

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Distribusi

Dalam usaha untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan di bidang pemasaran, setiap perusahaan melakukan kegiatan penyaluran. Penyaluran merupakan kegiatan penyampaian produk sampai ke tangan si pemakai atau konsumen pada waktu yang tepat. Beberapa pengertian mengenai saluran distribusi yang berkaitan dengan saluran distribusi oleh pakar di bidangnya sebagai berikut:

Menurut Tjiptono (2014:295), “Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk/jasa dari penjual ke pembeli akhir.”

Menurut Daryanto (2011:63) distribusi adalah “suatu perangkat organisasi yang saling bergantung dalam menyediakan satu produk untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen/pengguna”. Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli, bahwa distribusi adalah kegiatan menyalurkan barang/jasa dari produsen ke konsumen.

B. Jenis Saluran Distribusi

Menurut Stanton (2012:175) mengatakan ketiga jenis barang tersebut diatas, tentunya memerlukan saluran distribusi yang berbeda karena

memang pasar yang dituju juga berbeda. Atas dasar jenis dan segmen produk yang dipasarkan, jenis saluran distribusi dapat dibedakan atas:

1. Saluran Distribusi Barang

Konsumsi Penjualan barang konsumsi ditujukan untuk pasar konsumen, dimana umumnya dijual melalui perantara. Hal ini dimaksudkan untuk menekan biaya pencapaian pasar yang luas menyebar yang tidak mungkin dicapai produsen satu persatu. Dalam menyalurkan barang konsumsi ada lima jenis saluran yang dapat digunakan.

a. Produsen - Konsumen

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

b. Produsen - Pengecer – Konsumen

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

c. Produsen - Pedagang Besar - Pengecer - Konsumen

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

d. Produsen - Agen - Pengecer - Konsumen

Disini, produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar, dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

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

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

Sedangkan menurut Gitosudarmo (2012:177) saluran distribusi dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu :

a. Saluran distribusi intensif

Distribusi di mana barang yang dipasarkan itu diusahakan agar dapat menyebar seluas mungkin hingga dapat secara intensif menjangkau semua lokasi di mana calon konsumen berada.

b. Saluran distribusi selektif

Distribusi di mana barang- barang hanya disalurkan oleh beberapa penyalur saja yang terpilih atau selektif.

c. Saluran distribusi eksklusif

Bentuk penyaluran yang hanya menggunakan penyalur yang sangat terbatas jumlahnya bahkan pada umumnya hanya ada satu penyalur tunggal untuk satu daerah tertentu.

C. Hubungan Saluran Distribusi dengan Hasil Penjualan

Menurut Alma (2013:9) tentang hubungan distribusi dengan hasil penjualan: “Bahwa hubungan pemasaran sangat erat kaitannya dengan penjualan karena melalui pemasaran hasil produksi dapat diperkenalkan, dan dikonsumsi oleh konsumen, apabila hasil produksi baik dan penyaluran distribusi barangnyapun baik dan cepat sampai ke tangan konsumen maka akan menimbulkan peningkatan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan ini secara langsung akan meningkatkan hasil penjualan.”

Dari uraian di atas, maka antara saluran distribusi dengan penjualan tidak dapat dipisahkan dan saling berhubungan satu sama lain. Dengan adanya saluran distribusi yang baik, pelayanan yang baik, biaya yang tepat, akan menarik banyak konsumen untuk melakukan transaksi penjualan dan sebaliknya, dengan saluran distribusi yang tidak baik dan pelayanan yang tidak memuaskan dapat mengakibatkan pelanggan kecewa sehingga penjualannya akan menurun.

D. Pengertian Penjualan

Menurut Abdullah dan Tantri (2016:3) "penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran". Menurut Sujarweni (2015:79) "penjualan adalah suatu sistem kegiatan pokok perusahaan untuk memperjual-belikan barang dan jasa yang perusahaan hasilkan". Dapat disimpulkan dari pendapat para ahli, bahwa penjualan adalah salah satu aktifitas rutin yang dijalani oleh setiap perusahaan dalam memperjual belikan barang ataupun jasa yang dimiliki, dan bertujuan untuk memperoleh keuntungan serta untuk membuat perusahaan tersebut berkembang

E. Tujuan Penjualan

Swasta dan Irawan (2010:80) mengemukakan bahwa suatu perusahaan mempunyai tiga tujuan dalam penjualan, yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu.
2. Mendapatkan laba tertentu.
3. Menunjang pertumbuhan perusahaan."

Usaha-usaha untuk mencapai ketiga tujuan tersebut tidak sepenuhnya hanya dilakukan oleh pelaksana penjualan atau para tenaga penjualan, akan tetapi dalam hal ini perlu adanya kerja sama dari beberapa pihak diantaranya adalah fungsionaris dalam perusahaan seperti bagian dari keuangan yang menyediakan dana, bagian produksi yang membuat produk, bagian personalia yang menyediakan tenaga kerja.

