

PENGARUH EFEKTIVITAS KEGIATAN DISTRIBUSI FISIK TERHADAP LOYALITAS DEALER INDOSAT DI BANDUNG TAHUN 2008

Fikri Adnan¹

Universitas Telkom

Abstrak

Setiap perusahaan memiliki strategi tersendiri untuk menang dalam persaingan bisnis. Strategi yang dimiliki harus memiliki keunggulan kompetitif dengan cara perencanaan dan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu kegiatan dari pemasaran yang menjadi keunggulan kompetitif adalah saluran distribusi. Kegiatan distribusi yang efektif dan memberikan kepuasan kepada pelanggan/distributornya dapat menjadi suatu keunggulan bagi perusahaan. Serta sikap loyal dari distributor yang percaya dan komitmen terhadap kegiatan dari perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan tingkat kepuasan dari Dealer dan tingkat loyalitas dari Dealer terhadap kegiatan logistik pemasaran. Kegiatan distribusi Indosat Cabang Bandung dilakukan oleh unit Indirect Sales, dan Dealer sebagai saluran distribusinya terdiri dari dua jenis status yang memiliki perbedaan berupa produk yang didistribusikan. Status pertama yaitu dealer utama, dealer yang memiliki kegiatan berupa kebijakan alokasi kartu perdana, voucher, promo tools dan membawahi outlet resmi indosat serta memiliki branding Indosat (tidak melakukan hubungan kemitraan dengan provider lain). Status kedua yaitu dealer retail, dealer yang hanya melakukan kegiatan berupa alokasi perdana, dan voucher, serta dapat melakukan hubungan kemitraan dengan provider lain tanpa branding Indosat. Kegiatan distribusi yang akan dibahas yaitu logistik pemasaran yang terdiri dari proses pemesanan, pergudangan, persediaan dan pengangkutan. Keempat kegiatan tersebut dilihat kinerja/performance-nya dan harapan/importance-nya, yang kemudian dilakukan analisis untuk mengetahui tingkat kepuasan Dealer dan mengetahui kegiatan mana yang harus prioritaskan perbaikannya dengan menggunakan diagram kartesius Importance & Performance. Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif, dengan menggunakan teknik sampling jenuh, dan menggunakan teknik analisis data berupa analisis tingkat kepuasan, analisis importance & performance, serta analisis jalur. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa Dealer memiliki persepsi yang sangat baik terhadap kinerja Indosat dan memiliki harapan yang sangat tinggi dari kegiatan tersebut. Dan kegiatan yang mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas Dealer yaitu proses pemesanan, persediaan, dan pengangkutan sedangkan pergudangan dan tingkat kepuasan dari kegiatan tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas Dealer. Hubungan yang terjadi dari proses pemesanan, persediaan dan pengangkutan terhadap loyalitas Dealer dinilai signifikan karena nilai hitung $t > t$ tabel, dan nilai koefisien secara parsialnya berurutan sebagai berikut, 0,399; 0,428; 0,285.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan yang diharapkan dapat menjawab tujuan dilakukannya penelitian ini, yaitu:

- a. *Dealer* menilai kinerja distribusi fisik yang dijalankan Indosat sangat baik, karena hasil persentase untuk masing-masing *item* dari skor Kinerja/Ekpektasi *Dealer* berada pada persentase antara 81,25%-100% (pada tabel 3.4).
- b. Dari data yang telah diolah, *Dealer* memiliki harapan yang tinggi terhadap kinerja yang sedang dilaksanakan, karena secara keseluruhan nilai skor kinerja lebih kecil dari nilai skor harapan *dealer*. Dan berdasarkan tabel 3.4, terdapat 13 *item* yang tergolong sangat tinggi harapannya, sedangkan tiga *item* lainnya (Proses pembayaran /prosedur pembayaran, ketersediaan produk saat pemesanan, dan ketepatan waktu penyerahan produk hingga sampai ke pihak *dealer*) tergolong tinggi harapannya.
- c. Perilaku *dealer* untuk menjadi loyal terhadap Indosat dipengaruhi oleh tiga kegiatan logistik pemasaran yaitu proses pemesanan, persediaan, dan pengangkutan. Hasil pengolahan data dengan teknik analisis jalur dapat disimpulkan bahwa Variabel eksogen yang mempengaruhi secara signifikan terhadap Y (Loyalitas *Dealer*) yaitu Proses Pemesanan, Persediaan, dan Pengangkutan, karena nilai hitung tabel t dari setiap dimensi lebih besar dari nilai t tabel (1,859).
- d. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa kinerja secara keseluruhan dinilai sangat baik oleh *Dealer* yang berarti apa yang diinginkan *Dealer* dapat dipenuhi oleh Indosat. Untuk menunjukkan kegiatan distribusi ini efektif atau tidak dapat dilihat dari hasil presentase yang dihasilkan dari perbandingan kinerja dengan

