

**PROSEDUR DISTRIBUSI PRODUK BATIK CV GABOVIRA
BANDAR LAMPUNG**

(TUGAS AKHIR)

**OLEH
M. BAGAS RIZKIWAN
1906061004**



**PROGRAM DIPLOMA III ADMINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN 2022**

ABSTRACT

DISTRIBUTION PROCEDURE OF BATIK PRODUCTS CV GABOVIRA BANDAR LAMPUNG

By

M. BAGAS RIZKIAWAN

Product distribution procedures have an important role in distributing a product from producers to final consumers in order to fulfill consumers' wants and needs in order to make it easier for consumers to obtain the product in question and to optimize profits to realize a wide market share. The goal to be achieved in this research is to find out the procedure for distributing batik products from CV Gabovira Bandar Lampung. This research is useful for Gabovira batik, this research is expected to be an evaluation material for companies so that its application can be even better. For other parties, it can be used as a reference for those who wish to conduct research related to product distribution. Therefore, CV Gabovira Bandar Lampung thinks about how to fulfill the desires and needs of consumers in the right time, place and quantity and thinks about choosing the right distribution channel. The research uses qualitative methods with data collection techniques through observation, documentation and interviews. The results showed that the procedure for distributing batik products at CV Gabovira Bandar Lampung applying the theory of product distribution procedures was as follows: Implementation of the distribution process for the availability of goods suppliers, Distribution process as promotion, Distribution process as Physical, Distribution process as risk taking, Distribution process as ordering. With direct distribution, companies can also see other product opportunities that consumers want or need, companies can also ask consumers for suggestions and input for their products.

Keywords: *Distribution, Product distribution procedur*

ABSTRAK

PROSEDUR DISTRIBUSI PRODUK BATIK CV GABOVIRA BANDAR LAMPUNG

OLEH

M. BAGAS RIZKIAWAN

Prosedur distribusi produk memiliki peran penting dalam penyaluran suatu produk dari produsen hingga sampai ke tangan konsumen akhir dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk yang bersangkutan dan dapat mengoptimalkan keuntungan untuk mewujudkan pangsa pasar yang luas. Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui prosedur distribusi produk batik CV Gabovira Bandar Lampung. Penelitian ini bermanfaat bagi batik Gabovira, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar dalam penerapannya bisa semakin lebih baik. Bagi pihak lain dapat dijadikan referensi yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan distribusi produk. Oleh karena itu, CV Gabovira Bandar Lampung memikirkan bagaimana cara memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dalam waktu, tempat, dan jumlah yang tepat serta memikirkan pemilihan saluran distribusi yang tepat. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur distribusi produk batik di CV Gabovira Bandar Lampung menerapkan teori prosedur distribusi produk adalah sebagai berikut : Pelaksanaan proses distribusi ketersediaan pemasok barang, Proses distribusi sebagai promosi, Proses Distribusi sebagai Fisik, Proses distribusi sebagai pengambilan resiko, Proses distribusi sebagai pemesanan. Dengan distribusi langsung perusahaan juga dapat melihat peluang produk lain yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen, perusahaan juga dapat meminta saran dan masukan kepada konsumen untuk produknya.

Kata Kunci : Distribusi, Prosedur Distribusi

**PROSEDUR DISTRIBUSI PRODUK BATIK CV GABOVIRA BANDAR
LAMPUNG**

Oleh :

**M. BAGAS RIZKIWAN
1906061004**

Tugas Akhir

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
Ahli Madya (A.Md)**

Pada

**Program Diploma III Administrasi Perkantoran
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **Prosedur Distribusi Produk Batik CV Gabovira
Bandar Lampung**

Nama Mahasiswa : **M. Bagas Rizkiawan**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1906061004**

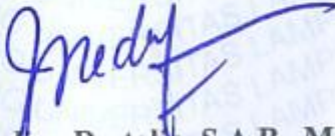
Program Studi : **D-III Administrasi Perkantoran**

Fakultas : **Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**



Dra. Fenny Saptiani, M.Si
NIK. 231504630710201

2. Ketua Program Studi D-III Administrasi Perkantoran


Medya Destalia, S.A.B., M. AB.
NIP.198512152008122002

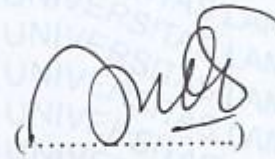
LEMBAR PENGESAHAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Dra. Fenny Saptiani, M.Si**

NIK.231504630710201



Penguji Utama

: **Ita Prihantika, S.Sos., M.A.**

NIP.198406302015042002



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP.196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir: 14 Desember 2022

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Bagas Rizkiawan

NPM : 1906061004

Program Studi : D-III Administrasi Perkantoran

Jurusan : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Alamat : Jln Gn Pesagi No 13 A RT 15/ RW 0, Kelurahan Beringin
Jaya, Kecamatan Kemiling, Kota Bandar Lampung,
Provinsi Lampung, Kode Pos 35158

Dengan ini menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar diploma di suatu Perguruan Tinggi Negeri di Lampung, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan diacu dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 25 November 2022

Yang Menyatakan



M. Bagas Rizkiawan
NPM. 1906061004

RIWAYAT HIDUP



M. Bagas Rizkiawan, biasa dipanggil Bagas. Penulis lahir di Bandar Lampung, pada tanggal 26 Oktober 2001 sebagai anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Maddenin dan Ibu Sri Bahana. Penulis menempuh pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Sari Teladan yang diselesaikan pada tahun 2007, kemudian melanjutkan Sekolah Dasar (SD) yang diselesaikan pada tahun 2013 di Kartika II -6. Selanjutnya mengenyam pendidikan formal di SMP Kartika II-2 dan diselesaikan tahun 2016. Setelah itu penulis melanjutkan pendidikan formalnya di SMAN 9 Bandar Lampung dengan jurusan IPS dan diselesaikan pada tahun 2019. Setelah lulus dari pendidikan SMA, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di kampus negeri yaitu di Universitas Lampung dan masuk di Prodi D-III Administrasi Perkantoran. Penulis terdaftar menjadi mahasiswa Administrasi Perkantoran, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung pada tahun 2019 melalui jalur D3 Vokasi. Selama menjadi mahasiswa, penulis terdaftar dan aktif di dalam Unit Kegiatan Kemahasiswaan seperti HMD AP (Himpunan Mahasiswa Diploma Administrasi Perkantoran) pada tahun 2022 sebagai anggota. Penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di CV Gabovira Bandar Lampung.

MOTTO

“Tetaplah mengejar impian dan selalu bersyukur atas nikmat yang diberikan.”

(Abdul Ghani)

“Agar sukses, kemauanmu untuk berhasil harus lebih besar dari ketakutanmu akan kegagalan.”

(Bill Cosby)

“Tetap jadi diri sendiri di dunia yang tanpa henti hentinya berusaha mengubahmu adalah pencapaian yang terhebat.”

(Ralph Waldo Emerson)

“Bagi orang-orang yang berbuat baik, ada pahala yang terbaik (Surga) dan tambahannya (kenikmatan melihat Allah). Dan wajah mereka tidak ditutupi debu hitam dan tidak (pula) dalam kehinaan. Mereka itulah penghuni Surga, mereka kekal di dalamnya.”

(QS. Yunus 10:26)

“Jangan pernah membandingkan proses hidupmu dengan orang lain karena keberhasilan dan kesuksesan seseorang tidak sama.”

(M. Bagas Rizkiawan)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan puji kehadiran Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, kupersembahkan karya tulis ini kepada:

Ayahanda Maddenin dan Ibu Sri Bahana yang telah menjadi sumber semangat serta motivasi dan tak pernah hentinya selalu mendoakan untuk keberhasilan penulis serta pengorbanan yang tidak akan pernah terbayarkan oleh apapun.