F. Jenis-Jenis Penjualan

Penjualan mempunyai beberapa jenis penjualan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penjualan Tunai

Definisi penjualan secara tunai menurut Soemarso (2009:164) menyatakan: “Penjualan barang secara tunai dicatat sebagai debit pada akun kas dan kredit pada akun penjualan. Dalam praktik, biasanya penjualan secara tunai ini dicatat dalam buku penerimaan kas”. Sedangkan Pengertian penjualan tunai menurut Mulyadi (2013:455), mengatakan bahwa: penjualan tunai dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mewajibkan pembeli melakukan pembayaran harga barang terlebih dahulu sebelum barang diserahkan oleh perusahaan kepada pembeli.

Dari beberapa pengertian di atas, mengenai penjualan tunai, dapat disimpulkan bahwa penjualan tunai adalah penjualan yang transaksi pembayarannya dilakukan secara langsung dengan menerima uang saat barang diterima oleh *customer* sehingga tidak perlu ada prosedur pencatatan piutang pada perusahaan penjual.

2. Penjualan kredit

Pengertian penjualan kredit menurut Mulyadi (2013:201) menyatakan bahwa: Penjualan kredit dilaksanakan oleh perusahaan dengan cara mengirimkan barang sesuai dengan order yang diterima dari pembeli dan untuk jangka waktu tertentu perusahaan mempunyai tagihan

kepada pembeli tersebut. Sedangkan menurut Samryn (2014:250) penjualan kredit adalah penjualan yang direalisasikan dengan timbulnya tagihan atau piutang kepada pihak pembeli. Dari beberapa pengertian di atas, mengenai penjualan kredit dapat disimpulkan bahwa penjualan kredit adalah penjualan yang dilakukan dengan cara pembayaran yang diangsur ke perusahaan setelah barang diterima oleh *customer*.

G. Pengertian Sistem

Pengertian sistem menurut Winanti (2014:4) Sistem adalah seperangkat komponen yang saling berhubungan dan saling berkerja sama untuk mencapai beberapa tujuan. Sedangkan menurut Susanto (2009:18) sistem adalah Sistem dalam suatu instansi bertujuan untuk mengendalikan aktivitas instansi, adapun definisi "sistem adalah kumpulan/*group* dari subsistem/bagian/komponen apapun baik fisik ataupun non fisik yang saling berhubungan satu sama lain dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan tertentu". Pengertian sistem menurut Sutabri (2011:4) adalah sekelompok unsur yang erat hubungannya satu dengan yang lainnya, yang berfungsi bersama-sama untuk mencapai tujuan tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan dari pendapat para ahli, bahwa sistem adalah serangkaian bagian yang berhubungan satu sama lain untuk mencapai tujuan.

H. Pengertian Reseller

Iswidharmanjaya (2012: 39-41) mengemukakan, *Reseller* jika dilihat dari segi pengertian merupakan metode penjualan *online* dengan ketentuan menjual kembali sebuah barang dari *supplier* dengan menyetok barang, tetapi sebagai syarat menjadi *reseller* diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu. Atau lebih singkatnya toko *online* yang menjual kembali barang yang sudah dibelinya kepada konsumen. Jadi, *reseller* akan mencari dan membeli barang dari grosir atau *distributor* yang bisa mengirim produk untuknya, kemudian menyetoknya, dan menjualnya dengan harga lebih tinggi dari harga beli untuk mendapatkannya.

Metode *reseller* melibatkan konsumen, *supplier*, dan *reseller* atau toko *online* itu sendiri. Sebagai fungsi dari ketiganya yaitu konsumen sebagai pembeli barang dari *reseller* atau toko *online*, *supplier* sebagai penyuplai barang ke *reseller* atau toko *online*, dan *reseller* sebagai penjual barang yang bertransaksi langsung dengan konsumen. Dengan kata lain *reseller* merupakan sebuah penjual yang menjual barang milik penjual lain (bukan barang miliknya), sehingga *reseller* sendiri mampu membantu memasarkan penjualan dari penjual lain. Sistem yang diterapkan *reseller* dalam ilmu manajemen termasuk sebagai strategi distribusi tak langsung (*indirect*).

Menurut Syafi'i (2013:3) *Reseller* adalah menjual kembali sebuah barang dari *supplier* tanpa adanya stok barang dengan komisi yang telah ditentukan sendiri/ dari *supplier*, akan tetapi sebagai syarat menjadi *Reseller*

diharuskan untuk membeli produk *supplier* terlebih dahulu. Dengan sistem *Reseller* ini penjual tidak biasanya mendapatkan URL Web milik penjual yang diberikan dari *supplier*. Dari pendapat-pendapat di atas mengenai *reseller* maka dapat disimpulkan bahwa *reseller* merupakan proses menjual kembali agar mendapatkan keuntungan dari penjualannya tersebut.

