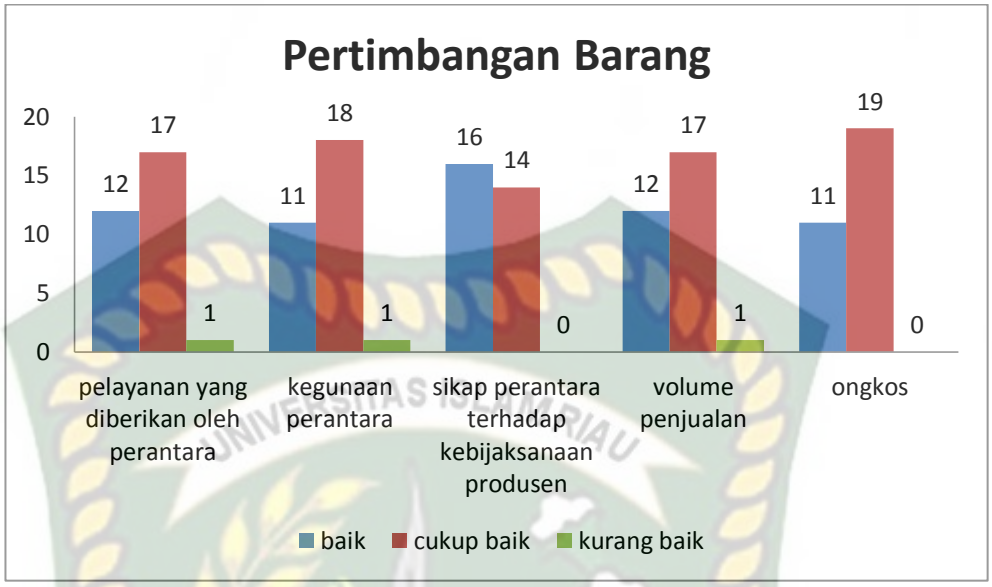
Pertimbangan Barang merupakan salah satu faktor penunjang dari keberhasilan saluran distribusi, dengan adanya pertimbangan barang maka akan memudah kan untuk mengetahui bahwa apakah barang itu sudah layak untuk dipasarkan serta apakah telah memenuhi standar produk yang baik untuk dikonsumsi oleh pembeli

Berikut merupakan tanggapan dari responden sebanyak 30 distributor yang mengisi kuesioner mengenai Pertimbangan Barang pada Kripik Pisang Inoey di Kota Tembilahan :

Tabel V.5 : Tanggapan RespondenDistributor Terhadap Indikator Petimbangan Barang Pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan

No	Item Yang Di Nilai	Kategori penilaian			Jumlah	Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik		
1	Nilai unit	18 (60%)	12 (40%)	- (0%)	30 (100%)	78
2	Besar dan berat barang	18 (60%)	11 (37%)	1 (3%)	30 (100%)	77
3	Mudah rusaknya barang	19 (63%)	8 (27%)	3 (10%)	30 (100%)	76
4	Barang standar dan pesanan	16 (53%)	12 (40%)	2 (7%)	30 (100%)	74
Jumlah		**71**	**43**	**6**	**120**	**305**
Skor Maksimum						360
Skor Minimun						120
Skor Perolehan (%)						85%
Bobot						3
Kategori						**Baik**

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :



Sumber : Data Olahan 2019

Dapat dilihat dari tabel diatas, pada item pertama mengenai Nilai Unit pada industri kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 60% atau sebanyak 18 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik sebanyak 40% atau 12 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Nilai Unit industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distirbutor, Harga Jual kripik pisang ini sangat ekonomis sehingga dapat produk ini dapat masuk ke jangkauan pasar yang luas.

Pada item kedua yaitu mengenai Basar dan Berat Barang pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 60% atau sebanyak 18 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 37% atau sebanyak 11 pedagang, dan yang menyatakan kurang baik yaitu sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Basar dan Berat Barang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distributor, Harga Jual seimbang dengan banyaknya produk yang didapat.

Pada item ketiga yaitu mengenai Mudah Rusaknya Barang pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 63% atau sebanyak 19 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 27% atau sebanyak 8 pedagang, dan yang menyatakan kurang baik yaitu sebanyak 10% atau 3 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Mudah Rusaknya Barang industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distirbutor, produk kripik pisang inoey memiliki ketahanan produk yang baik sehingga dapat tahan cukup lama asalkan kemasan tetap tertutup rapat, lagipula setiap pengataran produk ke distributor industri kripik pisang inoey selalu mengantar produk yang baru.