Terima kasih kepada kakakku yang telah memberikan keceriaan serta doa yang tidak pernah hentinya untukku.

Terimakasih juga untuk keluarga besar dan sahabat-sahabatku yang selalu memberikan saya semangat serta doanya.

Almamater tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Puji syukur kehadirat ALLAH SWT, atas segala Rahmat dan Hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Laporan Tugas Akhir dengan Judul **“PROSEDUR DISTRIBUSI PRODUK BATIK CV GABOVIRA BANDAR LAMPUNG”** ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III Program Studi Administrasi Perkantoran Universitas Lampung. Selama menyusun tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Ibu Dra. Fenny Saptiani, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah membantu dan membimbing sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan dengan baik.
2. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.AB, selaku Ketua Program studi Diploma 3 Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Ita Prihantika, S.Sos., M.A, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan motivasi dan didikan selama ujian Tugas Akhir.
4. Orang tuaku terkasih dan tercinta, terimakasih atas dukungan dan doa sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida. M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Akademik dan Kerja Sama.
7. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Umum dan Keuangan.
8. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Kemahasiswaan dan Alumni.

9. Bapak Gatot Kartiko, Ibu Debora di CV Gabovira Bandar Lampung yang telah membantu dalam memperoleh informasi data yang diperlukan penulis.
10. Keluarga besarku yang selalu memberikan semangat, arahan dan dukungan dengan keceriaan yang lucu penulis dari kecil hingga saat ini.
11. Kakak yang tersayang yang selalu memberikan kebahagiaan, keceriaan dan selalu memberi saya motivasi hingga saat ini.
12. Teman – temanku yang berjuang dan selalu memotivasi saya untuk bersama-sama menempuh Tugas Akhir ini.
13. Teman satu angkatan 2019 yang selalu memberikan semangat.
14. Almameter tercinta Universitas Lampung.

Akhirnya hanya kepada Allah penulis memohon agar mereka yang berjasa kepada penulis diberikan balasan yang berlipat ganda dan semoga tugas akhir ini memberikan manfaat bagi kita semua. Aamiin.

Bandar Lampung, 25 November 2022

M. Bagus Rizkiawan
NPM.1906061004

DAFTAR ISI

	Halaman
Pernyataan	iii
Lembar Persetujuan	iv
Lembar Pengesahan	v
Sanwacana	vi
Persembahan	viii
Riwayat Hidup	ix
Motto	x
Abstrak	xi
Abstract	xii
Daftar Isi	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
1.5 Metode Penelitian.....	3
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	3
Bab II Tinjauan Pustaka	4
2.1 Definisi Prosedur Pendistribusian.....	4
2.2 Tujuan Prosedur Pendistribusian.....	4
2.3 Proses Pendistribusian.....	5
2.4 Pengertian Saluran Distribusi.....	6
2.5 Pengertian Produk.....	6
2.6 Kerangka Pemikiran.....	9
Bab III Gambaran Umum	13
3.1 Sejarah Singkat CV Gabovira.....	13
3.2 Visi dan Misi CV Gabovira.....	14
3.2.1 Visi.....	14
3.2.2 Misi.....	15
3.3 Jenis Perusahaan.....	15
3.4 Jenis Produk Distribusi.....	15
3.5 Layanan CV Gabovira Bandar Lampung.....	15
3.6 Struktur Organisasi CV Gabovira Bandar Lampung.....	18
3.7 Fungsi Unit Kerja CV Gabovira Bandar Lampung.....	20
3.8 Budaya Perusahaan.....	22
3.9 Jenis Penelitian.....	22

3.10 Jenis Data Penelitian.....	23
3.11 Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.12 Subyek dan Objek Penelitian.....	24
3.13 Metode Pengumpulan Data.....	25
3.14 Dokumentasi.....	26
3.15 Teknik Analisis Data.....	26
3.16 Narasi Data.....	27
Bab IV Hasil dan Pembahasan.....	28
4.1 Hasil Penelitian.....	28
4.2 Pembahasan.....	43
Bab V Penutup.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA.....	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV Gabovira Bandar Lampung.....	15
Gambar 4.1 Konsumen mengunjungi Shopee.....	20
Gambar 4.2 Konsumen memilih barang.....	21
Gambar 4.3 Konsumen memasukkan barang ke keranjang.....	22
Gambar 4.4 Konsumen melihat total bayaran.....	23
Gambar 4.5 Flowchart prosedur distribusi produk batik.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Dokumentasi bersama karyawan.....	34-36
Lampiran 2 Pertanyaan wawancara.....	37

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Distribusi merupakan pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke konsumen akhir, Konsumen atau pengguna, melalui saluran distribusi (distribution channel), dan gerakan pembayaran dalam arah yang berlawanan, sampai ke produsen asli atau pemasok (Subagyo, Nur, & Indra, 2018). Dalam kegiatan distribusi, terdapat aspek fisik dan non fisik supaya alur pemasarannya lancar. Aspek fisik berkaitan dengan lokasi pemindahan atau penyaluran produk. Sementara aspek non fisik berkaitan dengan pengetahuan penjual (produsen) mengenai apa yang diinginkan oleh konsumen dan konsumen juga harus mengetahui produk apa yang dijual oleh produsen. Prosedur Distribusi adalah suatu tahapan atau rangkaian aktivitas yang dilakukan secara berulang yang berhubungan dengan pemasaran produk. Mulai dari produk masih berada pada entitas yang memproduksi hingga produk tersebut dipasarkan. Dengan adanya prosedur dalam pendistribusian tersebut maka proses pemasaran akan berjalan dengan efektif dan tujuan dari perusahaan tercapai.

Sebelumnya produk Batik Gabovira sudah memiliki 7 cabang usahanya yaitu ada di Metro, Pahoman, Gedung Dekranasda Lampung, Enggal, Anjungan Lampung, Lantai II Mall Chandra, dan Mall Boemi Kedaton. Tetapi sejak awal 2018 CV Gabovira sudah tutup distribusi beberapa gerai dan membuka toko yang bernama Jelin Art yang menjual oleh-oleh khas Lampung. CV Gabovira memiliki karyawan di Pemasaran Galeri Pusat 6 orang, ditoko cabang di Lampung 12 orang, dipulau Jawa 22 orang. Pada Gabovira ini juga memiliki mitra kerja sebanyak 40 ibu rumah tangga yang dibinanya membuat batik tulis tempatnya di Kemiling, beliau ingin menjadikan Kemiling sebagai pusat batik tulis khas Lampung sehingga toko membantu pemerintah mengembangkan ekonomi

masyarakat. Banyak usaha batik yang menggunakan berbagai cara untuk menarik banyaknya wisatawan. Di samping untuk mendapatkan keuntungan juga dimaksud untuk melestarikan dan mengembangkan usaha mereka. Masyarakat pengrajin batik di daerah Kemiling berusaha untuk meningkatkan prosedur distribusi pada batik yang akan dijual/dipasarkan. Di sinilah salah satu hal pokok yang perlu mendapatkan perhatian, yaitu segi prosedur distribusinya, perkembangan usaha ini secara komersial mengalami perkembangan yang mengikuti kebutuhan dan selera konsumen, sehingga membutuhkan strategi prosedur distribusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Pelaku usaha di Gabovira Kemiling harus kreatif dan cerdas membaca situasi pasar, agar apa yang menjadi keinginan dan cita-cita untuk mengenalkan produk batiknya lebih dikenal oleh masyarakat luas. Melihat permasalahan diatas, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana produk - produk Batik Gabovira toko sampai ke daerah dan di kenal oleh masyarakat luas. Adapun judul tugas akhir yang saya teliti adalah. “**Prosedur Distribusi Produk Batik CV Gabovira Bandar Lampung**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi rumusan masalah yang akan dibahas adalah Bagaimana prosedur distribusi produk batik CV Gabovira di Bandar Lampung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat ditentukan tujuan penulisan tugas akhir ini yaitu untuk mengetahui prosedur distribusi produk batik CV Gabovira Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada:

1. Bagi Perusahaan

Bagi CV Gabovira, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi

perusahaan agar dalam penerapannya bias semakin lebih baik.