I. Macam- Macam Sistem *Reseller*

Menurut Syafi'i (2003:6-8) didalamnya dikemukakan macam-macam *Dropshipping* dan *Reseller* adalah sebagai berikut:

1. Model bagi hasil

Model bagi hasil ini biasanya banyak sekali kita jumpai di *internet*, model kali ini yang umum digunakan pada sistem *dropshipping* dan *reseller*. Akan tetapi terdapat sedikit perbedaan antara model bagi hasil *dropshipping* dan *reseller*. Pada *dropshipping* biasanya komisi tidak lebih dari 50% dari harga penjualan dan juga terdapat batasan-batasan pada produk tertentu saja sedangkan untuk *reseller* persentase komisi bisa mencapai 50% dan semua produk bisa dijual. Disamping itu pada model bagi hasil ini yang membedakan terletak pada awal mula registrasi, registrasi pada sistem *dropshipping* kebanyakan menggunakan sistem *free* (gratis) sedangkan sistem *reseller* kebanyakan menggunakan berbayar terlebih dahulu.

2. Model jaminan

Model jaminan ini sangat jarang dilakukan karena para penjual banyak merasa keberatan dengan model ini. Model jaminan ini menggunakan jaminan uang untuk menjadi *dropshipping* dan *reseller* yang marak sekali melakukan penipuan-penipuan dalam jual beli *online*. Biasanya seorang *dropshipper* dan *reseller* memberikan uang DP yang telah ditentukan kepada pengelola pelaku bisnis sehingga jika terjadi kecurangan oleh *dropshipper* dan *reseller* maka pengelola tidak dirugikan sepenuhnya. Selanjutnya pengelola akan memberikan produk-produk pengelola kepada *dropshipper* dan *reseller* sesuai kesepakatan kedua belah pihak.

3. Model *Web Replika*

Model berikut ini mempunyai kekhususan yang unik, *website* replika merupakan *website* yang pengelola berikan kepada *dropshipping* dan *reseller* sebagai media promosi secara *online*, *dropshipping* dan *reseller* akan menerima komisi jika pada *website* replika mereka terjadi transaksi. Biasanya model *website* replika ini diberikan kepada *dropshipping* dan *reseller* sebagai fasilitas member pada *website* pengelola, akan tetapi pada domain *website* replika terdapat kekurangan pada format penulisan domain, biasanya berupa ID *member dropshipping* dan *reseller*, sehingga domain terkesan tidak profesional.

4. Model *Web Alone*

Web Alone mempunyai nilai tambah tersendiri dibanding dengan model-model *dropshipping* dan *reseller* lainnya, karena model ini *dropshipper* dan *reseller* bisa melakukan kebebasan dalam produk. Disamping itu

dropshipper dan *reseller* sepenuhnya sangat dimanjakan dengan diskon harga, *dropshipper* dan *reseller* dapat melakukan penjualan sendiri dengan *web alone* yang dimiliki, sistem *dropshipping* dan *reseller* yang melakukan model *web alone* ini adalah www.bisnisusahamandiri.com

5. Model Beli Jual

Model beli jual ini tidak kalah menarik menarik model *web alone*, karena fasilitas pada model ini juga mengedepankan pelayanan *dropshipper* dan *reseller*, *dropshipper* dan *reseller* cukup melakukan pembelian yang telah ditentukan oleh pengelola selanjutnya *dropshipper* dan *reseller* akan menjadi member dengan berbagai fasilitasnya, disamping bisa bermain harga, *dropshipper* dan *reseller* juga mendapatkan diskon harga yang menarik.

J. Kelebihan dan kekurangan menjadi *dropshipping* dan *Reseller*

Menurut Syafi'i (2016:5-6) tentang kelebihan dan kekurangan *dropshipping* dan *reseller* adalah sebagai berikut:

1. Keuntungan menjadi *dropshipping* dan *reseller*
 - a. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak direpotkan dengan stok barang.
 - b. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak direpotkan waktu sehingga jika bekerja, maka *dropshipping* dan *reseller* menjadi bisnis sampingan.

- c. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak dipusingkan dengan komplain produk oleh *customer*.
- d. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak direpotkan manajemen *website* atau barang.
- e. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak direpotkan biaya produksi.
- f. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak direpotkan proses pembuatan produk.
- g. Menjadi *dropshipping* dan *Reseller* hanya duduk manis menunggu mengalirnya uang pada rekening.

2. Kekurangan menjadi *dropshipping* dan *reseller*

- a. Harga produk tidak bisa dibuat oleh *dropshipping* dan *reseller*
- b. Semua produk tidak bisa dimodifikasi diganti oleh *dropshipping* dan *reseller*
- c. Produk bukan milik *dropshipping* dan *reseller* sepenuhnya karena *dropshipping* dan *reseller* hanya sebatas penjual.
- d. Jika perusahaan pengelola mengalami kerusakan maka menjadi *dropshipping* dan *reseller* tidak bisa melakukan transaksi.
- e. Menjadi *dropshipping* dan *reseller* transaksi penjualan dan keuntungan ditangani langsung oleh pihak pengelola.