harapan *Dealer*, dan hasil yang diperoleh sangat baik (rata-rata hasil perbandingan sebesar 90,2% dan kriteria penilaian berdasarkan persentasenya sangat baik yaitu antara 81,25%-100%). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kegiatan distribusi yang dijalankan selama ini oleh *Dealer* sudah efektif, karena apa yang diinginkan *Dealer* dapat dipenuhi oleh Indosat dan memiliki *gap* yang sangat kecil.

- e. Fungsi distribusi Fisik yang memiliki tingkat harapan tertinggi berdasarkan analisis Tingkat Harapan yaitu keseluruhan fungsi logistik pemasaran, karena setiap dimensinya memiliki persentase sebesar 25%. Berarti diantara dimensi fungsi logistik pemasaran, *Dealer* memiliki tingkat harapan yang sama untuk setiap dimensinya.
- f. Dengan menggunakan analisis Matriks *Importance & Performance*, *item* yang harus ditingkatkan kinerjanya terdapat pada kuadran I, yaitu Dimensi Proses Pemesanan dengan *item* kelengkapan pemesanan dan Dimensi Persediaan pada *item* penangan produk kadaluarsa (*expired*).
- g. Dari beberapa teknik analisis yang digunakan diperoleh bahwa tingkat kepuasan *dealer* dari kegiatan logistik pemasaran sangat tinggi, tetapi tingginya tingkat kepuasan tersebut belum membuat *dealer* menjadi loyal. Dan ternyata hal yang dapat membuat *dealer* berperilaku loyal adalah kinerja dari proses pemesanan, persediaan dan pengangkutan. Semakin baik ketiga kinerja tersebut maka semakin loyal juga perilaku *dealer* terhadap Indosat.

5.2 Saran

Saran yang akan peneliti sampaikan, ditujukan kepada perusahaan dan untuk studi lanjutan. Berikut ini penjabaran masing-masing saran berdasarkan tujuan pemberian saran.

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Saran yang ditujukan bagi perusahaan diharapkan dapat diimplementasikan dan dapat meningkatkan kinerja logistik pemasaran untuk kedepannya.

a. Dari teknik analisis untuk mengetahui tingkat kinerja logistik pemasaran diperoleh bahwa kinerja yang dirasakan sudah sangat baik. Tetapi sangat penting dilihat dari segi analisis Matriks *Importance & Performance*, karena dari kinerja yang dinilai sangat baik itu terdapat dua *item* yang dianggap memiliki tingkat harapan yang tinggi sedangkan kinerja yang dirasakan rendah. *Item* yang dimaksud adalah kelengkapan pemesanan dan penanganan produk yang kadaluarsa, berarti pesanan yang diterima oleh pihak pemesan harus sesuai dengan apa yang dipesan sebelumnya. Adapun saran yang akan peneliti sampaikan yaitu:

- 1) Kelengkapan Pemesanan
 - a) Melakukan *list* terhadap produk yang dipesan sehingga tidak terjadi kelalaian saat melakukan pembukusan produk sebelum dikirim ke *Dealer*.
 - b) Melakukan konfirmasi ulang terhadap kelengkapan produk yang dipesan sebelum melakukan pengiriman produk, sehingga pihak pemesan tidak kecewa dan mengurangi ketidakpuasan karena pemesan tidak perlu berharap lagi akan kelengkapan barang yang dipesan.
- 2) Penanganan Produk Kadaluarsa
 - a) Ada baiknya untuk menghindari terjadinya produk yang kadaluarsa, dengan cara mengalokasikan terlebih dahulu produk yang telah diterima di awal pemesanan sehingga produk-produk dengan jangka waktu yang pendek dapat dipasarkan terlebih dahulu.
 - b) Bila produk sudah hampir melewati batas kadaluarsa sebaiknya dilakukan penjualan dengan paket atau potongan harga dari setiap produk tersebut. Sehingga konsumen tertarik untuk mengkonsumsinya.