2. Bagi Pihak Lain

Semoga hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan distribusi produk.

1.5 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggambarkan atau menceritakan prosedur distribusi produk pada CV Gabovira.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan 3 teknik pengumpulan data, yaitu

1. Teknik wawancara (*Interview*)

Penulis mengumpulkan data dengan melakukan Tanya jawab langsung kepada staf administrasi bagian penjualan pada CV Gabovira.

2. Teknik pengamatan (*Observation*)

Dalam metode ini penulis mengamati langsung proses kerja dan divisi penjualan batik serta pihak-pihak yang bersangkutan pada CV Gabovira.

3. Teknik dokumentasi (*Documentation*)

Penulis mengumpulkan data-data dari bahan-bahan yang berisi informasi secara tertulis maupun gambar yang ada pada CV Gabovira.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah mengamati langsung kepada staf administrasi penjualan tersebut. Dan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada staf administrasi penjualan, perusahaan usaha dagang CV Batik Gabovira Lampung. Mendistribusikan barang dagangan keberbagai daerah-daerah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Prosedur Pendistribusian

Menurut Hall (2001) Pendistribusian atau distribusi adalah kegiatan untuk mengirimkan produk ke pelanggan setelah penjualan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa prosedur pendistribusian adalah suatu tahapan atau rangkaian aktivitas yang dilakukan secara berulang yang berhubungan dengan pemasaran produk. Mulai dari produk masih berada pada entitas yang memproduksi hingga produk tersebut dipasarkan. Dengan adanya prosedur dalam pendistribusian tersebut maka proses pemasaran akan berjalan dengan efektif dan tujuan dari perusahaan tercapai. Menurut Subagyo, Nur, & Indra (2018) Distribusi merupakan pergerakan atau perpindahan barang atau jasa dari sumber sampai ke konsumen akhir, konsumen atau pengguna, melalui saluran distribusi (distribution channel), dan gerakan pembayaran dalam arah yang berlawanan, sampai ke produsen asli atau pemasok. Menurut Arif (2018) Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan.

2.2 Tujuan Prosedur Pendistribusian

Tujuan penyaluran produk dari produsen ke konsumen yang dilakukan oleh lembaga pemasaran yaitu :

1. Menyalurkan produk dari produsen ke konsumen Pendistribusian memiliki tujuan utama yaitu mengantarkan barang maupun jasa dari produsen ke konsumen.
2. Mempertahankan dan mengembangkan kualitas produksi Proses

pendistribusian memberikan produsen waktu untuk lebih fokus pada kegiatan produksi. Kegiatan pendistribusi yang dilakukan oleh distributor memberikan produsen kesempatan untuk mengembangkan kualitas produksinya.

3. Menjaga stabilitas perusahaan Selain membuat fokus produsen atau perusahaan, aktivitas pendistribusian juga mampu mengembangkan saluran baru dan kesempatan bagi banyak orang. Sehingga perusahaan akan lebih banyak yang menopang dan lebih stabil.

Sebagai pemerataan perolehan produk di setiap wilayah Semakin banyak distributor dari berbagai daerah maka akan semakin banyak pula konsumen yang memperoleh produk. Produk yang diperoleh juga dapat lebih mudah untuk tersebar di berbagai wilayah.

5. Peningkatan nilai barang dan jasa Melalui kegiatan distribusi maka akan ada peningkatan nilai suatu produk. Sebagai contoh yang dilakukan pada komoditas cabai. Cabai yang dijual oleh petani di Kulonprogo Yogyakarta akan meningkat harganya saat dibawa pedagang ke Jakarta.

6. Supaya proses produksi merata Kegiatan produksi dapat dilakukan secara merata bila proses pendistribusian berjalan baik. Distributor di setiap wilayah dapat mendorong kegiatan produksi di wilayah yang terdapat distributor.

7. Mempertahankan kontinuitas proses produksi Adanya distributor aktif menandakan adanya permintaan dari produk. Berdasarkan hal ini maka kegiatan produksi akan terus berjalan selagi pasar masih ada.

8. Menjaga stabilitas harga barang dan jasa Melalui proses pendistribusian melalui distributor maka harga produk di pasaran akan stabil. Kestabilan harga mengikuti kondisi sesuai dengan permintaan pasar.

2.3 Proses Pendistribusian

Menurut Romney & Steinbart (2005) sebelum pengiriman barang, Departemen pengiriman membandingkan perhitungan fisik persediaan dengan jumlah yang ditunjukkan dalam kartu pengambilan barang dan dengan jumlah yang ditunjukkan dalam salinan pesanan penjualan yang dikirim secara langsung ke bagian pengiriman dari entri pesanan penjualan. Setelah staf administrasi bagian pengiriman menghitung barang yang dikirim dari gudang, jumlah pesanan

penjualan, nomor barang, dan jumlah barang akan dimasukkan dengan menggunakan terminal on-line. Proses ini menghasilkan slip pengepakan dan beberapa rangkap dokumen pengiriman. Slip pengepakan mendaftarkan jumlah dan keterangan setiap barang yang dimasukkan dalam pengiriman tersebut. Dokumen pengiriman adalah kontak legal yang menyebutkan tanggung jawab atas barang yang dikirim. Dokumen ini mengidentifikasi kurir, sumber, tujuan, dan intruksi pengiriman lainnya, serta menunjukkan siapa pelanggan yang harus membayar kurir tersebut. Sebuah Salinan dokumen pengiriman dan slip pengepakan akan menyertai pengiriman tersebut. Departemen pengiriman akan menyimpan Salinan kedua dokumen pengiriman untuk melacak dan mengkonfirmasi pengiriman barang ke kurir tersebut. Salinan lainnya dikirim ke departemen penagihan untuk menunjukkan bahwa barang tersebut telah dikirim dan bahwa faktur penjualan harus dibuat serta dikirim. Kurir tersebut juga menahan satu salinan dokumen pengiriman untuk catatan mereka.

2.4 Pengertian Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk dari produsen sampai ke konsumen (Swastha, 2000). Distribusi dapat juga diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan) (FandyTjiptono, 2008).

Saluran distribusi adalah organisasi yang paling bergantung satu sama lain yang dilibatkan dalam prosedur penyediaan suatu produk atau jasa untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler dan Armstrong, 2008).

1. Ada beberapa alternatif saluran distribusi (Swastha, 2000)

a. Produsen–Konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana karena tanpa menggunakan perantara, sering disebut juga saluran distribusi langsung.

b. Produsen–Pengecer–Konsumen

Bentuk saluran ini disebut juga saluran distribusi langsung. Disini beberapa pengecer besar membeli langsung kepada produsen.

c. Produsen–PedagangBesar–Pengecer–Konsumen

Bentuk saluran ini disebut juga saluran distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah yang besar kepada pedagang besar dan pembelian oleh konsumen dilayani oleh pengecer saja.

d. Produsen–Agen–Pengecer–Konsumen

Produsen menggunakan agen sebagai penyalur produknya agar sampai ketangan konsumen.

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

Untuk mencapai pengecer, produsen menggunakan agen sebagai perantara dalam menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko – toko kecil.