Pada item keempat yaitu mengenai Barang Standar dan Pesanan pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 53% atau sebanyak 16 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan Cukup Baik yaitu sebesar 40% atau sebanyak 12 pedagang, dan yang menyatakan kurang baik yaitu sebanyak 7% atau 2 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Barang Standar dan Pesanan industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, Standar Kualitas produk kripik pisang inoey cukup baik karena telah memiliki izin usaha selain itu juga produk

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

ini telah dijamin kehalalan nya ditambah dengan tidak adanya menggunakan bahan pengawat yang dapat membahayakan tubuh.

Berdasarkan hasil penelitian, diatas mengenai Pertimbangan Barang kripik pisang inoey dapat disimpulkan bahwa kripik pisang inoey berada pada rentang 67%-100% dan masuk pada kategori Baik dengan nilai 85%. Hal ini menunjukan bahwa konsumen sangat memperhatikan pada produk kripik pisang inoey

3. Pertimbangan perusahaan

Pertimbangan Perushaan merupakah salah satu faktor yang paling penting didalam menjalankan sakuran distribusi, bagi setiap usaha sangat penting untuk dapat menetapkan saluran distribusi apa yang digunakan baik itu saluran distribusi panjanng ataupun saluran distribusi pendek

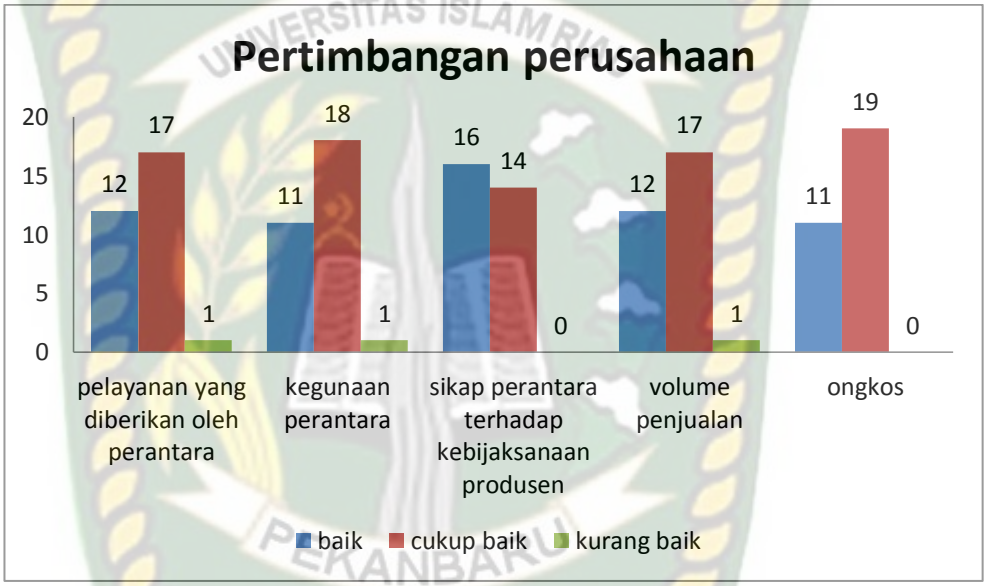
Berikut merupakan tanggapan dari responden sebanyak 30 distributor yang mengisi kuesioner mengenai Pertimbangan Barang pada Kripik Pisang Inoey di Kota Tembilahan :

Tabel V.6 : Tanggapan Responden Distributor Terhadap Indikator Petimbangan Perusahaan Pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan

No	Item Yang Di Nilai	Kategori penilaian			Jumlah	Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik		
1	Sumber pembelanjaan	12 (40%)	17 (57%)	1 (3%)	30 (100%)	71
2	Pengalaman dan kemampuan manajemen	16 (57%)	13 (43%)	2 (7%)	30 (100%)	74
3	Pengawasan saluran	15 (50%)	14 (47%)	1 (3%)	30 (100%)	74
4	Pelayanan	17	13	-	30	77

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	yang diberikan oleh penjual	(57%)	(43%)	(0%)	(100%)	
Jumlah		**60**	**56**	**4**	**120**	**296**
Skor Maksimum						360
Skor Minimun						120
Skor Perolehan (%)						82%
Bobot						3
Kategori						**Baik**



Sumber : Data Olahan 2019

Dapat dilihat dari tabel diatas, pada item pertama mengenai Sumber Pembelanjaan pada industri kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 40% atau sebanyak 12 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik sebanyak 57% atau 17 pedagang. Dan yang menyatakan kurang baik yaitu 3% atau sebanyak 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Sumber Pembelanjaan industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, dengan banyak nya modal

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yang dimiliki oleh industri kripik pisang inoey ini maka akan dapat memberi kelancaran didalam pendistribusian produk.