Dari diagram *Importance & Performance*, terdapat diagram IV yang artinya kinerja dianggap berlebihan oleh *Dealer*. *Item* yang termasuk di kuadran IV yaitu system komputerisasi dalam proses pemesanan, jumlah unit produk yang diberikan sesuai dengan permintaan, kebijakan dalam menangani produk yang cacat, ketersediaan alat transportasi, dan kemasan produk saat sampai ke *Dealer*.

Saran yang peneliti sampaikan dari kuadran IV yaitu:

- 1) Memberikan edukasi mengenai kegiatan distribusi yang dijalankan selama ini, dengan mengutamakan nilai guna dari setiap kegiatan tersebut, dan kerugian bila kegiatan tersebut tidak dilakukan dengan baik, dan dianggap tidak penting.
 - 2) Kegiatan yang dianggap tidak penting mengakibatkan kinerja yang semakin menurun, karena Indosat berfikir bahwa kegiatan distribusi yang dilakukan sia-sia bila kegiatan tersebut dijalankan dengan optimal. Untuk itu Indosat perlu memberikan sangsi dan peringatan apabila kegiatan yang telah dilaksanakan dengan baik tetapi tidak direspon positif oleh *Dealer* sehingga *Dealer* akan lebih menghargai setiap kegiatan yang dijalanannya.
- b. Berdasarkan analisis jalur untuk melihat hubungan variabel eksogen terhadap Loyalitas *Dealer*, terdapat tiga variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu Proses Pemesanan, Persediaan, dan Pengangkutan. Berikut ini adalah saran yang peneliti ajukan untuk setiap variabelnya.
- 1) Proses Pemesanan
 - a) Mempersingkat prosedur pemesanan.
 - b) Melakukan konfirmasi dengan pihak *Dealer* secara berkesinambungan.
 - 2) Berdasarkan kegiatan Persediaan, peneliti memberikan saran berupa:
Perbaiki sistem pengelolaan persediaan di Indosat sehingga dapat memenuhi kebutuhan produk yang diinginkan *Dealer*. Persediaan tersebut tidak hanya berdampak positif pada *Dealer*, tetapi juga berdampak positif

terhadap Outlet dan konsumen. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan peramalan berdasarkan data *history* yang dimiliki Indosat sebagai bahan pertimbangan untuk keputusan persediaan produk kedepannya. Sehingga *Dealer* memiliki tingkat komitmen yang tinggi untuk menjalankan kegiatan distribusinya atas ketersediaan produk dari Indosat.

- 3) Berdasarkan Pengangkutannya, peneliti memberi saran sebagai berikut:
 - a) Melakukan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang telah ditentukan, sehingga *Dealer* tidak perlu menunggu lama dan melewati batas waktu penerimaan produk. Untuk mengurangi keterlambatan tersebut bisa dilakukan dengan cara kebijakan prioritas jalan/rute yang ditempuh dari Indosat cabang, misalnya mengurutkan rute mana yang akan diambil untuk mengirimkan produk. Dan dapat juga dilakukan prioritas waktu pemesanan, siapa yang terlebih dahulu melakukan pemesanan. Dengan ketentuan setiap *Dealer* memperoleh informasi setiap kebijakan tersebut.
 - b) Untuk menghindari penurunan *Loyalitas Dealer*, dapat dilakukan pemberitahuan apabila produk yang sedang dikirim mengalami keterlambatan sesuai dengan apa yang sedang dialami pengantar produk atau sesuai keadaan yang tidak diduga lainnya dari Indosat.

5.2.2 Saran Untuk Studi Lanjutan

Tujuan dari logistik pemasaran yaitu kepuasan konsumen dan biaya distribusi yang minimum. Dari sisi pelanggan/distributor yang dilihat adalah kepuasan konsumen, sedangkan saat dilihat dari pandangan perusahaan bagaimana agar perusahaan mengeluarkan biaya yang minimum untuk kegiatan distribusinya.

Pada penelitian ini, hal yang diteliti adalah tingkat kepuasan dan tingkat loyalitas *Dealer* terhadap kegiatan logistik pemasaran. Dari dua hal yang diteliti tersebut terdapat satu tujuan dari logistik pemasaran yaitu kepuasan, sedangkan untuk

loyalitas merupakan pengembangan dari kepuasan yang muncul akibat adanya kepercayaan dan komitmen.

Oleh karena itu, peneliti memberi saran untuk penelitian selanjutnya, meneliti berdasarkan tujuan logistik pemasaran yaitu kepuasan pelanggan/distributor, dan minimalisasi biaya distribusi.