2. Jenis – jenis saluran distribusi (Gitosudarmo, 1999)

a. Distribusi intensif

Merupakan distribusi dimana barang yang dipasarkan diusahakan agar dapat menyebar seluas mungkin, sehingga dapat secara intensif menjangkau semua lokasi dimana calon konsumen itu berada.

b. Distribusi selektif

Merupakan distribusi dimana barang-barang hanya di salurkan oleh beberapa penyalur saja yang terpilih atau selektif.

c. Distribusi eksklusif

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

Marketplace adalah platform yang menjadi perantara antara penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi jual beli secara online. Marketplace sendiri biasanya memiliki berbagai fitur lain untuk mempermudah transaksi jual beli. Beberapa fitur yang biasanya disediakan seperti adanya berbagai pilihan dalam metode pembayaran, pilihan jasa ekspedisi, bahkan memudahkan penjual untuk membuat toko untuk barang dagangan mereka. Cara kerja Marketplace adalah sebagai berikut ini:

1. Pembeli memilih barang yang ada di marketplace
2. Pembeli kemudian memilih jasa ekspedisi yang akan digunakan untuk mengirim barang. Biasanya setiap marketplace akan bekerja sama dengan berbagai jasa ekspedisi sehingga pembeli akan memiliki banyak pilihan sesuai budget dan kebutuhan mereka.
3. Setelah itu, pembeli dapat langsung melakukan pembayaran dengan memilih metode pembayaran yang disediakan.
4. Jika barang sudah diterima, maka pihak marketplace akan mengirmkan uang pembayaran secara otomatis ke rekening penjual.

3. Fungsi saluran distribusi

Menurut Kotler (2008), sebuah saluran pemasaran melakukan tugas memindahkan barang atau jasa dari produsen kekonsumen. Ia mengatasi sepanjang waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari calon pemakainya.

Berikut beberapa fungsi saluran distribusi:

- a. Informasi, pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan, pesaing dan pelaku lai, serta kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang potensial pada saat ini.
- 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 lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
- d. Pemesanan, komunikasi terbaik dari anggota saluran pemasaran dengan produsen mengenai minat untuk membeli.
- e. Pembiayaan, perolehan dana lokasi dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda.
- f. Pengambilan Resiko, asumsi resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran tersebut.
- g. Pemilikan Fisik, kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai kepelanggan akhir.
- h. Pembayaran, pembeli membayar tagihannya kepada penjual lewat bank dan

institusi keuangan lainnya.

- i. Hak Milik, transfer kepemilikan sebenarnya dari suatu organisasi atau orang ke organisasi atau orang yang lain.

2.5 Pengertian Produk

Produk adalah objek yang sangat vital yang dapat mempengaruhi keberhasilan dalam mendatangkan keuntungan atau laba yang akan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Produk juga dapat diartikan sebagai segala sesuatu, baik menguntungkan maupun tidak, yang diperoleh seseorang melalui pertukaran (Lamb,dkk:2001). Melalui produk, produsen dapat memanjakan konsumen dengan variasi produk yang diberikan. Melalui produk pula produsen dapat mengetahui reaksi konsumen seberapa besar kepuasan dan kebutuhan mereka terhadap produk yang kita tawarkan.

Menurut Kotler dan Keller (2009), produk dapat diklasifikasikan menjadi tiga kelompok berdasarkan ketahanan dan wujudnya:

1. Barang habis pakai, adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan.
2. Barang tahan lama, adalah barang berwujud yang biasanya tidak habis pakai setelah banyak digunakan.
3. Jasa, adalah aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Menurut Philip Kotler dan Keller (2009), strategi pemasaran perusahaan dapat dijalankan secara efektif , pemasar membagi produk / barang berdasarkan prosedur pembelian dan penggunaannya, yaitu barang konsumen dan barang industri:

2. Klasifikasi barang konsumen

Barang – barang ini dapat diklasifikasikan berdasarkan kebiasaan konsumen berbelanja.

a. Produk Kemudahan (*Convenience Goods*)

Barang yang dibeli konsumen dengan frekuensi tinggi, dalam waktu singkat, dan usaha minimum. Jenis barang yang relative murah dan menggunakan sedikit

upaya untuk berbelanja, sehingga konsumen tidak perlu bersusah payah untuk mendapatkannya.

b. Produk Berbelanja (*Shopp Goods*)

Barang yang dalam proses pemilihan dan pembelian dibandingkan karakteristiknya untuk melihat kecocokannya, mutu, harga, dan model. Biasanya lebih mahal dari pada produk kemudahan dan diperoleh pada sedikit toko. Konsumen biasa membeli sebuah produk belanja hanya setelah membandingkan dengan beberapa jenis merek, kepraktisannya, harga, dan kecocokan gaya hidup.

c. Produk Khusus (*Specialty Goods*)

Barang - barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek yang untuk itu sekelompok pembeli bersedia berusaha untuk membelinya, ketika konsumen mencari suatu barang tertentu secara intensif dan atau tidak mau mencari penggantinya.

d. Produk Yang Tidak Dicari (*Unsought Goods*)

Barang yang tidak diketahui pembeli tetapi mereka biasanya Tidak berpikir untuk membelinya. Suatu produk yang tidak dikenal oleh calon konsumen atau produk tidak dikenal tetapi pembelinya tidak secara aktif mencari produk tersebut.

Atribut Produk

1. Mereka tau Brand, merupakan suatu nama, istilah, symbol, design atau kombinasi yang dimaksudkan untuk memberitakan ada pengenalan tas barang dan jasa dari seorang penjual guna membedakan dengan pesaing.
2. Kemasan, merupakan wadah atau pembungkus dari suatu produk yang bertujuan sebagai pelindung isi, me mberikan daya tarik, identitas maupun cerminan inovasi produk.
3. Label, adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan tentang barang tesebut, berupa petunjuk pemakaian, cara penyimpanan, komposisi bahan, kualitas produk, dan lain-lain.

Langkah – langkah pengembangan produk baru

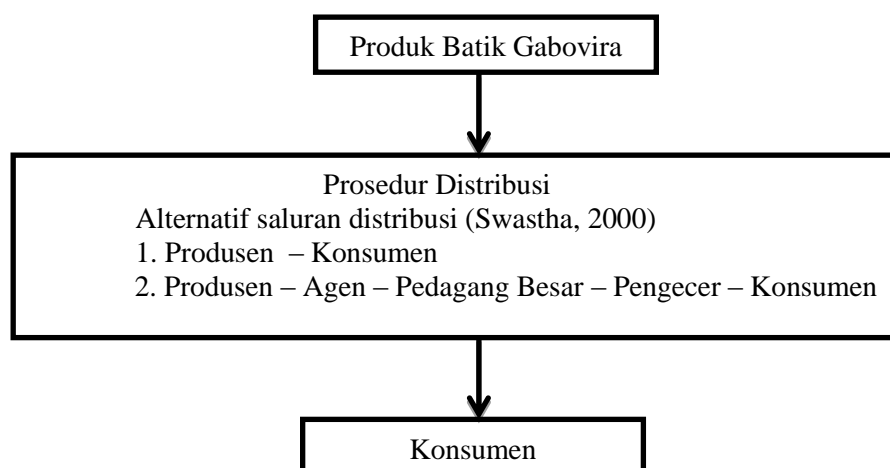
Menurut Gitosudarmo (1999), ada beberapa cara yang dapat ditempuh untuk mengembangkan produk baru,yaitu:

1. Penciptaan idea tau gagasan
2. Penyaringan gagasan
3. Pengujian strategi pemasaran yang sesuai
4. Analisis bisnis
5. Pengembangan produk
6. Pengujian pasar
7. Komersialisasi bagi produk yang berhasil

1.6 Kerangka Pemikiran

Perusahaan menerapkan strategi produk distribusi untuk menjaga kelangsungan hidupnya serta untuk mencapai tujuan perusahaan. Dimana variable tersebut dapat berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan yang telah ditargetkan. Kerangka pemikiran digunakan untuk memperjelas gambaran isi dari penelitian ini. Kerangka pemikiran dinyatakan dalam bentuk skema, tetapi memuat pokok-pokok dari penelitian.