Pada item kedua yaitu mengenai Pengalaman dan Kemampuan Manajemen pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 53% atau sebanyak 16 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 40% atau sebanyak 12 pedagang, dan yang menyatakan kurang baik yaitu sebanyak 7% atau 2 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Pengalaman dan Kemampuan Manajemen kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distributor, produsen selalu rutin untuk mengecak produk ketempat yang menjadi saluran distribusinya.

Pada item ketiga yaitu mengenai Pengawasan Saluran industri pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 50% atau sebanyak 15 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 47% atau sebanyak 14 pedagang, dan yang menyatakan kurang baik yaitu sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Pengawasan Saluran industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distributor, produsen mengatar sendiri produk nya sehingga para distributor tidak perlu datang ke tempat produsen.

Pada item keempat yaitu mengenai Pelayanan yang Diberikan oleh Penjual pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 57% atau sebanyak 17 pedagang. Sedangkan pedagang yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

menyatakan cukup baik yaitu sebesar 43% atau sebanyak 13 pedagang, Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Pelayanan yang Diberikan oleh Penjual kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distributor, produsen dari kripik pisang inoey selalu menjaga hubungan relasi yang baik dengan para distributor,

Berdasarkan hasil penelitian, diatas mengenai Pertimbangan Perusahaan kripik pisang inoey dapat disimpulkan bahwa kripik pisang inoey berada pada rentang 67%-100% dan masuk pada kategori Baik dengan nilai 82%.

4. Pertimbangan Perantara

Perantara tentu saja sangat dapat membantu produsen didalam mendistribusikan produk nya

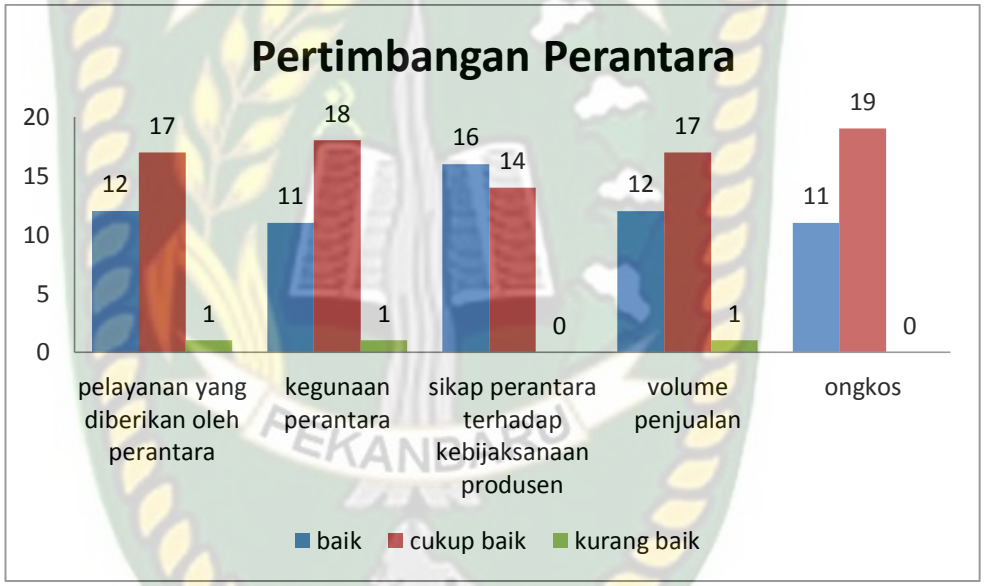
Berikut merupakan tanggapan dari responden sebanyak 30 distributor yang mengisi kuesioner mengenai Pertimbangan Barang pada Kripik Pisang Inoey di Kota Tembilahan :

Tabel V.7 : Tanggapan RespondenDistributor Terhadap Indikator Petimbangan Perantara Pada Kripik Pisang Inoey Di Kota Tembilahan