Berikut peneliti menggambarkan kerangka pemikiran:



Sumber : Data milik CV Gabovira Bandar Lampung

Dari kerangka pemikiran diatas dapat dilihat bahwa sebelum produk sampai kepada konsumen harus melalui prosedur distribusi terlebih dahulu. Untuk itu penulis bermaksud meneliti prosedur distribusi seperti apa yang dilakukan oleh Batik Gabovira agar produknya sampai kepada konsumen.

BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1 Sejarah Singkat CV Gabovira Bandar Lampung

Batik Gabovira berdiri sejak 25 Februari 2000 setelah Bpk. Gatot Kartiko (Pendiri sekaligus sebagai pemilik) terakhir berkerja di salah satu perusahaan swasta di bidang tambak udang. Semenjak itu batik Gabovira mulai melakukan usaha batik di kota Bandar Lampung Provinsi Lampung. Mulai tahun 2003 batik Gabovira mulai mengembangkan Motif dan Desain batik khas Lampung, dengan harapan nantinya Lampung akan memiliki banyak desain dan corak yang mengangkat seni dan budaya Lampung. Batik Gabovira telah memiliki merek dagang resmi dari Direktorat HKI Kementerian Hukum & Ham Republik Indonesia dan sampai saat ini kami terus mengembangkan Desain & Motif batik Khas Lampung. Nama batik Gabovira itu sendiri sebenarnya kami ambil dari nama-nama keluarga, yaitu Gatot, deBOra, jelVI, Raga. Kami mengembangkan semua jenis batik mulai dari batik tulis, batik cap, serta batik printing karena semua itu sesuai kebutuhan para konsumen dan pelanggan batik Gabovira. Mulai Oktober 2019 kami akan mengembangkan dan mengangkat Kain / Batik Sembagi karena kain Sembagi salah satu jenis kain yang sekarang sudah sulit untuk ditemukan.

Dalam perkembangannya Batik Gabovira juga membuat produk-produk batik dengan inovasi baru, yaitu membuat Batik Wax Print, Batik Cap Kombinasi Tulis, Batik Eco Art dan juga mengembangkan teknik pewarnaan, seperti Warna Pelangi dan Warna Gradasi (Bhs Jawa : Umplukan). Kami selain memproduksi batik-batik tulis yang dikerjakan oleh masyarakat disekitar Griya Batik Gabovira (Batik Tulis Kasaran), juga memproduksi batik tulis exclusive (Batik Tulis Halusan / Rentasan) yang tentunya dikerjakan oleh SDM yang ahli dibidangnya dengan sentuhan seni dan budaya Lampung. Desain batik kami bukan hasil jiplakan,

tetapi benar-benar karya asli kami yang sudah kami pelajari sejarahnya, sehingga dalam membuat Motif Batik kami tidak asal-asalan, sehingga Provinsi Lampung mempunyai khas tersendiri dengan karya-karya batiknya. Kami juga telah membantu / memberikan edukasi tentang pembuatan Motif Batik Khas Lampung ke beberapa perajin batik di Bandar Lampung pada khususnya dan Provinsi Lampung pada umumnya, agar nantinya mereka juga mengembangkan seni dan budaya Lampung agar menjadi desain / motif batik di Lampung.

Dalam menjalankan usaha , kami juga peduli dengan lingkungan di mana kami berada (Kec.Kemiling Bandar Lampung) yaitu bermitra dengan beberapa ibu rumah tangga untuk memproduksi batik tulis khas Lampung termasuk Kain/Batik Sembagi dan juga mempekerjakan orang dengan kebutuhan khusus (Tuna Rungu Wicara) sebagai tenaga produksi khususnya desain batik tulis. Batik Gabovira tidak saja memproduksi dan memasarkan Batik Khas Lampung, tempat kami juga menjadi tempat rujukan untuk Pelatihan Batik bagi Siswa-siswi Sekolah (SD,SLTP,SLTA) serta tempat PKL bagi Siswa-siswi SMK di Bandar Lampung, Pemagangan bagi Mahasiswa-mahasiswa dari Bandar Lampung dan Jakarta. Semua ini kami lakukan sebagai bentuk tanggung jawab toko agar para pemuda generasi penerus bangsa mengerti dan memahami tentang perkembangan batik, sekaligus turut melestarikan seni batik agar tidak punah di bumi Lampung maupun Indonesia. Apalagi batik telah mendapatkan pengakuan Dunia lewat UNESCO. Dengan semangat Kerja Keras, Kerja Cerdas dan Kerja Ikhlas kami terus akan berkarya untuk mempromosikan Seni dan Budaya Lampung melalui media batik agar Lampung terus Berjaya dan Batik Gabovira terus berkarya.

3.2 Visi dan Misi CV Gabovira Bandar Lampung

3.2.1 Visi

“Terus Berkarya Tanpa Banyak Bicara Dengan Semangat Kerja Keras, Kerja Cerdas dan Kerja Ikhlas kami terus akan berkarya untuk mempromosikan Seni dan Budaya Lampung melalui media batik agar Lampung terus Berjaya dan Batik Gabovira terus berkarya”.

3.2.2 Misi

“Mempromosikan seni & Budaya Lampung melalui media Batik”.

3.3 Jenis Perusahaan

Kegiatan usaha CV Gabovira Bandar Lampung adalah Perusahaan dagang yang menjual berbagai aneka batik, aneka busana, aneka kaos lampung, aneka tenun, dan aneka souvenir dan kerajinan. Kegiatan usaha ini sudah berjalan sangat lama dan maju. Hal ini dapat dilihat dari adanya Perusahaan yang berada dikemiling ini sehingga masyarakat yang membutuhkan produk-produk tersebut dapat membelinya di CV Gabovira ini.

3.4 Jenis Produk Distribusi

Jenis produk yang di distribusikan oleh CV Gabovira Bandar Lampung yang bergerak di bidang industri tekstil khususnya Batik khas Lampung. Perusahaan ini berkewajiban untuk mengadakan, menyimpan dan menyalurkan produk batik yang tentunya sudah memenuhi persyaratan mutu yang ditetapkan untuk melaksanakan pengadaan penyaluran distribusi batik dari sumber yang sah. Di perusahaan ini memiliki karyawan yang bertanggung jawab dan tentunya sudah memiliki surat penugasan untuk bekerja.

3.5 Layanan CV Gabovira Bandar Lampung

Suatu nilai budaya kerja yang diterapkan oleh CV Gabovira dengan menjabarkan Konsep Sadar Wisata, yang turut mendukung kegiatan pemerintah daerah melalui SAPTA PESONA dan menyiapkan oleh-oleh berupa kerajinan Batik Khas Lampung sebagai Kenangan atau Cenderamata yang menarik dibawa pulang oleh para wisatawan. Sapta pesona terdiri dari :

1. Aman (Keamanan).

Tujuan: menciptakan lingkungan yang aman bagi wisatawan dan berlangsungnya kegiatan kepariwisataan, sehingga wisatawan tidak merasa cemas dan dapat

menikmati kunjungannya.

Bentuk Aksi:

- Tidak mengganggu wisatawan.
- Menolong dan melindungi wisatawan.
- Bersahabat terhadap wisatawan.
- Memelihara keamanan lingkungan.
- Membantu informasi kepada wisatawan.
- Menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular.
- Meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas toko

2. Tertib (Ketertiban)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang tertib bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan teratur dan efektif bagi wisatawan.

Bentuk Aksi:

- Mewujudkan budaya antri.
- Memelihara lingkungan dengan mentaati peraturan yang berlaku.
- Disiplin/tepat waktu.
- Serba teratur,
- Semua sisi kehidupan berbangsa dan bermasyarakat menunjukkan keteraturan yang tinggi.

3. Bersih (Kebersihan)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang bersih bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu memberikan layanan higienis bagi wisatawan.

Bentuk Aksi:

- Tidak membuang sampah/limbah sembarangan.
- Turut menjaga kebersihan sarana dan lingkungan daya tarik wisata.
- Menyiapkan sajian makanan dan minuman yang higienis.
- Menyiapkan perlengkapan penyajian makanan dan minuman yang bersih.
- Pakaian dan penampilan petugas yang bersih dan rapi.

4. Sejuk (kesejukan)

Tujuan: menciptakan lingkungan yang nyaman bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang nyaman dan rasa "betah"

bagi wisatawan, sehingga mendorong lama tinggal dan kunjungan lebih panjang.

Bentuk Aksi:

- Melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon.
- Memelihara penghijauan di daya tarik wisata serta jalur wisata.
- Menjaga kondisi sejuk dalam ruangan umum, hotel, penginapan, restoran, alat transportasi dan tempat lainnya.

5. Indah (Keindahan)

Tujuan: Menciptakan Lingkungan yang indah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang menarik dan menumbuhkan kesan yang mendalam bagi wisatawan, sehingga mendorong promosi ke kalangan/pasar yang lebih luas dan potensi kunjungan ulang.

Bentuk Aksi:

- Menjaga keindahan daya tarik wisata dalam tatanan yang harmoni dan alami.
- Menata tempat tinggal dan lingkungan secara teratur, tertib, dan serasi serta menjaga karakter
- Menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias dan peneduh sebagai elemen estetika lingkungan yang bersifat natural.

6. Ramah (Keramah tamahan)

Tujuan: Menciptakan lingkungan yang ramah bagi berlangsungnya kegiatan kepariwisataan yang mampu menawarkan suasana yang akrab, bersahabat serta seperti di "rumah sendiri" bagi wisatawan, sehingga mendorong minat kunjungan ulang dan promosi yang positif bagi prospek pasar yang lebih luas.

Bentuk Aksi:

- Bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela membantu wisatawan.
- Memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan.
- Para petugas yang menampilkan sikap dan perilaku yang terpuji.
- Menampilkan senyum dan keramahtamahan yang tulus.

7. Kenangan.

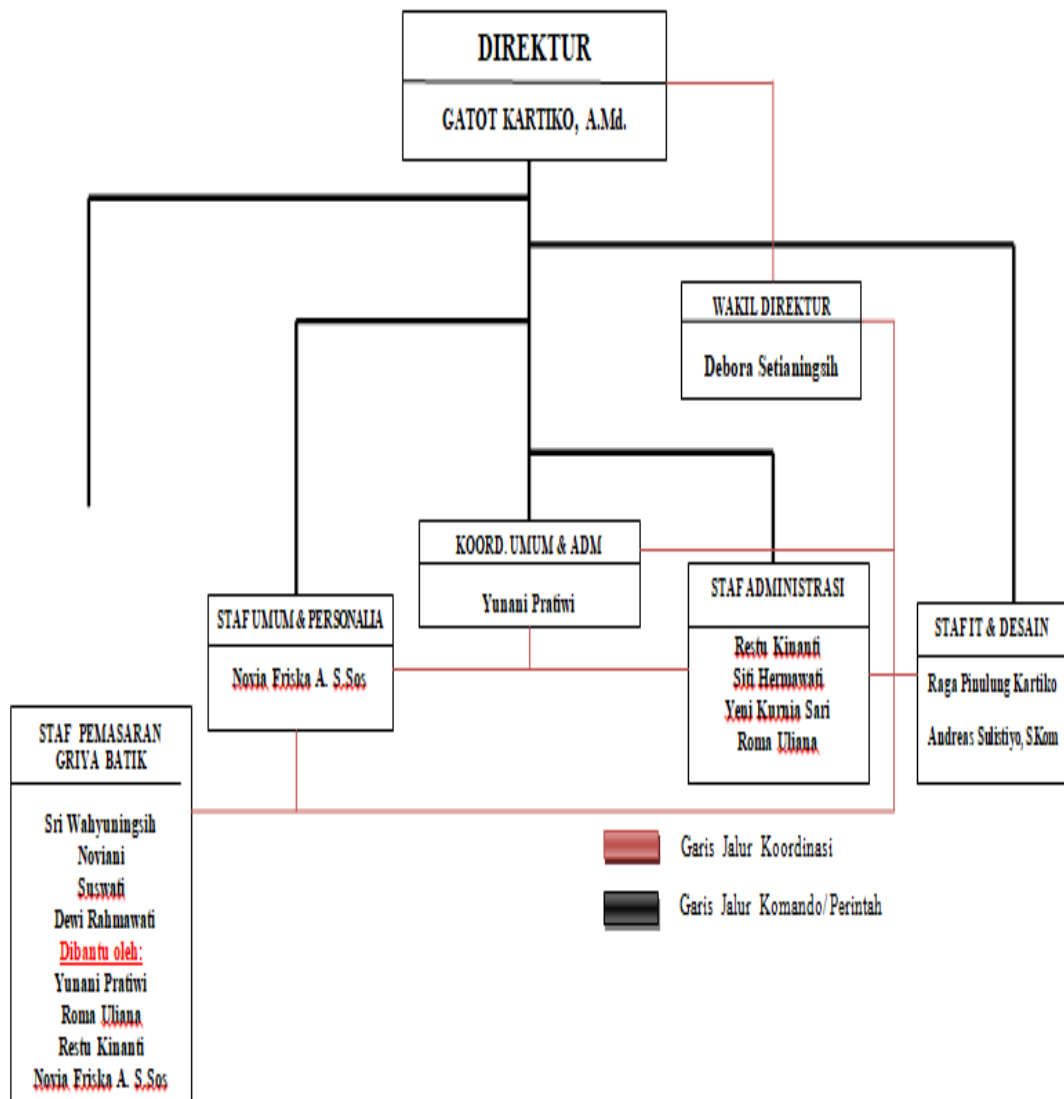
Tujuan: menciptakan memori yang berkesan bagi wisatawan, sehingga pengalaman perjalanan/kunjungan wisata yang dilakukan dapat terus membekas dalam benak wisatawan, dan menumbuhkan motivasi untuk berkunjung ulang.

Bentuk Aksi:

- Menggali dan mengangkat keunikan budaya toko.
- Menyajikan makanan dan minuman khas toko18 yang bersih, sehat dan menarik.
- Menyediakan cenderamata yang menarik, unik/khas serta mudah dibawa.

3.6 Struktur Organisasi CV Gabovira Bandar Lampung

Struktur organisasi yang ada pada CV Gabovira Bandar Lampung yang dipimpin oleh Direktur yang bernama Gatot Kartiko, A.Md dan memiliki Wakil Direktur yang bernama Debora Setianingsih serta memiliki divisi bidang kerja yang berbeda-beda yaitu Staff Pemasaran Griya Batik, Staff Umum dan Personalia, Koordinator Umum dan Administrasi, Staff Administrasi, Staff IT dan Design.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV Gabovira Bandar Lampung

Sumber : Data milik CV Gabovira Bandar Lampung

Tabel 3.1 Data Karyawan

Berikut ini data karyawan CV Gabovira Bandar Lampung :

Jabatan	Nama
Direktur	Gatot Kartiko, A.Md
Wakil Direktur	Debora Setianingsih
Koordinator Umum dan Administrasi	Yunani Pratiwi
Umum dan Personalia	Dina Setiawati
Administrasi	Yeni Kurnia Sari
Administrasi	Restu Kinanti
Pemasaran GriBa	Suswati
Pemasaran GriBa	Sri Wahyu Ningsih
Pemasaran GriBa	Arista Indriani Saputri
Pemasaran GriBa	Tri Lestari
Pemasaran GriBa	Roma Uli Ana
Pemasaran GriBa	Noviani
Pemasaran GriBa	Dewi Rahmawati
Administrasi	Irna Ridha Shafira

Tabel 3.1 Data Karyawan CV Gabovira Bandar Lampung

Sumber : Data milik CV Gabovira Bandar Lampung

3.7 Fungsi Unit Kerja CV Gabovira Bandar Lampung

Dibawah ini merupakan uraian tugas masing-masing tiap divisi dalam struktur organisasi CV Gabovira Bandar Lampung yang akan dijelaskan secara umum sebagai berikut:

1. Direktur

- a. Implementasi dan mengorganisir Visi dan Misi Perusahaan
- b. Menyusun Strategis Bisnis untuk Perusahaan
- c. Melakukan evaluasi Perusahaan
- d. Melakukan Rapat Rutin
- e. Mengawasi Situasi Bisnis

2. Wakil Direktur

- a. Menjabarkan tugas-tugas yang telah diberikan oleh direktur untuk mencapai target perusahaan sesuai dengan visi dan misi
- b. Mengevaluasi dan menilai kinerja karyawan untuk memberikan job description pada level tertentu sesuai dengan struktur organisasi
- c. Membantu direktur dalam hal memasarkan hasil produksi untuk kelancaran dan operasional di lapangan
- d. Memberikan keputusan untuk efektivitas dan efisiensi tugas pekerjaan di lapangan

3. Koordinator Umum dan Administrasi

- a. Laporan Pemakaian Kain & Administrasinya
- b. Laporan Bulanan Pembelian Barang & Pembelian Lain-Lain
- c. Laporan Biaya Transport / Paket
- d. Terima Order Batik dari Konsumen
- e. Cek Produksi , Plangkan (Ke Pekalongan)
- f. Mengkoordinir / Pengawasan Semua Bidang Pekerjaan
- g. Membantu Pelayanan Konsumen

4. Umum & Personalia

- a. Buat Jadwal Libur dan Cetak Absen Bulanan
- b. Administrasi Kepersonaliaan / Surat Menyurat & Surat Order
- c. Laporan Bulanan PDAM, Telkom, PLN & Koran
- d. Pengeluaran Kas / ATK & Biaya Promosi (Iklan)
- e. Menangani Kegiatan PKL, Magang & Kunjungan Ke Gabovira lainnya
- f. Laporan Piutang Bulanan & Tindaklanjutnya
- g. Menangani Urusan Perijinan, Dinas Pemda & Swasta terkait
- h. Buat Anggaran Kebutuhan ATK, Plastik, Tas Gabovira, Alat Kebersihan
- i. Pengawasan Terhadap Satpam & OB (Tugas-Tugas, dll)
- j. Laporan Bulanan BPJS & Urusan Seputar BPJS

5. Administrasi

- a. Laporan & Pembayaran Barang Pending secara Berkala
- b. Laporan Stock Bulanan (Program POS)

- c. Laporan Penjualan (Program POS)
- d. Melakukan Posting dan Lainnya yang berhubungan dengan POS
- e. Membantu & Mengawasi Karyawan Lainnya dalam Pembuatan Barcode
- f. Penjualan Sistem Putus ke Pihak Ke-3 (Metro, dll)
- g. Memonitor Jumlah & Kelayakan Plangkan Batik (Alat Batik Printing)
- h. Administrasi Perpajakan (Data-data PPh Final 0,5%)

6. Pemasaran GriBa

- a. Membantu Kegiatan Pelatihan Batik Tulis
- b. Mencatat, Merapikan & Menata Alat Alat Batik beserta Obat Obat Batik (Kain Katun Polos, Canting, Kompor, dll) di Gudang Utama
- c. Pelayanan Konsumen / Pelanggan

7. Administrasi di Gudang

- a. Membuat Laporan Stock Barang Gudang Utama (*Ex. Showroom*) secara berkala
- b. Merapikan dan Mendata Barang Barang di Gudang Utama
- c. Bertanggung Jawab Barang Masuk dan Keluar di gudang utama

3.8 Budaya Perusahaan

Adapun budaya perusahaan di CV Gabovira Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1. Seluruh karyawan masuk pada hari senin hingga minggu
2. Pukul 08.00 seluruh karyawan sudah harus sampai di kantor.
3. Sebelum melakukan kegiatan wajib melakukan *briefing* terlebih dahulu.
4. Pukul 12.00-13.00 seluruh karyawan diperbolehkan untuk istirahat dan pada hari jumat, seluruh karyawan diperbolehkan istirahat hingga pukul 13.30.
5. Pukul 17.00 seluruh karyawan diperbolehkan untuk pulang, namun jika pekerjaannya belum selesai tepat waktu diperbolehkan untuk lembur hingga pekerjaan selesai.

3.9 Jenis Penelitian

Penerapan deskriptif kualitatif digunakan dalam penelitian ini agar dapat mengembangkan teori-teori yang diterapkan pada data yang sudah diperoleh. Dalam metode kualitatif peneliti melakukan pengumpulan data yang mendalam, hal tersebut dilakukan mulai dari observasi dilapangan hingga melakukan wawancara pada informan yang ada. Menurut Sugiyono (2005) penelitian kualitatif bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Dalam penelitian kualitatif terjadi 3 kemungkinan yang terjadi terhadap masalah yang akan diteliti oleh peneliti, meliputi: (1) masalah yang dibawa oleh peneliti tetap, (2) masalah yang dibawa oleh peneliti setelah memasuki peneliti berkembang dengan memperluas atau mengembangkan masalah yang sudah disiapkan (3) masalah yang dibawa peneliti saat sudah memasuki lapangan dapat berubah total sehingga peneliti harus mengganti masalah dan judul.

Menurut Bogdan & Biklen yang dikutip oleh Moleong (2006) menyatakan bahwa “Kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dalam penelitian melalui data yang telah dikelola kemudian menemukan pola dan menentukan apa yang perlu dipelajari untuk di kembangkan dan diceritakan kepada orang lain”. Penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang berperilaku sehingga dapat diarahkan pada latar individu secara utuh (Bogdan & Taylor, 1992). Sumber data yang sudah terkumpul berupa dokumen atau informasi yang peneliti dapatkan mengenai strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk batik di CV Gabovira Bandar Lampung yang bersifat kualitatif sehingga menghasilkan data deskriptif berupa analisa kata-kata tertulis terhadap fenomena yang diamati.

3.10 Jenis Data Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka jenis data penelitian yang digunakan adalah jenis data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Dalam penelitian ini diperoleh data yang diamati secara langsung pada CV Gabovira Bandar Lampung dengan mengambil hasil data melalui wawancara kepada informan yang meliputi: Direktur CV Gabovira Bandar Lampung, Karyawan CV Gabovira Bandar Lampung dan Konsumen.

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang didapat dari hasil laporan penjualan pada CV Gabovira Bandar Lampung. Maka peneliti menggunakan data sekunder ini guna memperoleh informasi yang akurat untuk memperkuat penemuan yang telah dilakukan.

3.11 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada CV Gabovira Bandar Lampung yang terletak di Jl. Teuku Cik Ditiro Kemiling Bandar Lampung. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan November 2022.

3.12 Subyek dan Obyek Penelitian

Suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai bahan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009). “Obyek Penelitian adalah karakteristik tertentu yang menghasilkan nilai atau skor dengan ukuran yang berbeda pada setiap individu yang berbeda atau merupakan suatu konsep yang memberikan satu nilai atau lebih”. Dalam penelitian ini, obyek penelitian yang diteliti yaitu adanya fluktuasi dalam penjualan pada CV Gabovira Bandar Lampung. Sedangkan dalam subyek penelitian ini adalah CV Gabovira Bandar Lampung yang terletak di Jl. Teuku Cik Ditiro Kemiling Bandar Lampung.

3.13 Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ridwan, 2004 : 104). Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi di lapangan dengan mengetahui strategi yang dilakukan dalam mempertahankan suatu usaha pada CV Gabovira Bandar Lampung.

2. Wawancara

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013:231) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Berdasarkan Susan Stainback (1998) dalam Sugiyono (2009) menyatakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan memahami hal-hal yang lebih mendalam partisipan dalam menginterpretasikan fenomena yang terjadi, dimana dalam hal ini tidak dapat ditemukan hanya dengan melalui observasi. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara semiterstruktur yang merupakan teknik pengumpulan data yang termasuk dalam kategori *in-dept interview* (wawancara mendalam) dimana pelaksana lebih bebas dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan utama dari wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dalam melakukan wawancara ini peneliti diperlukan untuk mendengarkan dengan teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

Alat-alat yang digunakan saat wawancara berlangsung agar memberikan hasil yang baik dan peneliti dapat memberikan bukti telah melakukan wawancara kepada informan, maka diperlukan bantuan meliputi:

- a. Buku Catatan: digunakan untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data yang telah diperoleh. Dengan dukungan notebook yang dapat digunakan untuk membantu mencatat hasil wawancara yang sudah dilakukan.

b. Tape Recorder: digunakan untuk merekam semua percakapan saat pembicaraan berlangsung.

c. Camera: digunakan untuk memotret saat peneliti sedang melakukan wawancara kepada informan. Dengan adanya bukti foto tersebut maka dapat meningkatkan hasil penelitian yang lebih terjamin keabsahannya, apabila peneliti benar-benar melakukan pengumpulan data.

3.14 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2009). Dalam penelitian kualitatif studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Pada hasil penelitian biasanya didukung dengan hasil foto atau catatan agar dapat dipercaya dan mendapatkan hasil yang lebih kredibel. Studi dokumen merupakan data pelengkap yang digunakan untuk metode observasi dan wawancara. Sumber ini biasanya terdiri dari sumber data melalui dokumen dan rekaman. Dokumen biasanya berbentuk tulisan atau gambar. Dokumen yang berbentuk tulisan meliputi catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan, kebijakan, cerita dan biografi. Sedangkan dokumen yang berbentuk gambar biasanya terdiri dari foto, sketsa, dll.

3.15 Teknik Analisis Data

1. Uji Kredibilitas Data

Untuk melakukan pengujian keabsahan data, peneliti menggunakan teknik Triangulasi Data, yakni Triangulasi sebagai teknik pengumpulan data. Menurut Susan Stanback (1988) menyatakan bahwa tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

2. Triangulasi Sumber

Triangulasi Sumber yaitu peneliti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif (Moleong, 2011:330). Hal ini dapat

dicapai dengan jalan membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi dan lain sebagainya.

3.Triangulasi Metode

Triangulasi Metode yaitu dengan melakukan pengecekan data penelitian dengan teknik pengumpulan data yang berbeda yakni berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil wawancara menyatakan bahwa salah satu strategi pemasaran yang dilakukan CV Gabovira Bandar Lampung adalah dengan memperhatikan dan menjaga kualitas produk, penetapan harga, kegiatan promosi serta pendistribusian.

3.16 Narasi Data

Menurut Widjono H.S (2007), pengertian narasi adalah uraian yang menceritakan sesuatu atau serangkaian kejadian, tindakan, keadaan, secara berurutan dari permulaan sampai akhir sehingga terlihat rangkaian hubungan satu sama lain. Penelitian narasi menggunakan teknik restorying untuk membangun account narasi berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara. Penelitian narasi menggabungkan konteks dan tempat dalam cerita. Lebih berfokus pada pengalaman individu dan kronologi mereka. Gaya narasi merupakan kekuatan riset kualitatif, tekniknya sama dengan bentuk story telling, dimana cara penguraian yang menghablurkan batas-batas fiksi, jurnalisme, dan laporan akademis.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa CV Gabovira Bandar Lampung dalam pelaksanaan prosedur distribusi produk batik memiliki acuan atau pedoman dalam mengatur kelancaran kegiatan distribusi produk sehingga dapat memudahkan jalannya suatu pekerjaan dan meminimalisir adanya kesalahan yang terjadi saat pekerjaan berlangsung.

Pada tingkatan prosedur distribusi yang CV Gabovira Bandar Lampung yaitu dengan menempatkan sebanyak mungkin produk-produk CV Gabovira dengan cara memiliki stock point di setiap outlet dilampung dan luar kota, sehingga memudahkan perusahaan untuk menempatkan produk-produknya di berbagai toko yang ada di kota Bandar Lampung dan luar kota. Prosedur distribusi produk di mulai dari produsen atau principal, kemudian bergerak menuju konsumen yang sesuai dengan segmen dan target merek produk tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari pembahasan maka ada beberapa saran yang harus diperhatikan untuk merubah menjadi lebih baik meliputi:

1. Menambah jumlah armada untuk meminimalisir terjadinya keterlambatan pengiriman barang ke konsumen.
2. Menjaga ketersediaan stock barang agar selalu penuh dan *available* setiap ada orderan karena jika banyak barang yang kosong membuat *paratrader/retailer/ consumer* merasa tidak puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, B. P. (2012). *Strategi Pengembangan Agroindustri Keripik Pisang Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar*. Agrista, Vol. 1. No. 2.
- Alwi, Hasan. (2002). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ardiyanta, O. (2013). *Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara*. Skripsi, 13.
- Fatmah, S. A. (2017). *Analaisis Saluran Distribusi Dalam Memasarkan Produk Asuransi Syariah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga* . Skripsi.
- Febrian, D. (2014, Oktober). *Anlisis Pelaksanaan Distribusi Penjualan Produk Percetakan Buku (Kasus Kantor Perwakilan PT. Penerbit Erlangga di Pekanbaru)*. Jom FISIP. Vol. 1. No. 2.
- Hasriani. (2018). *Analisis Saluran Distribusi Produk Pada PT. London Sumatera Di Kabupaten Bulukumba* . Skripsi. Hlm. 25.
- Natasya Karundeng, T., Mandey, S., & Sumarauw, J. (2018, Juli). *Analisis Saluran Distribusi Kayu (Study Kasus Di CV. Karya Abadi, Manado)*. Jurnal EMBA. Vol. 6. No. 3.
- Rahmah, S. A. (2017). *Analaisis Saluran Distribusi Dalam Memasarkan Produk Asuransi Syariah Pada PT. Asuransi Takaful Keluarga* . Skripsi.

Rasyid, A. (2018). *Strategi Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. Skripsi*. Hlm. 13.

Suwarno, H. L. (2006, 11). *Sembilan Fungsi Saluran Distribusi: Kunci Pelaksanaan Kegiatan Distribusi Yang Efektif*. Jurnal Manajemen. Vol. 6. No. 1. Hlm. 79.

Tamuntuan, N. (2013). *Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayuran Wortel Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon*. EMBA, Vol. 1. No. 3.