No	Item Yang Di Nilai	Kategori penilaian			Jumlah	Skor
		Baik	Cukup Baik	Kurang Baik		
1	Pelayanan yang diberikan oleh perantara	12 (40%)	17 (57%)	1 (3%)	30 (100%)	71
2	Kegunaan perantara	16 (53%)	14 (47%)	- (0%)	30 (100%)	73
3	Sikap perantara terhadap	11 (37%)	18 (60%)	1 (3%)	30 (100%)	70

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	kebijaksanaan produsen					
4	Volume penjualan	11 (37%)	19 (63%)	- (0%)	30 (100%)	71
5	Ongkos	12 (40%)	17 (57%)	1 (3%)	30 (100%)	71
Jumlah		**63**	**85**	**3**	**150**	**356**
Skor Maksimum						450
Skor Minimun						150
Skor Perolehan (%)						79%
Bobot						3
Kategori						**Baik**



Sumber : Data Olahan 2019

Dapat dilihat dari tabel diatas, pada item pertama mengenai Pelayanan yang Diberikan oleh Perantara pada industri kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 40% atau sebanyak 12 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik sebanyak 57% atau 17 pedagang. Dan yang menyatakan kurang baik yaitu 3% atau sebanyak 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Pelayanan yang Diberikan oleh Perantara industri kripik

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distirbutor, hal ini dikarenakan para distributor meletakan produk kripik pisang inoey pada tempat yang baik dan selalu membersihkan kemasan produk dari debu yang menempel.

Pada item kedua yaitu mengenai Kegunaan Perantara pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 53% atau sebanyak 16 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 47% atau sebanyak 14 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Kegunaan Perantara industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Baik. Menurut para distirbutor, adanya perantara sangat bagus untuk dapat lebih mempercepat proses penjualan.

Pada item ketiga yaitu mengenai Sikap Perantara terhadap Kebijakan Produsen pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 37% atau sebanyak 11 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 60% atau sebanyak 18 pedagang. Dan yang menytakan kurang baik sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Sikap Perantara terhadap Kebijakan Produsen industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, hal ini tentu saja dapat memberikan keuntungan satu sama lain dwngan adanya kebijakan yang tepat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada item keempat yaitu mengenai Volume Penjualan pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 37% atau sebanyak 11 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 63% atau sebanyak 19 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Volume Penjualan industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, jumlah pembeli pada kripik pisang inoey ini sudah cukup banyak sehingga colume penjualan semakin meningkat, walaupun per harinya tingkat penjualan tidak sama.

Pada item kelima yaitu mengenai Ongkos pada kripik pisang inoey yang berada dalam kategori baik sebanyak 40% atau sebanyak 12 pedagang. Sedangkan pedagang yang menyatakan cukup baik yaitu sebesar 57% atau sebanyak 17 pedagang. Dan yang menytakan kurang baik sebanyak 3% atau 1 pedagang. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa pada Ongkos industri kripik pisang inoey memiliki kategori penilaian Cukup Baik. Menurut para distributor, dengan adanya system pengantara produk yang dilakukan sendiri oleh produsen sehingga dapat menghemat biaya bagi distributor.

Berdasarkan hasil penelitian, diatas mengenai Pertimbangan Perantara kripik pisang inoey dapat disimpulkan bahwa kripik pisang inoey berada pada rentang 67%-100% dan masuk pada kategori baik dengan nilai 79%.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Untuk hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa faktor pertimbangan barang sangat dominan terhadap saluran distribusi kripik pisang inoey

Dari seluruh indikator diatas maka dapat membuat rekapitulasi dari keseluruhan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel V.8 : Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Seluruh Indikator

No	Item yang Dinilai	Total Skor	Skor Maksimal	Perolehan (%)	Bobot	Kategori
1	Pertimbangan Pasar	360	450	80%	3	Baik
2	Pertimbangan Barang	305	360	85%	3	Baik
3	Pertimbangan Perusahaan	296	360	82%	3	Baik
4	Pertimbangan Perantara	356	450	79%	3	Baik
Total		**1317**	**1620**	**326%**		
Rata-rata		**329**	**405**	**82%**	**3**	**Baik**

Sumber : Data Olahan 2019

Dapat disimpulkan dari data yang ada di atas bahwa saluran distribusi pada Kripik Pisang Inoey dapat dikategorikan Baik dengan total Skor 1317 dengan Persentase 82% dari 30 responden. Sedangkan indikator

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yang lebih dominan adalah faktor pertimbangan barang dengan persentase perolehan sebesar 85% terhadap saluran distribusi kripik pisang inoey, faktor pertimbangan barang memiliki jumlah perolehan yang lebih besar dibandingkan dengan pertimbangan pasar, pertimbangan perushaan, dan pertimbangan perantara

Faktor pertimbangan barang menjadi lebih dominan dikarenakan produsen sangat menjaga barang produksi agar mampu bersaing dipasaran serta menjaga standar produk nya baik itu dari segi rasa, segi ketahanan produk serta keseimbangan antara produk dengan harga jual

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut ini :

Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi pada kripik pisang inoey yaitu pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan, pertimbangan perantara. Indikator yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap saluran distribusi pada kripik pisang inoey yaitu pertimbangan barang. Hal ini dapat diketahui dari skor perolehan yaitu sebesar 85% dari 30 responden , sedangkan fakotr pertimbangan pasar memperoleh persentase sebesar 80%, faktor pertimbangan perusahaan memperoleh persentase sebesar 82%, faktor pertimbangan perantara memperoleh persentase sebesar 79%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

B. Saran

Adapun saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Kepada pemilik dari Kripik pisang inoey sebaiknya lebih memperhatikan para pesaing yang memiliki produk yang sama, hal ini dikarenakan produsen kripik pisang inoey akan dapat mengetahui kelemahan serta kelebihan dari produk pesaing sehingga produk yang diproduksi dapat lebih ditingkatkan lagi dari segi rasa maupun kualitas produk
2. Pada zaman serba online seperti saat ini akan lebih baik nya untuk mempromosikan produk di media-media social sehingga konsumen bukan hanya berasal dari kota yang sama melainkan dari luar kota juga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah. Thamrin dan Francis Tantri. 2015. *Manajemen Pemasaran.* Penerbit Rajawali Pers

Alma, Buchari. 2014, *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*, CV. Alfabeta. Bandung

Alqaf, Amrizal, 2012, Analisis Saluran Distribusi Sagu Mentah Pada PT. USAHA TANI Teluk pantaian Indragiri Hilir

Amstrong, Kotler, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran,* Edisi Kesembilan, Jilid I, PT. Indeks . Jakarta

Anoraga, Panji, 2011, *Pengantar Bisnis*, Bineka Cipta

Assauri, Sofjan, 2007, *Manajemen Pemasaran*, PT. Grafindo Persada, Jakarta

Assauri, Sofjan, 2004, *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran,* Rajawali Press, Jakarta

Azri, Muhammad, 2010, Analisis Saluran Distribusi Air Minum Mineral Merek Espro Pada PT. TIRTA ADI GUNA INDAH PEKANBARU

Buku pedoman penulisan, 2013, Fisipol UIR, Pekanbaru

Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. 2015. *Pengantar Manajemen (3 IN 1),* Mediatera

Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Distribusi*. Penerbit Graha Ilmu

Hamsyah, Agung 2012, Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi distribusi roti pada Susi Bakery di bagan batu

Karyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Teori, Drfinisi dan Konsep*

Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta. Penerbit Erlangga

Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta. Penerbit Erlangga

Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid II*. Jakarta. Penerbit Erlangga

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Machfeedz, Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta. Penerbit CV. ANDI OFFSET

Mulyono, 2012. *Manajemen administrasi dan organisasi pendidikan*

Nurwandi, Ahmad Yasril. 2013, Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi saluran distribusi cuka karet pada CV. Tapung raya tri tunggal air tiris

Putri, Mela Apniza 2017, Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi saluran distribusi usaha kecil menengah (UKM) (Survey pada kue bangkit "Syempana" di kota pekanbaru)

Siagian, P. Sondang. 2006. *Filsafat Administrasi* . PT. Bumi Aksara. Jakarta

Sudaryono. 2006. *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian*, CV. Alfabeta. Bandung

Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta Bandung

Sunyoto, Danang. 2015, *Prilaku Konsumen dan Pemasaran*. Caps, Yogyakarta

Sunyoto, Danang. 2015, *strategi pemasaran*. Caps, Yogyakarta

Suratmi 2012 , Analisis faktor – faktor yang mempengaruhi distribusi pemasaran karet remah (crumb rubber) pada PT. Tirta sari surya rengat

Swatsha, Basu ; Irawan, 2008, *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta

Swatsha, Basu ; Irawan, 2008, *Azas azas marketing*. Edisi ketiga, Liberty, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Pemasaran*. CV. Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Pemasaran Edisi III*. CV. Andi Offset, Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008, *Strategi Bisnis*. CV. Andi Offset, Yogyakarta

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :