

**STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Islam**

**Oleh
AFNI AULIA MARIANA
NIM. 062623001**

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

2011

ro
11 SKI 1009049.01

**STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Islam

Oleh

AFNI AULIA MARIANA

NIM. 062623001

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2011**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Afni Aulia Mariana

NIM : 062623001

Jenjang : S-1

Jurusan : Syari'ah

Program Studi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 April 2011

Saya yang menyatakan,



Afni Aulia Mariana
NIM. 062623001

NOTA PEMBIMBING

Purwokerto, 30 April 2011

Hai : Skripsi
Sdri. Afni Aulia Mariana
Lamp : 5 (lima) eksemplar

Kepada Yth.
Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Afni Aulia Mariana
NIM : 062623001
Jurusan/Prodi : Syari'ah/Ekonomi Islam
Angkatan tahun : 2006/2007
Judul : **STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Perusahaan
Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)**

Dengan ini kami mohon agar skripsi Saudara tersebut di atas untuk dapat dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing


Ahmad Dahlan, M.S.I

NIP. 19731014 200312 1 002

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)

Yang disusun oleh Saudari Afni Aulia Mariana, NIM. 062623001, Program Studi Ekonomi Islam, Jurusan Syariah STAIN Purwokerto telah diujikan pada tanggal 14 Mei 2011 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Purwokerto, 30 Mei 2011

Ketua Sidang



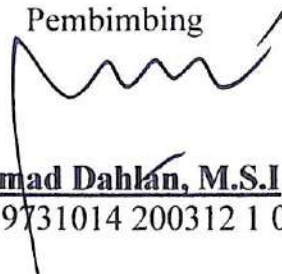
H. Supriyanto, Lc, M.S.I.
NIP. 19740326 199903 1 001

Sekretaris Sidang



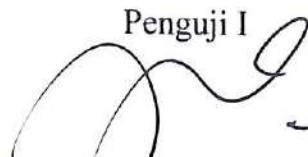
Iin Solikhin, M.Ag.
NIP. 19720805 200112 1 002

Pembimbing



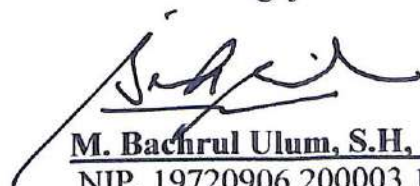
Ahmad Dahlan, M.S.I
NIP. 19731014 200312 1 002

Penguji I



Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

Penguji II



M. Bachrul Ulum, S.H, M.H.
NIP. 19720906 200003 1 002

Mengetahui/Mengesahkan
Ketua STAIN Purwokerto



Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag.
NIP. 19670815 199203 1 003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kekuatan kepada kita semua, sehingga kita selalu diberi keridhoan dalam bertindak dan keberkahan dalam berkarya. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, tabi'in dan seluruh umat Islam seluruh jagat raya yang senantiasa mengikuti semua ajarannya.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Terutama kepada:

1. Dr. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto sekaligus selaku Penasehat Akademik Program Ekonomi Islam angkatan tahun 2006.
2. Drs. Rohmad, M.Pd., Pembantu Ketua I Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Drs. H. Ansori, M.Ag., Pembantu Ketua II Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Dr. Abdul Basit, M.Ag., Pembantu Ketua III Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.
5. Drs. H. Syufa'at, M.Ag., Ketua Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.
6. Ahmad Dahlan, M.S.I., Ketua Prodi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto sekaligus sebagai dosen pembimbing.

7. Seluruh Dosen Ekonomi Islam dan Jurusan Syariah yang telah mengajar dan membimbing selama proses kuliah.
8. Kedua orang tua saya yang tercinta Ayah Achmad Ansori, Ibu Retnoningsih, adik-adikku tersayang Anggi, Vikri dan segenap keluarga besar dengan doa kalian sehingga saya dapat menyelesaikan studi serta untuk Mas Ruri yang selalu memberikan motivasi.
9. Segenap Staff Perpustakaan dan Akademik STAIN Purwokerto.
10. Pihak Manajemen UD Vijaya Purwokerto, Bapak Bandi Setiawan, Ibu Endah, Mas Septo, Mba Retno, dan juga personil perusahaan lainnya yang menyempatkan waktunya untuk membantu penulis dalam penelitian di lapangan.
11. Teman-teman Prodi EI, MUA dan AS angkatan 2006.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, tentunya banyak kekurangan dan kesalahan, namun demikian semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang membutuhkan. Amiin.

Purwokerto, 30 Oktober 2010

Penyusun,



Afni Atulia Mariana
NIM. 062623001

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	t	te (dengan titik di bawah)

ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain'	koma terbalik ke atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	el
م	mim	m	em
ن	nun	n	en
و	wawu	w	we
ه	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monofong)

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	kasroh	i	i
ُ	ḍammah	u	u

Contoh: كَتَبَ - kataba

يَذْهَبُ - yazhabu

فَعَلَ - fa'ala

سُئِلَ - su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ —	Fathah dan ya	ai	a dan i
وَ —	Fathah dan wawu	au	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa

هَوَّلَ - haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
يَ...َا...	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يَ...ِ...	kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ُو...	ḍammah dan wawu	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

1) *Ta marbutah* hidup

ta marbutah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakat fathah, kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضة الأطفال	Raudah al-Aṭfāl
المدينة المنوره	al-Madīnah al-Munawwarah
طلحة	Ṭalḥah

5. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf // diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرَّجُل - ar-rajulu

القلم - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	akala
Hamzah di tengah	تأخذون	ta'khuzūna
Hamzah di akhir	التوء	an-nau'u

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهُو خير الرازقين : wa innallaha lahuwa khair ar-raziqin

فاوفوا الكيل والميزان : fa aufu al-kaila wa al-mizana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN KEASLIAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Penegasan Istilah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Telaah Pustaka.....	7
F. Metode Penelitian.....	11
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN	
A. Distribusi	17
1. Pengertian dan Fungsi Distribusi	17
2. Tipe-tipe Saluran Distribusi.....	19
3. Sistem Saluran Distribusi.....	19
4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Distribusi	21
B. Strategi Distribusi.....	23

C.	Distribusi Dalam Ekonomi Islam	26
1.	Pengertian Distribusi Dalam Islam	26
2.	Mekanisme Distribusi Dalam Islam	26
3.	Karakteristik Distribusi Dalam Islam	29
BAB III	STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU VISTRAND	
	UD VIJAYA PURWOKERTO	
A.	Gambaran Umum UD Vijaya Purwokerto	32
1.	Sejarah Singkat Berdirinya UD Vijaya Purwokerto	32
2.	Struktur Organisasi	33
3.	Faktor-faktor Produksi	33
4.	Proses Produksi	39
B.	Implementasi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD	
	Vijaya Purwokerto	41
1.	Strategi Struktur Saluran Distribusi	42
2.	Strategi Cakupan Distribusi	44
3.	Distribusi Fisik	47
4.	Layanan Konsumen	48
5.	Pengendalian dan Evaluasi Distribusi	50
BAB IV	ANALISIS TERHADAP STRATEGI DISTRIBUSI	
	PERUSAHAAN SEPATU VISTRAND UD VIJAYA	
	PURWOKERTO	
A.	Analisis terhadap Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand	
	UD Vijaya Purwokerto Perspektif Ekonomi Islam	55

	B. Analisis SWOT terhadap Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu	
	Vistrand UD Vijaya Purwokerto	61
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	69
	B. Saran-saran.....	70
	C. Kata penutup.....	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks SWOT Kearns.....	15
Tabel 2 Tipe Penjualan dan Sistem Saluran Pemasaran	21
Tabel 3 Volume Penjualan Sepatu Vistrand	51
Tabel 4 Daftar Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan UD Vijaya.....	62
Tabel 5 Daftar Peluang dan Ancaman Perusahaan UD Vijaya.....	63
Tabel 6 Matriks Analisis SWOT Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alternatif Saluran Distribusi	19
Gambar 2 Struktur Organisasi UD Vijaya Purwokerto.....	33
Gambar 3 Alur Produksi Sepatu Vistrand.....	40
Gambar 4 Saluran Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand	42
Gambar 5 Manfaat Kepuasan Pelanggan	49

**STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)**

Afni Aulia Mariana

afni_a@yahoo.com

Program Studi SI Ekonomi Islam Jurusan Syariah
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto

ABSTRAK

Perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya merupakan salah satu industri sepatu di Purwokerto yang memanfaatkan kulit hewan sebagai bahan baku pembuatan sepatu. Strategi distribusi yang diterapkan menggunakan distribusi langsung yang mengerahkan personel penjualan (sales) dalam penjualan produknya ke wilayah Karesidenan Banyumas dan wilayah ekspansi, dengan omset penjualan bisa mencapai 200 juta per bulan dengan waktu 4 tahun konsumen mencapai 9000an. Maka distribusi merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan berhasil tidaknya suatu produk diterima oleh pasar. Maka obyek penelitian kasus ini merumuskan apa yang terjadi dan yang sedang dihadapi perusahaan dalam analisis SWOT serta menganalisis terhadap strategi distribusi yang dijalankan perusahaan perspektif ekonomi Islam.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui strategi distribusi perusahaan sepatu di UD Vijaya Purwokerto perspektif ekonomi Islam, (2) mengetahui lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan dalam strategi distribusi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi serta tehnik penganalisa data yang digunakan adalah tehnik analisa deskriptif dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis ekonomi Islam, perusahaan menjalankan distribusi dengan prinsip *wakālah al-muqayyadah*, melakukan usaha dengan persaingan yang sehat, sales selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan sales perusahaan pesaing, setiap transaksi yang dilakukan tidak ada paksaan dan unsur penipuan agar konsumen membeli produknya. Analisis SWOT diperoleh strategi SO, ST, WO, WT, diantaranya perusahaan perlu penguatan dan perluasan pangsa pasar dengan menambah cabang dan gudang di daerah ekspansi pasar dalam usaha meningkatkan penetrasi produk dan meningkatkan volume penjualan produk, serta dapat mengefektivitaskan jalur distribusi. Melakukan peningkatan kualitas SDM melalui program-program pendidikan dan pelatihan serta memadukan seluruh komponen SDM untuk mewujudkan total kualitas pelayanan.

Kata Kunci: Strategi distribusi, perusahaan, ekonomi Islam

Tanggal Ujian : 14 Mei 2011

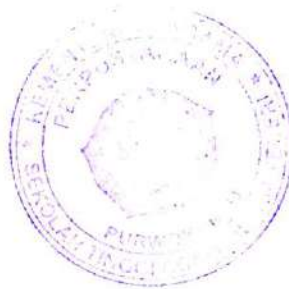
Pembimbing : Ahmad Dahlan, M.S.I.

Penguji I : Dr. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

Penguji II : M. Bachrul Ulum, S.H, M.H.

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Dalam konteks Indonesia, kriteria usaha penting dibedakan untuk penentuan kebijakan yang terkait. Skala usaha dibedakan menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Sebagaimana data bersumber dari Badan Pusat Statistik bahwa sebagian besar dari usaha nasional adalah berkategori UKM (Usaha Kecil dan Menengah). UKM ini menciptakan lapangan kerja lebih dari 90 persen dari total usaha nasional dan menyumbang sampai dengan 60 persen *output* yang dihasilkan usaha nasional pada sektor nonmigas. Hal ini memberikan keyakinan bahwa UKM mempunyai peranan penting bagi perekonomian Indonesia.¹

Berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) No. 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia, khususnya Pasal 94 dan Pasal 95 yang diperbaharui dengan Perpres No. 62 Tahun 2005 tentang hal yang sama. Menurut Pasal 94 dijelaskan bahwa Kementerian Negara Koperasi dan UKM mempunyai tugas membantu presiden dalam merumuskan kebijakan dan koordinasi di bidang KUKM. Sedangkan pada Pasal 95 disebutkan bahwa tanggung jawab atau fungsi Kementerian Negara Koperasi dan UKM. Dalam Perpres No. 62 Tahun 2005 pada Pasal 140 a disebutkan bahwa Kementerian Koperasi dan UKM di samping

¹ Euis Amalia, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2009), hlm. 41, 236.

menyelenggarakan fungsi sebagaimana dimaksud pada Pasal 95 juga menyelenggarakan fungsi teknis pelaksanaan pemberdayaan koperasi dan usaha mikro, kecil dan menengah. Dari kebijakan tersebut jelas sasarannya adalah penguatan kelembagaan koperasi dan UMKM dan penumbuhan iklim yang kondusif bagi pengembangan wirausaha baru sehingga perannya dalam memperkuat ekonomi nasional dapat dioptimalkan².

Seseorang yang menjadi *entrepreneur* adalah orang-orang yang mengenal potensi dan belajar mengembangkan potensi untuk menangkap peluang serta mengorganisir usaha dalam mewujudkan cita-citanya. Seorang yang menjadi *entrepreneur* juga mempelajari dan melatih bagaimana barang dan jasa yang dihasilkan itu didistribusikan atau dipasarkan.³

Dalam pemasaran, proses pemilihan saluran pemasaran sangat menentukan berhasil tidaknya suatu produk diterima oleh pasar. Secara bisnis, karakteristik produk, faktor biaya distribusi dan geografis pasar sangat mempengaruhi pemilihan jenis dan panjangnya saluran distribusi. Keputusan-keputusan saluran pemasaran merupakan salah satu di antara keputusan-keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen.⁴

Distribusi pada UKM dan perusahaan besar sangat berbeda, untuk pemasaran UKM biasanya tidak mempunyai budget walaupun ada biasanya sangat terbatas. Oleh karena itu dituntut kreatifitas yang lebih yaitu dengan mencari cara memasarkan produk atau jasa yang tidak memerlukan biaya atau

² *Ibid.*, hlm. 237-240.

³ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hlm. 7, 100.

⁴ Philip Kotler dkk, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Buku-2, terj. Handoyo Prasetyo dan Hamim (Yogyakarta: ANDI, 2000), hlm. 346.

yang berbiaya rendah. Saluran pemasaran yang biasa digunakan oleh UKM adalah distribusi langsung dan saluran satu tingkat (melalui pengecer) dalam memasarkan hasil produksinya. Semua strategi saluran pemasaran yang diterapkan berada dalam satu manajemen perusahaan.⁵ Misalnya penelitian Evie Octarina studi di *Venus Bakery* Bogor, UKM yang memproduksi roti tawar, roti keset, dan roti Unyil memanfaatkan saluran distribusi langsung dan satu tingkat (pengecer) dalam pendistribusiannya.⁶

Lain halnya perusahaan besar seperti PT. Menara Kaloka yang memproduksi Tiga Roda, di mana pendistribusian produknya dilakukan oleh perusahaan distribusi Indomarco Adiprima dapat menggebrak pasar dengan menggunakan strategi distribusi yang memberdayakan *team* jaringan distribusi. *Salesman canvas* maupun *taking order* bersama-sama melakukan penjualan gerilya dengan penjualan tunai atau secara kredit kepada outlet.⁷

Sistem distribusi merupakan sebuah sumber daya eksternal kunci. Biasanya diperlukan waktu bertahun-tahun untuk membangun sistem distribusi, dan tidak mudah mengubah sistem tersebut.⁸

Maka untuk menghadapi hambatan atau tantangan dan kesempatan diperlukan strategi perusahaan dan efektivitasnya. Strategi perusahaan merupakan satu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu

⁵Iyan Radiana, "Tip Jitu Pemasaran UKM", *pemasaranukm (on-line)* 20 April 2009 (<http://pemasaranukm.blogspot.com>), diakses 25 Maret 2011.

⁶ Evie Octarina, "Kajian Sistem Distribusi Roti Unyil Studi Kasus Venus Bakery", (iirc.ipb.ac.id), diakses 30 Agustus 2010.

⁷ David Sukardi Kodrat *Manajemen Distribusi: Old Distribution Channel and Postmo Distribution Channel Approach Berbasis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 239.

⁸ Philip Kotler, dkk, *Manajemen...*, hlm. 346.

yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam menyusun strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan saat ini maupun masa depan karena lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan.⁹

UD Vijaya adalah perusahaan sepatu lokal yang berlokasi di wilayah Purwokerto. Termasuk salah satu UKM yang memproduksi alas kaki memanfaatkan kulit hewan sebagai bahan baku pembuatan sepatu. Dengan wilayah distribusi yang berkonsentrasi pada Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Banyumas, Cilacap, Kebumen serta kabupaten lain yang menjadi target dalam ekspansi pasar. Selain itu saluran distribusi yang dipilih pun berbeda, walaupun sepatu termasuk produk yang tahan lama, tetapi perusahaan lebih memilih distribusi menggunakan personel penjualan (wiraniaga) dalam penjualan produknya ke pasar.

Pada awal usaha baru dirintis UD Vijaya mengalami pasang surut usaha ketika terjadi kecurangan/penyimpangan oleh karyawan (sales) dan bagian keuangan dalam distribusi produk ke konsumen. Walaupun kejadian tersebut sempat membuat rugi perusahaan, tetapi perusahaan tetap mempertahankan distribusi yang sama dalam menjual produknya ke pasar. UD Vijaya memproduksi sepatu dari tahun 2007, sudah memiliki omset penjualan mencapai 200 juta per bulan. Sampai saat ini perusahaan telah memiliki 9000an konsumen tersebar di Kabupaten yang menjadi wilayah pemasaran.¹⁰

⁹ Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakan Bisnis*, Ed. 2 Cet. 1, (Yogyakarta: BPFE, 1998), hlm. 8

¹⁰ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 31 Agustus 2010.

Melihat apa yang telah dicapai oleh UD Vijaya dalam mendistribusikan dan memasarkan sepatu, maka ini sangat menarik apabila dilihat dari distribusi secara komersial perspektif ekonomi Islam.

Islam memiliki dua sistem distribusi utama, yakni distribusi secara komersial dan sistem distribusi berdimensi sosial.¹¹ Distribusi dalam ekonomi Islam lebih menekankan kebebasan, keadilan,¹² dan kejujuran. Di dalam prinsip syariah, kegiatan perusahaan harus dilandasi oleh semangat ibadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta.¹³

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis memilih judul "*Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)*".

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi distribusi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto perspektif ekonomi Islam?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan (SWOT) distribusi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto?

¹¹ Euis Amalia, *Keadilan...*, hlm. 119.

¹² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 201.

¹³ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan, 2006), hlm. 140, 179.

C. Penegasan Istilah

Supaya terhindar dari kesalahpahaman dan penafsiran terhadap pemahaman judul dan untuk memperoleh gambaran yang jelas serta dapat mempermudah pengertiannya, maka penulis akan menguraikan beberapa istilah yang digunakan sebagai berikut:

1. Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan.¹⁴
2. Strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasanya, sehingga produk tersebut dapat sampai di tangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu diperlukan, dan di tempat yang tepat.¹⁵

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi distribusi perusahaan sepatu di UD Vijaya Purwokerto dalam perspektif ekonomi Islam.

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 1997), hlm. 185.

¹⁵ Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran: Membangun Citra Negara*, (Jakarta: Sagung Seto, 2010) hlm. 254.

- b. Untuk mengetahui lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan sepatu UD Vijaya dalam strategi distribusi.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam membuat kebijakan terutama dalam memilih saluran distribusi dan dapat diketahui kelemahan, kekuatan, serta peluang, ancaman yang dihadapi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan distribusi.
- b. Bagi Akademis, mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan dan keislaman yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat serta untuk para penyusun dalam meneliti suatu penelitian selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka merupakan kajian tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka-pustaka yang berkaitan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu, akan penulis kemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Fandy Tjiptono dalam buku yang berjudul *Strategi Pemasaran*, memaparkan tentang proses distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk, memperlancar *marketing channel flow* secara fisik dan non fisik. Distribusi fisik yang salah satu fungsinya adalah

transportasi yang merupakan fungsi utama dari distribusi fisik, peranan perantara dalam pemasaran, peran *retailing* dan *wholesales* serta strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen.¹⁶

Philip Kotler dkk, dalam buku *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* Buku-2 menjelaskan sifat saluran pemasaran, dinamika saluran, bagaimana memilih dan mengelola saluran pemasaran di mana keputusan saluran pemasaran adalah salah satu keputusan paling kompleks dan semua sistem saluran memiliki potensi terjadinya konflik dan persaingan serta mengenai kegiatan distribusi di banyak pasar Asia memberikan tantangan besar bagi pemasar.¹⁷

Saluran Pemasaran; Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif karangan Basu Swastha menjelaskan pengertian saluran pemasaran dan sistem desain saluran pemasaran, strategi saluran yang mencakup pemilihan saluran dan keputusan distribusi.¹⁸

Frans M Royan dalam buku *SunTzu-Creating Distribution Strategy; Aplikasi Strategi Perang Sun Tzu Dalam Pendistribusian Produk* menjelaskan tentang perencanaan suatu distribusi, menggerakkan peperangan sama dengan distribusi produk, bagaimana siasat penyerbuan dan taktik pagelaran, menggerakkan pasukan sama dengan menggerakkan armada penjualan yang mencakup membekali armada penjualan, menggerakkan armada penjualan agar

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi...*, hlm. 185.

¹⁷ Philip Kotler dkk, *Manajemen...*, hlm 345.

¹⁸ Basu Swastha, *Saluran Pemasaran; Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif*, cet. 6, (Yogyakarta: BPFE, 1999), hlm. 3.

berkunjung minimal 25 efektif *call* per hari, menggerakkan kanvas mobil, menggerakkan *salesman* TO, berbagai macam taktik distribusi.¹⁹

David Sukardi Kodrat dalam bukunya *Manajemen Distribusi*, memaparkan tentang keunggulan kompetitif melalui saluran distribusi, fungsi saluran distribusi adanya *old distribution channels*, *postmo distribution channels*, *distribution planning*, *distribution management policy*, dan membangun sistem distribusi di Indonesia disertai *best practice* sistem distribusi di Indonesia, dan cara memenangkan persaingan melalui sistem distribusi.²⁰

Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula dalam bukunya *Syariah Marketing*, menjelaskan implementasi syariah marketing bisnis cara Nabi Muhammad, etika sebagai pemasar, bisnis dengan nilai-nilai syariah, serta pemasaran dalam perspektif Islam dan distribusi masuk pada sub *syariah marketing tactic* yang merupakan elemen *marketing mix*.²¹

Dalam buku *Norma dan Etika Ekonomi Islam* karangan Yusuf Qardhawi menjelaskan mengenai norma dan etika di bidang distribusi di mana distribusi dalam islam terdiri dari dua sendi yaitu kebebasan dan keadilan.²²

Zaki Fuad Chalil dalam buku *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, menjelaskan mengenai pemenuhan kebutuhan dan distribusi pendapatan dalam sistem ekonomi Islam, kriteria pemenuhan kebutuhan barang dan jasa dalam perspektif ekonomi Islam, prinsip distribusi dalam ekonomi

¹⁹ Frans M. Royan, *Sun Tzu-Creating Distribution Strategy: Aplikasi Strategi Perang Sun Tzu Dalam Pendistribusian Produk*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hlm. 1.

²⁰ David Sukardi Kodrat *Manajemen...*, hlm. 19.

²¹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah....*, hlm. 43,177.

²² Yusuf Qardhawi, *Norma....*, hlm. 201.

Islam, menciptakan produktivitas kerja, distribusi sumber daya produktif dan perluasan kesempatan kerja.²³

Euis Amalia dalam buku *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia* menerangkan kondisi Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dan Usaha Kecil Mikro (UKM) di Indonesia. Penguatan peran Lembaga Keuangan Mikro (LKM) dan Usaha Kecil Mikro (UKM) di Indonesia adalah langkah strategis bagi pemberdayaan ekonomi rakyat. Agar kebijakan tersebut menciptakan keadilan distributif, harus didasarkan pada *people-centered, grassroots-based*, yaitu rakyat diposisikan secara substansial bukan residual, bahkan marjinal. Dijabarkan pula mengenai Kebijakan Usaha Kecil Mikro (UKM) dan Lembaga Keuangan Mikro (LKM) di Indonesia, Konsep Keadilan Distributif dalam Ekonomi Islam Langkah Strategis dalam Upaya Mewujudkan Keadilan Distributif.²⁴

Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Evie Octarina, Mahasiswa Institut Pertanian Bogor dengan judul “Kajian Sistem Distribusi Roti Unyil Studi Kasus Venus Bakery” (2006) menjelaskan tentang strategi distribusi pasif di mana proses distribusi dilakukan atas inisiatif orang yang bertindak sebagai pengecer. Sistem kerjasama dengan pengecer yang diterapkan adalah beli putus.²⁵

Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Etty Nur Baeti Mahasiswa Institut Pertanian Bogor dengan judul “Analisis Efektivitas Saluran Distribusi Fruit Tea di Wilayah Bogor Studi Kasus Pada Kantor Penjualan (KP) Bogor PT. Sinar

²³ Zaki Fuad Chatil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 37.

²⁴ Euis Amalia, *Keadilan...*, hlm. 10.

²⁵ Evie Octarina, “Kajian Sistem Distribusi Roti Unyil Studi Kasus Venus Bakery”, (irc.ipb.ac.id), diakses 30 Agustus 2010.

Sosro” (2007), menjelaskan faktor utama yang dapat mempengaruhi efektivitas saluran distribusi *Fruit Tea*, yaitu: (1). waktu kirim produk, (2). akses memperoleh produk berkualitas, (3). Harga, (4). program pendukung penjualan, (5). variasi produk dan bonus, (6). pelayanan.²⁶

Penelitian Onan M Siregar (2004) “Strategi Distribusi Produk Sony di Pasar Indonesia: Studi Kasus Pada PT Sony Indonesia”. Strategi distribusi yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan melakukan perubahan jalur distribusi melalui negosiasi jalur dan sasaran jalur. Dengan perubahan tersebut membuat Sony dapat lebih fokus terhadap penjualan wilayah Jabodetabek. Biaya-biaya operasional yang berkaitan dengan saluran distribusi terhadap penjualan wilayah luar Jabodetabek dapat dikurangi sehingga harga jual produk dapat lebih kompetitif dan tidak berbeda jauh dengan harga produk selundupan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif melalui analisa deskriptif dengan melakukan studi pendahuluan untuk memperoleh gambaran mengenai strategi distribusi yang dilakukan dan kendala yang dihadapi oleh PT Sony Indonesia.²⁷

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) di mana penelitian dilakukan dengan cara menuliskan, mengklasifikasikan,

²⁶ Etty Nur Baeti, “Analisis Efektivitas Saluran Distribusi Fruit Tea di Wilayah Bogor Studi Kasus Pada Kantor Penjualan (KP) Bogor PT. Sinar Sosro” (iirc.ipb.ac.id), diakses 30 Agustus 2010

²⁷ Onan M Siregar, “Strategi Distribusi Produk Sony Di Pasar Indonesia: Studi Kasus Pada PT Sony Indonesia”, *strategidistribusi online*, (www.digilib.ui.ac.id), diakses 28 November 2010.

mereduksi, dan menjadikan data yang diperoleh dari berbagai sumber lapangan.²⁸ Lokasi yang digunakan untuk penelitian adalah UD Vijaya, jalan Arsantaka Arcawinangun No. 37 Purwokerto Timur.

2. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda), atau kejadian yang sistemik tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.²⁹

Sedangkan observasi yang digunakan adalah observasi langsung untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dengan melihat kebijakan yang diambil manajemen khususnya distribusi di UD Vijaya Purwokerto.

b. Wawancara/*Interview*

Wawancara yakni teknik di mana penyelidik mengumpulkan data dengan jalan mengadakan komunikasi langsung kepada obyek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui dari obyek yang diteliti.³⁰

Teknik ini digunakan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan implementasi strategi distribusi yang dilakukan UD Vijaya. Wawancara akan dilakukan kepada Bandi Setyawan pemilik perusahaan dan pihak lain yang berkompeten, seperti administrasi, sales, karyawan produksi, dan lain-lain.

²⁸ Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research*, jilid 1, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), hlm. 10.

²⁹ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), hlm. 157.

³⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 24.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah jenis data penelitian berupa faktur, jurnal, surat-surat, notulen hasil rapat, memo atau dalam bentuk laporan program, data dokumenter memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian.³¹

Dalam hal ini yang penulis butuhkan seperti struktur organisasi, skema distribusi, omset penjualan dan berbagai data lain yang mendukung penelitian ini.

3. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukan. Adapun data primer dari penelitian ini berupa data hasil observasi, wawancara, ataupun dokumentasi yang diberikan langsung oleh pihak perusahaan berkaitan dengan tema skripsi.

b. Sumber Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.³² Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa buku-buku dan literatur lainnya yang didapatkan dari perpustakaan.

³¹ Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi...*, hlm. 157.

³² Iqbal Hasan, *Analisis...*, hlm. 19.

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah prosedur yang menghasilkan data-data deskriptif, yang meliputi kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang memahami obyek penelitian yang sedang dilakukan yang dapat didukung dengan studi literatur berdasarkan pendalaman kajian pustaka, baik berupa data penelitian maupun angka yang dapat dipahami dengan baik. Dengan tujuan untuk memahami tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian.³³ Metode ini untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam implementasi strategi distribusi perusahaan sepatu. Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).³⁴

Analisis SWOT menggunakan analisis kualitatif yang telah dikembangkan Kearns, yaitu:

³³ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 6.

³⁴ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis; Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm. 18.

EKSTERNAL INTERNAL	PELUANG (OPPORTUNITY)	TANTANGAN (THREATS)
KEKUATAN (STRENGTH)	Keunggulan Komparatif <i>(comparative advantage)</i> Sel A	Mobilisasi <i>(Mobilization)</i> Sel B
KELEMAHAN (WEAKNESS)	Divestasi/Investasi <i>(Divestmen/Investment)</i> Sel C	Kendali Kerusakan <i>(Damage Control)</i> Sel D

Tabel 1
Matriks SWOT Kearns³⁵

G. Sistematika Penulisan

Bagian awal dari skripsi ini memuat pengantar yang di dalamnya terdiri dari halaman judul, halaman nota pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, transliterasi dan daftar isi.

Bab I yaitu Pendahuluan, akan dikemukakan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, penegasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II berisi Tinjauan Umum Tentang Strategi Distribusi Perusahaan yang meliputi distribusi mencakup pengertian dan fungsi distribusi, tipe-tipe saluran distribusi, sistem saluran distribusi, faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi. Strategi distribusi serta distribusi dalam ekonomi Islam.

Bab III membahas tentang Strategi Distribusi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, yang meliputi gambaran umum UD Vijaya Purwokerto, mencakup sejarah singkat berdirinya, struktur organisasi, faktor-

³⁵ M. Ismail Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Manajemen Strategis Persepektif Syariah*, (Jakarta: Khairul Bayaan, 2003), hlm. 32.

faktor produksi, proses produksi. Implementasi distribusi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto mencakup strategi struktur saluran distribusi, strategi cakupan distribusi, distribusi fisik, layanan konsumen, pengendalian dan evaluasi distribusi

Bab IV berisi tentang analisis terhadap strategi distribusi sepatu di UD Vijaya Purwokerto meliputi: analisis terhadap strategi distribusi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto perspektif ekonomi Islam, analisis SWOT terhadap strategi distribusi perusahaan sepatu vistrand UD Vijaya Purwokerto.

Bab V merupakan bab penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

Kemudian pada akhir, penulis cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat.



BAB II

TINJAUAN UMUM TENTANG STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN

A. Distribusi

1. Pengertian dan Fungsi Distribusi

Pendistribusian secara garis besar, dapat 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).³⁶

Fungsi Distribusi

a. Fungsi Pertukaran

Beberapa fungsi dalam pertukaran adalah:

- 1) Pembelian, fungsi pembelian merupakan usaha memilih barang yang dibeli untuk dijual kembali atau digunakan sendiri dengan harga dan kualitas tertentu.
- 2) Penjualan, fungsi penjualan bertujuan untuk menjual barang yang diperlukan pembeli (pedagang besar) sebagai sumber pendapatan.
- 3) Pengambilan Resiko, fungsi pengambilan resiko anggota saluran distribusi berhubungan dengan perkiraan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi.

b. Fungsi Penyediaan Fisik

Ada empat macam sub fungsi penyediaan fisik mencakup:

³⁶ Effendi M. Guntur, *Transformasi...*, hlm. 229.

- 1) Fungsi Pengumpulan, fungsi pengumpulan ini membantu dalam meningkatkan efisiensi penyaluran terutama untuk barang-barang konsumsi seperti makanan.
- 2) Fungsi Penyimpanan, fungsi penyimpanan menciptakan nilai guna waktu karena melakukan penyesuaian antara penawaran dan permintaan.
- 3) Fungsi Pemilihan, fungsi pemilihan ini dilakukan oleh penyalur dengan cara menggolong-golongkan, memeriksa dan menentukan jenis barang yang disalurkan.
- 4) Fungsi Pengangkutan/Transportasi, pilihan pengangkutan akan mempengaruhi penetapan harga produk, kinerja pengiriman (tepat waktu), dan kondisi barang saat tiba di tujuan.

c. Fungsi Penunjang

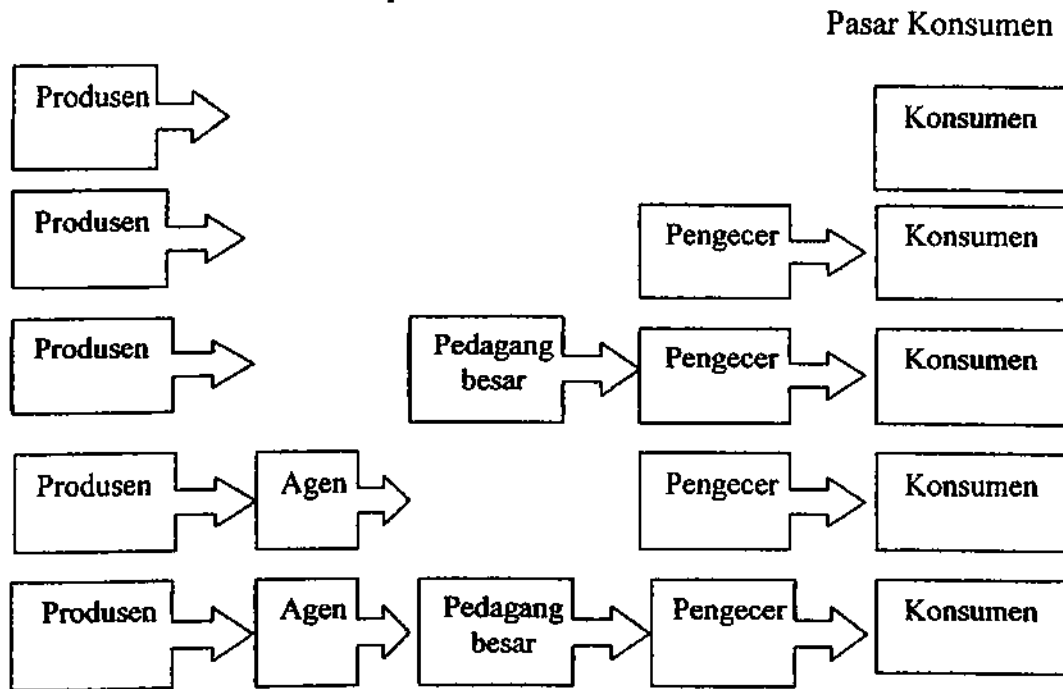
Yang termasuk fungsi penunjang adalah:

- 1) Pelayanan Sesudah Pembelian, barang-barang tahan lama seperti mobil, kulkas dan sebagainya memerlukan adanya pelayanan atau jaminan setelah barang tersebut dibeli.
- 2) Koordinasi Saluran, koordinasi dilakukan untuk mengorganisasi semua lembaga yang terlibat dalam saluran distribusi.
- 3) Pembayaran, adalah arus pembayaran/uang kepada penjual atas jasa atau produk yang diserahkan. Ada 2 cara macam pembayaran yaitu: *cash payment* dan kredit.³⁷

³⁷David Sukardi Kodrat, *Manajemen...*, hlm. 26-36.

2. Tipe-Tipe Saluran Distribusi

Alternatif saluran distribusi pasar konsumen



Gambar 1
Alternatif Saluran Distribusi³⁷

3. Sistem Saluran Distribusi

a. Distribusi Langsung dan *Personal Selling*

Distribusi langsung produk dapat dilakukan dengan jalan menugaskan *sales executives* perusahaan atau personalia penjualan yang lain menjual produk langsung kepada pembeli akhir. Distribusi produk secara langsung juga dapat dilakukan dengan jalan (1) mendirikan kantor perwakilan, kantor cabang atau tempat penjualan eceran (*retails outlets*) di daerah-daerah pemasaran yang digarap perusahaan, (2) Dengan melayani pesanan pembelian melalui pos dan telepon atau, (3) Penjualan

³⁷ Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokan Pesaing*. (Jakarta: TransMedia Pustaka, 2010), hlm. 261.

melalui internet (*B to C on-line business*). Dengan meyelenggarakan distribusi produk secara langsung, perusahaan yang bersangkutan bertanggung jawab atas pelaksanaan seluruh kegiatan distribusi.³⁹

Operasi penjualan juga disebut *personal selling*. Nama jabatan personalia jabatan pada tiap perusahaan berlainan, mereka disebut *sales executives* atau wiraniaga. Adapun ciri-ciri khusus pekerjaan *sales executives* adalah sebagai berikut:

- 1) *sales executives* merupakan “titik temu” antara perusahaan dan calon pembeli.
- 2) *sales executives* tergolong pekerja lapangan. Sebagian besar hari kerja mereka dihabiskan di lapangan mengunjungi para calon pembeli dan pelanggan.
- 3) Setiap hari *sales executives* harus berpacu dengan waktu. Untuk mengejar target penjualan harian, mingguan atau bulanan.
- 4) Pekerjaan *sales executives* menuntut watak unggul seperti ulet, sabar, agresif, tekun, jujur, berani, menuntut kesehatan prima dan penampilan yang menarik serta harus dapat mandiri.

b. Distribusi Tidak Langsung

Sistem distribusi tidak langsung kegiatan mengantarkan produk dari produsen sampai tangan pembeli terakhir dilakukan melalui mata rantai distributor.⁴⁰

238. ³⁹ Siswanto Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2009), hlm.

⁴⁰ *Ibid.*, hlm. 238-239.

Tipe Penjualan dan Sistem Saluran Pemasaran

Tipe	Karakteristik Kunci
Sistem Langsung	
Sistem personal <i>selling</i> langsung	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk didistribusikan secara langsung kepada pembeli akhir. b. Pesan penjualan disampaikan secara langsung kepada pembeli individual lewat kontak tatap muka (<i>Telemarketing</i> dapat digunakan untuk pengambilan pesanan). c. Fungsi utamanya adalah untuk menyediakan informasi produk, saran teknis, layanan pelanggan, mengidentifikasi perubahan kebutuhan pelanggan.
Sistem Tidak Langsung	
a. <i>Trade selling system</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk didistribusikan melalui pedagang grosir atau pengecer yang biasanya membeli untuk dijual lagi kepada pembeli akhir. b. Pesan penjualan disampaikan lewat kontak tatap muka (<i>Telemarketing</i> dapat digunakan untuk pengambilan pesanan). c. Fungsi utamanya mendapat dukungan distributor, memberikan informasi produk, menyediakan pelatihan penjualan asistensi kepada para distributor.
b. <i>Missionary selling system</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Produk didistribusikan melalui pedagang grosir atau pengecer yang biasanya membeli untuk dijual lagi kepada pembeli akhir. b. Pesan penjualan disampaikan lewat kontak tatap muka. c. Fungsi utamanya adalah untuk menyediakan informasi produk dan layanan pelanggan secara langsung ke pembeli akhir atau mereka yang mempengaruhi pembeli.

Tabel 2
Tipe Penjualan dan Sistem Saluran Pemasaran⁴¹

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Distribusi

a. Pertimbangan Pasar, beberapa faktor pasar yang diperhatikan:

1) Konsumen atau pasar industri

⁴¹ Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 220.

- 2) Jumlah pembeli potensial
 - 3) Kosentrasi pasar secara geografis
 - 4) Jumlah pesanan
 - 5) Kebiasaan dalam pembelian
- b. Pertimbangan Produk, faktor yang diperhatikan:
- 1) Nilai unit
 - 2) Besar dan berat barang
 - 3) Mudah rusaknya barang
 - 4) Sifat teknis
 - 5) Barang standar atau pesanan
 - 6) Luasnya lini produk
- c. Pertimbangan Perantara, yang menjadi pertimbangan:
- 1) Pelayanan yang diberikan oleh perantara
 - 2) Kegunaan perantara
 - 3) Sikap perantara terhadap kebijakan produsen, dan
 - 4) Volume penjualan
- d. Pertimbangan Perusahaan, dari segi perusahaan yang dipertimbangkan:
- 1) Sumber pembelanjaan
 - 2) Pengalaman dan kemampuan manajemen
 - 3) Pengawasan saluran
 - 4) Pelayanan yang diberikan oleh penjual⁴²

⁴² Arif Rahman *Strategi...*, hlm 264.

B. Strategi Distribusi

Strategi perusahaan merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.⁴³

1. Strategi Struktur Saluran Distribusi

Strategi ini berkaitan dengan penentuan jumlah perantara yang digunakan untuk mendistribusikan barang dari produsen ke konsumen. Alternatif yang dapat dipilih dapat berupa distribusi langsung (*direct channel*) atau distribusi tidak langsung (*indirect channel*). Metode untuk memilih alternatif strategi struktur saluran distribusi, yaitu:

a. *Postponement-Speculation Theory*

Mendasarkan pemilihan saluran distribusi pada resiko, ketidakpastian, dan biaya yang dapat timbul dalam transaksi.

b. *Goods Approach*

Karakteristik produk yang menentukan metode distribusi yang tepat dan ekonomis.

c. *Financial Approach*

Pada pendekatan ini pilihan produsen pada saluran distribusi ditentukan oleh sumber keuangannya dan kebutuhan akan pengendalian distribusi produknya.⁴⁴

⁴³ J David Hunger dan Thomas L. Wheelen, *Manajemen Strategis*, terj. Julianto Agung, (Yogyakarta: ANDI, 2003), hlm 16.

⁴⁴ Effendi M. Guntur, *Transformasi...*, hlm. 254-257.

- d. Pertimbangan lain, diantaranya: perkembangan teknologi, faktor sosial dan standar etika, regulasi pemerintah, tipologi, luas daerah populasi, kebudayaan.

2. Strategi Cakupan Distribusi

Strategi ini ada tiga macam:

- a. Distribusi eksklusif yaitu produsen hanya menunjuk satu orang perantara khusus untuk menyalurkan barangnya di daerah tertentu, dengan syarat perantara tidak boleh menjual produk perodusen lain.
- b. Distribusi intensif yaitu produsen berusaha menyediakan produknya di semua *retail outlet* yang mungkin memasarkannya.
- c. Distribusi selektif yaitu strategi menempatkan produk perusahaan di beberapa retail outlet saja dalam suatu daerah tertentu.

3. Strategi Saluran Distribusi Berganda

Strategi saluran distribusi berganda yaitu penggunaan lebih dari satu saluran yang berbeda untuk melayani beberapa segmen pelanggan. Tujuannya adalah untuk memperoleh akses yang optimal pada setiap segmen.

Ada dua jenis, yaitu:

- a. Saluran komplementer tujuan penggunaanya untuk mencapai segmen pasar yang tidak dapat dicapai oleh saluran distribusi perusahaan yang ada sekarang.
- b. Saluran kompetitif yaitu jika produk yang sama dijual melalui dua saluran yang berbeda tapi bersaing satu sama lain.⁴⁵

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 257-259.

4. Strategi Modifikasi Saluran Distribusi

Strategi modifikasi saluran distribusi adalah strategi mengubah susunan saluran distribusi yang ada berdasarkan evaluasi dan peninjauan ulang.

- a. Evaluasi saluran, kriteria utama yang dapat digunakan meliputi: biaya distribusi, cakupan pasar, layanan pelanggan, komunikasi dengan pasar dan pengendalian jaringan saluran.
- b. Modifikasi saluran, Perubahan dapat dilakukan dengan menambah atau mengurangi anggota di dalam saluran, menambah atau mengurangi saluran pasar khusus, atau mendirikan saluran yang baru untuk menjual barang di seluruh pasar.⁴⁶

5. Strategi Pengendalian Saluran Distribusi

Strategi pengendalian saluran distribusi adalah menguasai semua anggota dalam saluran distribusi agar dapat mengendalikan kegiatan mereka secara terpusat ke arah pencapaian tujuan bersama. Pengendalian terhadap agen dapat dilakukan dengan mengevaluasi kinerja agen seperti pencapaian target, kemampuan tenaga penjual dan aspek lainnya. Jenis-jenis strategi pengendalian saluran yang biasa digunakan antara lain:

- a. *Vertical Marketing System (VMS)*, yaitu jaringan yang dikelola secara terpusat dan professional, yang sejak awal didesain untuk mencapai penghematan dalam operasi dan hasil pemasaran yang optimal.

⁴⁶ Fandy Tjiptono, *Strategi...*, hlm. 210.

b. *Horizontal Marketing System* (HMS), merupakan jaringan yang berbentuk apabila beberapa perusahaan perantara yang tidak berkaitan menggabungkan sumber daya dan program pemasarannya guna memanfaatkan peluang pasar yang ada, yang dalam hal ini mereka berada di bawah satu manajemen.⁴⁷

C. Distribusi Dalam Ekonomi Islam

1. Pengertian Distribusi Dalam Islam

M.A Mannan menyebutkan bahwa teori ekonomi modern tentang distribusi merupakan suatu teori yang menetapkan harga jasa produksi.⁴⁸ Distribusi dalam Islam merupakan suatu implementasi dari kesadaran bahwa segala yang dimiliki merupakan suatu rezeki dari Allah Swt.⁴⁹

2. Mekanisme Distribusi Dalam Islam

Ekonomi Islam bebas dari tindakan kapitalis dan sosialis. Islam menerapkan filsafat dan tatanan yang berbeda dari kedua sistem tersebut. Islam memfokuskan perhatiannya pada distribusi sebelum membahas sektor produksi. Pemfokusan pada distribusi tidak berarti Islam tidak memperhatikan keuntungan yang diperoleh dari produksi. Islam memberikan gaji secara adil pada para pegawai dan buruh jika mereka melaksanakan tugas dengan sempurna.⁵⁰

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 212

⁴⁸ Euis Amalia, *Keadilan...*, hlm. 117.

⁴⁹ Ahmad Dahlan, *Keuangan Publik Islam (Teori dan Praktek)*, (Yogyakarta: Grafindo Litera Media, 2008), hlm. 55.

⁵⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma...*, hlm. 202.

Secara umum, sebagaimana yang ditulis oleh Rokhmat S. Labib (Ketua Lajnah Tsaqafiyah-HTI) bahwa sistem ekonomi Islam menetapkan dua mekanisme distribusi kekayaan, yaitu:

- a. Mekanisme pasar, yakni mekanisme yang terjadi akibat tukar-menukar barang dan jasa dari para pemiliknya.

Islam juga mengatur berbagai hukum yang terkait mekanisme pasar. Beberapa perilaku pasar yang termasuk dalam kategori mekanisme bathil adalah:

- 1) *Al-ihtikar* yaitu penimbunan barang. Sebuah praktik curang yang dapat menggelembungkan harga akibat langkanya barang di pasaran. Kelangkaan bukan karena fakta sesungguhnya, namun karena rekayasa pemilik barang.
- 2) *Tas'ir* yaitu pematokan harga yang biasanya dilakukan pemerintah juga dilarang. Kebijakan itu jelas merusak prinsip *'an tarādin* (yang dilakukan secara sukarela) antara pelaku transaksi.⁵¹
- 3) *Tadlīs* yaitu praktik penipuan, baik penipuan pada komoditas dan alat pembayarannya maupun penipuan pada harga. Praktik curang itu juga akan menciptakan deviasi harga. Pada umumnya, seseorang bersedia melakukan pertukaran barang dan jasa karena ada unsur kesetaraan. Karena itu, harga barang ditentukan oleh kualitas barang. Namun, akibat praktik *at-tadlīs*, yakni menutupi keburukan atau cacat pada komoditas serta menampakkannya seolah-olah baik, maka barang

⁵¹ Ahmad Dahlan, *Keuangan...*, hlm. 58-59.

barang yang seharusnya berharga murah itu melonjak harganya. Demikian pula, penipuan harga. Pembeli atau penjual memanfaatkan ketidaktahuan lawan transaksinya terhadap harga yang berkembang di pasar. Akibatnya, penjual atau pembeli mau melakukan transaksi dengan harga yang terlalu murah atau terlalu mahal. Semua praktik tersebut jelas dapat mengakibatkan deviasi harga.⁵²

4) Transaksi *najsy* yaitu penjual menyuruh orang lain memuji barangnya atau menawar dengan harga tinggi agar orang lain tertarik untuk membeli. Sebelumnya orang itu telah mengadakan kesepakatan dengan penjual untuk membeli dengan harga tinggi dengan maksud untuk menipu.⁵³

b. Mekanisme non pasar, yakni sebuah mekanisme yang tidak dihasilkan dari transaksi pertukaran barang dan jasa. Barang dan jasa mengalir dari satu pihak kepada pihak lain tanpa meminta timbal balik. Mekanisme bisa diterapkan kepada orang-orang lemah, miskin, dan kekurangan. Dengan mekanisme tersebut, mereka diharapkan bisa memenuhi kebutuhan hidupnya. Bahkan lebih dari itu, mereka dapat bangkit untuk kembali berkompetisi dalam mekanisme pasar dengan modal dari mekanisme non pasar itu.⁵⁴

Sistem distribusi yang berdimensi sosial, Islam menciptakannya untuk memastikan keseimbangan pendapatan di masyarakat. Mengingat

⁵² *Ibid.*, hlm. 58-60.

⁵³ Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIT Indonesia, 2002), hlm.

⁵⁴ Ahmad Dahlan, *Keuangan...*, hlm. 60-61.

tidak semua orang mampu terlibat dalam proses ekonomi karena yatim piatu atau jompo dan cacat tubuh, Islam memastikan sistem distribusi bagi mereka dalam bentuk zakat, infak dan sedekah.⁵⁵

3. Karakteristik Distribusi Dalam Islam

Distribusi dalam Islam berdiri di atas dua sendi, yaitu:

a. Sendi Kebebasan

1) Percaya kepada Allah dan mengesakan-Nya

Ajaran tauhid berimplikasi pada jaminan persamaan dan persaudaraan antara sesama manusia dalam mengolah dan memetik hasil dari sumberdaya alam serta memanfaatkannya bagi kehidupan masyarakat secara adil.⁵⁶

2) Percaya kepada manusia

Islam juga menetapkan kebebasan karena mengakui eksistensi manusia, mengakui fitrah mereka untuk menyembah Allah. Islam mengakui kemuliaannya dan keahliannya. Manusia diberi kebebasan untuk memiliki harta, berlomba mendapatkannya dan membelanjakannya.

3) Pengakuan hak milik pribadi tanda pertama kebebasan

Peraturan Islam mengakui hak pemilikan khusus adalah untuk memelihara naluri manusia yang tumbuh sejak kecil, yaitu naluri senang memiliki.⁵⁷

⁵⁵ Euis Amalia, *Keadilan...*, hlm. 119.

⁵⁶ Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan...*, hlm. 392.

⁵⁷ Yusuf Qardhawi, *Norma...*, hlm. 201-220.

b. Nilai Keadilan

1) Kebebasan mutlak adalah noda akhlak yang terkutuk

Jika dalam kebebasan terdapat pemabokan maka bagi yang tidak terkenali itu terdapat bahaya pembangkangan dan kebiadaban dan inilah yang ditakuti oleh Islam.

2) Kebebasan yang terikat dengan keadilan

Kebebasan itu adalah kebebasan yang terbatas, terkendali dan terikat dengan keadilan yang diwajibkan Allah. Pilar kebebasan ekonomi yang berdiri di atas penghargaan terhadap fitrah dan kemuliaan manusia harus disempurnakan dengan pilar yang lain, yaitu pilar keadilan.

3) Bervariasinya perolehan rizki dan keseimbangan kesempatan adalah suatu keadilan, yaitu perbedaan manusia sesuai bakat dan kegiatan adalah keadilan, perbedaan dalam perolehan rizki dan pemerataan kesempatan kerja.⁵⁸

Dalam *syariah marketing* seluruh proses baik proses penciptaan, proses penawaran, maupun proses merubah nilai (*value*). Tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Nabi Muhammad Saw sebagai seorang pedagang, beliau melakukan transaksi-transaksi secara jujur, adil dan tidak pernah membuat pelanggannya mengeluh apalagi kecewa. Beliau selalu menepati janji dan mengantarkan

⁵⁸*Ibid.*, hlm. 220-230.

barang dagangannya dengan standar kualitas sesuai dengan permintaan pelanggan.

Dalam menentukan *place* atau saluran distribusi, perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan *market target*, sehingga dapat efektif dan efisien, yang harus didasari oleh prinsip-prinsip keadilan dan kejujuran. Dalam menjualpun penyerahan barang atau jasa dari penjual kepada pembeli dengan harga yang disepakati atas dasar sukarela. Bagi perusahaan syariah harus menjadikan konsumen sebagai teman dengan sikap tolong menolong, kejujuran dan keadilan sebagai landasan utama membangun keharmonisan dengan konsumen serta tidak boleh ada unsur kezaliman.⁵⁹

⁵⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah...*, hlm. 27, 44, 178.



BAB III

STRATEGI DISTRIBUSI DI PERUSAHAAN SEPATU VISTRAND UD VIJAYA PURWOKERTO

A. Gambaran Umum UD Vijaya Purwokerto

1. Sejarah Singkat Berdirinya UD Vijaya Purwokerto

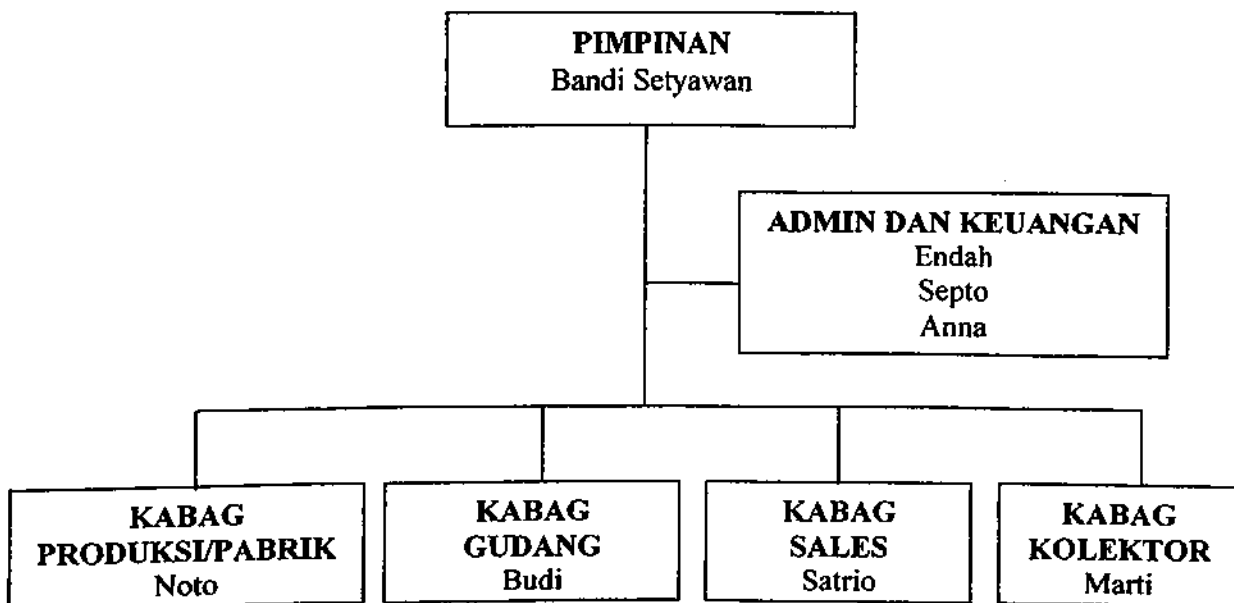
Berdirinya UD Vijaya berawal dari usaha berdagang sepatu keliling, yang memberikan motivasi dan inspirasi untuk bisa mempunyai usaha sepatu sendiri. Pada tahun 2004 dengan modal sebesar 12.000.000 terjalin kerjasama dengan rekan bisnis untuk mendirikan usaha sepatu, namun sebelum usaha itu berdiri modal tersebut di tipu oleh rekan bisnis. Tetapi hal tersebut tidak menyurutkan tekad untuk berkarya. Bermodal jaringan yang dimiliki mulailah mencari informasi mengenai suplai bahan baku kulit dan mitra bisnis yang bisa membuat sepatu. Tetapi sepatu yang dijual selalu mendapat keluhan dari konsumen, ternyata bahan yang digunakan untuk membuat sepatu tidak sesuai pesanan yang seharusnya menggunakan bahan kualitas A tetapi yang dipakai bahan dengan kualitas B. Dengan keadaan seperti itu, maka semakin bulat tekad untuk memproduksi sepatu dan juga memasarkannya sendiri.⁶⁰

Pada akhirnya di tahun 2005 kembali merintis usaha setelah mendapat kepercayaan dan pinjaman dari bank untuk mendirikan usaha, di tahun ini terbentuklah sebuah perusahaan sepatu Usaha Dagang Vijaya. Dan pada tahun 2007 UD Vijaya dapat secara mandiri memproduksi sepatu dengan

⁶⁰ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

merek sepatu Vistrand yang berasal dari singkatan Virgo, Star dan Bandi. Perusahaan membentuk tim kerja dari mulai merancang, memproses hingga *finishing* dan memasarkan sepatu. Perusahaan sepatu Vistrand terletak di Jalan Arsantaka No. 37 Kelurahan Arcawinangun Kecamatan Purwokerto Timur Kabupaten Banyumas sudah mempunyai hak paten merek dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi.⁶¹

2. Struktur Organisasi



Gambar 2
Struktur Organisasi UD Vijaya Purwokerto⁶²

3. Faktor-faktor Produksi

a. Bahan Baku

Adapun bahan baku yang digunakan dalam proses produksi, adalah bahan baku langsung (*direct material*) dan bahan baku tidak langsung (*indirect material*). Bahan baku langsung sendiri dibagi menjadi

⁶¹ *Ibid.*

⁶² Dokumentasi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto.

dua bagian, yaitu bahan baku yang digunakan untuk membuat bagian atas sepatu dan bahan baku yang digunakan untuk membuat lapisan bawah sepatu. Bahan baku langsung diantaranya:

1) Kulit sapi

Kulit yang berkualitas sebagai bahan baku utama menjadi keharusan untuk memproduksi sepatu yang berkualitas, sehingga perusahaan mendatangkan kulit dari pemasok yang sudah dipercaya dapat memberikan kualitas yang terjaga. Kulit yang didatangkan dari Magetan, Jawa Timur. Pada saat pesanan tiba, bagian gudang melakukan pemeriksaan kualitas kulit dengan cara memotong kulit tersebut, kemudian dicoba untuk membuat sepatu bagian luar. Apabila kulit tersebut kurang bagus karena cepat sobek maka perusahaan dapat menghubungi supplier untuk mengembalikan dan menggantinya dengan kulit yang sesuai mutu yang disyaratkan perusahaan. Kulit yang telah memenuhi standar mutu perusahaan di simpan di gudang yang tertutup untuk mencegah kulit tidak cepat rusak.

2) Lapisan bensol

Bahannya seperti kardus/karton yang didatangkan dari Bandung.⁶³

3) Benang peniti

Perusahaan mendapatkan bahan baku ini dari pasaran yang ada. Benang tersebut digunakan selain untuk menjahit sepatu agar dapat kuat juga untuk memberikan corak yang bagus.

⁶³ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010 diperkuat wawancara dengan Budi bagian produksi.

4) Lakihol alkalin

Bahannya lentur dan tidak pecah digunakan perusahaan untuk bagian dalam tatak sepatu.

5) Lem

Lem terdiri dari lem tempel dan lem tarik. Bila lem yang dikirim tidak memenuhi mutu, maka perusahaan cukup menghubungi distributornya agar pesanan tersebut diganti dengan yang baru.

6) Kain keras dan blacu

Bahan ini biasanya digunakan untuk lapisan bagian depan dan bagian belakang sepatu agar kelihatan bentuk sepatu tersebut, untuk melihat seberapa bagusnya sepatu tersebut.

7) Paku

Untuk memperoleh bahan baku ini dapat langsung memperolehnya di pasar terdekat, karena bahan baku ini banyak tersedia. Paku digunakan untuk memaku pelapis dalam agar kuat setelah di lem.

8) Pencuci sol TPL

9) Karet/*latex*

Digunakan untuk merekatkan bagian bawah sepatu agar dapat pas dan menyatu dengan kuat.⁶⁴

⁶⁴ *Ibid.*

Untuk bagian alas kaki luar (*out sol*), bahan baku tersebut diperoleh dari pabrik pembuatnya, dari pemasok yang ada di Bandung atau Jakarta.

Bahan baku tidak langsung yang digunakan diantaranya listrik, oli, thiper, solar.

b. Mesin (Teknologi)

Teknologi yang digunakan perusahaan dalam melakukan aktivitas produksinya selama ini adalah dengan menggabungkan teknik manual dan penggunaan mesin. Alat-alat yang digunakan untuk pembuatan sepatu sebagai berikut:

- 1) Pada tahap *adjusting* peralatan yang digunakan:
 - a) Kertas pola, untuk memola kulit.
 - b) Gunting, untuk memotong kulit
 - c) Mesin seset kulit, gunanya untuk menyesuaikan kulit yang sudah dipotong tersebut.
 - d) Mesin jahit, yang terdiri dari mesin kecil dan mesin besar, digunakan untuk menjahit sepatu pada bagian pinggir sepatu dan bawah sepatu untuk mendapatkan sepatu yang kuat.
 - e) Mesin cangkung biasanya digunakan untuk menjahit sepatu yang rusak.⁶⁵
- 2) Pada tahap *assembling* peralatan yang digunakan:
 - a) Gunting, digunakan untuk merapikan benang jahitan pada sepatu.

⁶⁵ *Ibid.*

- b) Palu, digunakan untuk menancapkan dan membengkokkan paku, memukul-mukul untuk pembentukan sepatu agar sesuai dengan cetakan/acuan untuk meratakan sol.
- c) Geget
- d) Mesin seset furing, gunanya untuk menyesuaikan furing.
- e) List kayu, untuk membentuk sepatu.
- f) Mesin pres sepatu, untuk proses penyatuan bagian sepatu yang sudah setengah jadi.

3) Pada tahap *finishing* peralatan yang digunakan:

- a) Semir untuk membersihkan sepatu.⁶⁶

c. Tenaga Kerja (SDM)

Karyawan Perusahaan sepatu Vistrand berjumlah 48 orang yang terdiri dari 18 orang karyawan produksi, 8 orang sales, 8 orang kolektor, 3 orang admin, 8 orang supir, dan 3 orang pada bagian gudang. Pada umumnya tingkat pendidikan untuk karyawan adalah minimal setingkat Sekolah Menengah Atas, hal ini diterapkan agar karyawan mengerti benar pekerjaannya masing-masing. Dalam hal pembagian jam kerja, karyawan melakukan pekerjaan selama 8-9 jam sehari, selama 26 hari kerja.⁶⁷

Dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan UD Vijaya melaksanakan sistem kompensasi sebagaimana berikut ini:

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ Septo, selaku admin perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 4 April 2011.

1) Sistem Kompensasi Langsung

Kompensasi langsung yang diterapkan di perusahaan sepatu Vistrand adalah pemberian upah atau gaji, dimana pemberian upah/gaji yang dilaksanakan terdiri dari tiga macam, yaitu:

- a) Upah mingguan, untuk karyawan produksi/pabrik dan supir.
- b) Upah bulanan, untuk karyawan administrasi, sales, kolektor dan gudang.
- c) Upah Borongan merupakan upah yang diberikan kepada karyawan yang dihitung berdasarkan jumlah tertentu (unit) barang yang dapat diselesaikan. Pemberian upahnya dilaksanakan seminggu sekali, upah diberikan hanya untuk karyawan produksi/pabrik.⁶⁸

2) Kompensasi Tidak Langsung

Selain kompensasi langsung UD Vijaya juga memberikan kompensasi tidak langsung. Adapun kompensasi tidak langsung yang dilaksanakan terdiri dari:

- a) Hari-hari Sakit, untuk ketidakhadiran bagi karyawan karena sakit dan mereka diharuskan menyerahkan surat keterangan sakit dari dokter.
- b) Cuti Melahirkan, bagi karyawan wanita yang tidak masuk kerja karena hamil mereka diberikan cuti hamil selama 3 bulan.

⁶⁸ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010, diperkuat wawancara dengan Septo (admin) dan Retno (sales).

3) Kompensasi Pelengkap

Adapun kompensasi yang diberikan oleh perusahaan antara lain: tunjangan hari raya, insentif/bonus, pesangon.⁶⁹

d. Modal

Modal usaha yang ditanamkan sebagai investasi awal pada UD Vijaya adalah sekitar Rp. 100.000.000 yang meliputi bangunan pabrik dan mesin-mesin produksi. Kini tak kurang perputaran uang lebih dari Rp. 200.000.000 per bulannya. Dalam pengendalian keuangan perusahaan senantiasa menjaga ketersediaan dana dalam bentuk kas untuk mengantisipasi kebutuhan dana kas yang mendesak serta difungsikan untuk membiayai tenaga kerja yang berkaitan dalam proses produksi dan biaya transportasi.⁷⁰

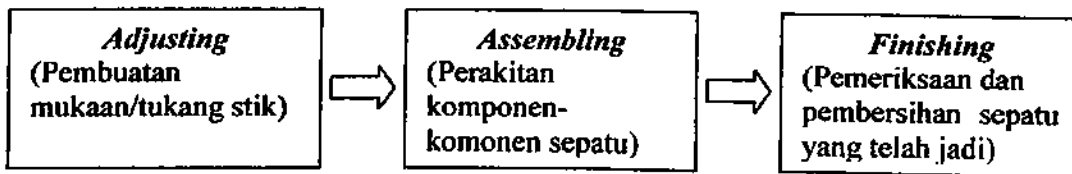
4. Proses Produksi

Sepatu yang diproduksi oleh perusahaan adalah sepatu kerja yang terbuat dari kulit dengan berbagai macam model untuk sepatu pria dan wanita. Namun sepatu yang diproduksi tidak hanya sepatu kerja, tetapi juga sepatu casual, sepatu olahraga dan semi boot. Hingga saat ini perusahaan melakukan inovasi melalui desain produk yang dilakukan sendiri setiap dua bulan. Pembeli sebagai pemesan dapat datang dengan desain mereka yang

⁶⁹ *Ibid.*

⁷⁰ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

kemudian dikerjakan oleh perusahaan. Kebebasan juga diberikan kepada pemesan yang ingin menentukan bahan baku yang digunakan untuk produk pesanan. Dengan kapasitas produksi dapat mencapai 3000 pasang sepatu per bulan. Terdapat tiga tahap dalam pembuatan sepatu Vistrand seperti gambar 3 yaitu:



Gambar 3
Alur Produksi Sepatu Vistrand

Tahap dalam pembuatan sepatu Vistrand dijelaskan di bawah ini:

a. *Adjusting*

Pada tahap ini yaitu pembuatan pola atau model untuk mukaan (bagian atas sepatu). Berdasarkan pola yang dibuat, maka dilakukan pemotongan kulit. Dibentuk dalam satu cetakan diberikan lapisan bensol (lembar yang menyerupai karton) lalu mukaan dimasukkan kedalam cetakan, setelah itu dijadikan satu dengan proses pengeleman kemudian diseset selanjutnya dijahit.⁷¹

b. *Assembling*

Merupakan bagian perakitan komponen-komponen sepatu yang terdiri dari *upper* (mukaan), sol (lapisan bawah sepatu yang terbentuk dari insol) kemudian dilakukan proses penyatuan bagian sepatu yang sudah

⁷¹ Observasi tanggal 14 Desember 2010, dan hasil wawancara dengan Bandi Setyawan selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, pada tanggal 25 November 2010, diperkuat wawancara dengan Budi bagian produksi.

setengah jadi yaitu dipres dengan cara hidrolik menggunakan mesin pres sepatu.

c. *Finishing*

Pada bagian ini dilakukan pemeriksaan pada sepatu yang telah jadi dan dilakukan pembersihan pada sepatu tersebut dari sisa-sisa lem dan kotoran lalu disemir. Setelah itu sepatu dibawa ke gudang untuk pengepakan yaitu diberi nomor sepatu dan dimasukkan ke dalam kardus.⁷²

B. Implementasi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto

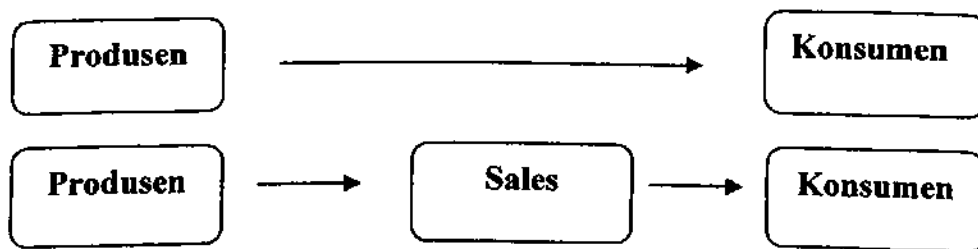
Strategi distribusi merupakan salah satu di antara kebijaksanaan manajemen yang paling penting di bidang pemasaran sepatu Vistrand. Karena saluran distribusi yang dipilih UD Vijaya secara langsung dapat mempengaruhi semua keputusan yang berkenaan dengan bidang pemasaran produk itu. Pengaruh ini antara lain dapat berupa tidak tercapainya tingkat penjualan yang diharapkan perusahaan. Berkenaan dengan ini, maka UD Vijaya dalam menentukan saluran distribusinya mempertimbangkan pemilihan dari lokasi-lokasi potensial, yang akan berkaitan dengan panjang pendeknya penyaluran sepatu sampai ke konsumen akhir.⁷³

⁷² *Ibid.*

⁷³ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

1. Strategi Struktur Saluran Distribusi

Tujuan dari strategi ini adalah distribusi melalui sales (wiraniaga) untuk mencapai jumlah pelanggan yang optimal pada waktu yang tepat dengan biaya yang rendah namun dapat meraih dan menjaga tingkat pengendalian distribusi yang dilakukan oleh UD Vijaya. Dipilihnya distribusi langsung dan mengerahkan sales oleh perusahaan agar sirkulasi uang yang terjadi di perusahaan cepat untuk memproduksi sepatu. Untuk itu, sepatu tersebut tidak di pasarkan melalui toko. Apabila di toko sepatu akan lama terjual dan sepatu yang tidak laku oleh toko akan diobral sehingga membuat rugi perusahaan yang masih tergolong UKM. Di samping itu, dengan menggunakan sales informasi dari konsumen akan lebih cepat diterima perusahaan.⁷⁴ Gambar mengenai saluran distribusi produk sepatu UD Vijaya dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4
Saluran Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand

Untuk gambar produsen-konsumen yaitu konsumen datang langsung ke perusahaan untuk membeli atau memesan langsung sepatu pada perusahaan. Sedangkan gambar 2, produsen-sales-konsumen yaitu konsumen

⁷⁴ *Ibid.*

membeli atau memesan sepatu melalui sales perusahaan yang datang ke tempat konsumen.

Dalam pembelian yang dilakukan konsumen langsung ke perusahaan, biasanya adalah pelanggan tetap yang kebetulan mampir di wilayah Purwokerto. Setiap transaksi yang dicatat bisa melalui nota perusahaan ataupun melalui nota sales jika sepatu yang dipesan atau dipilih konsumen ada pada sales. Selanjutnya bagian administrasi akan memberikan informasi kepada sales yang bersangkutan. Pencatatan yang dilakukan pada pembelian langsung ke perusahaan dicatat sebagai pendapatan perusahaan. Penjualan sepatu yang utama tetap dilakukan melalui sales, maka pendapatan yang diperoleh perusahaan lebih besar dihasilkan dari sales.⁷⁵

Kebijakan harga sepatu pada perusahaan, untuk sepatu putra dan putri dengan harga tunai atau kredit sudah distandarkan oleh perusahaan. Untuk sepatu laki-laki dengan harga mulai dari Rp 140.000 sampai Rp 190.000, sedangkan untuk sepatu wanita dari harga Rp 120.000 sampai Rp 140.000. Apabila konsumen membayar *cash*, maka konsumen mendapatkan diskon hingga Rp 20.000 per item.

Perusahaan mempertimbangkan biaya yang diperlukan untuk proses distribusi. Semakin luas ekspansi perusahaan, maka semakin banyak pula biaya distribusinya.⁷⁶ Faktor-faktor utama penganggaran yang harus dipertimbangkan adalah:

⁷⁵ Septo, selaku admin perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 14 Desember 2010 dan 21 Mei 2011.

⁷⁶ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

a. Biaya kompensasi wiraniaga (sales)

Gaji staf penjualan dan biaya-biaya perjalanan yang mendukungnya merupakan pengeluaran terbesar dari perusahaan yang memperkejakan wiraniaga.

b. Biaya modal kerja

Biaya-biaya yang berkaitan dengan penyediaan kredit kepada para pembeli dan distributor serta biaya sediaan.

c. Biaya distribusi fisik

Kenaikan biaya transportasi apabila wiraniaga sepakat untuk menawarkan pengangkutan yang paling cepat karena adanya pesanan kilat.

d. Harga dan potongan

Menggunakan daya tarik harga (potongan tunai, potongan jumlah) untuk mencapai sasaran program.⁷⁷

Dalam satu hari perusahaan mengeluarkan biaya untuk proses distribusi bisa mencapai Rp 750.000 dikalikan 26 hari kerja sales, sehingga dalam satu bulan untuk biaya distribusi mencapai Rp 19.500.000. Namun jumlah tersebut tidak mutlak tergantung pada kebutuhan transportasi setiap harinya.

2. Strategi Cakupan Distribusi

Perusahaan sepatu Vistrand menjalankan strategi distribusi eksklusif yaitu perusahaan menunjuk satu orang perantara khusus adalah sales untuk

⁷⁷ Gregorius Chandra, *Strategi...*, hlm. 227-230.

menyalurkan produknya ke seluruh wilayah. Dalam hal ini perusahaan mempertimbangkan:

a. Wilayah/area Distribusi

Untuk pangsa pasar perusahaan sepatu Vistrand memasarkan sepatu ke berbagai wilayah, di mana wilayah pemasarannya terbagi menjadi wilayah Banyumas ada 27 Kecamatan atau seluruh Banyumas. Untuk Kabupaten Purbalingga ada 17 Kecamatan, Kabupaten Banjarnegara 20 Kecamatan, Kabupaten Cilacap 12 Kecamatan, Kebumen dan sebagian Kabupaten lain kawasan ekspansi yang dilakukan perusahaan ke wilayah Brebes, Pemalang, Wonosobo. mencakup 3 sampai 5 Kecamatan. Dengan segmen pasar yaitu instansi-instansi pemerintah, sekolah-sekolah, dan pegawai swasta.⁷⁸

Pengetahuan yang perlu dikuasai agar dapat menggarap wilayah secara maksimal, meliputi: luas daerah, jumlah penduduk, situasi lapangan dan jarak tempuh, batas dan rute wilayah keliling, jumlah pasar sasaran, jumlah langganan, gambaran pembeli di daerah yang bersangkutan, pendapatan penduduk, dan sebagainya.⁷⁹

b. Tim tenaga penjualan

Sales yang diterima telah dilakukan seleksi dan *training* (pelatihan) maksimal 1 minggu. Di dalam *training* perusahaan memberikan pengetahuan tentang hasil produksi yang akan dijual,

⁷⁸ Septo, selaku admin perusahaan sepatu UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 14 Desember 2010, diperkuat wawancara dengan Retno (sales).

⁷⁹ David Sukardi Kodrat, *Manajemen...*, hlm. 119.

salesmanship, produk dan perusahaan saingan utama, dan juga mempraktekan langsung ke lapangan untuk menjual produk.

Hal yang biasanya dilakukan sales dalam menjual produk yaitu menggunakan kunjungan, sales yang melakukan kunjungan harus baik, meyakinkan dan mengesankan. Ia harus menyiapkan diri untuk bersifat baik dan mengesankan dengan mengenalkan produk yang ditawarkannya.

Setiap kunjungan merupakan presentasi, sales menguraikan dan menjelaskan produk. Presentasi yang disampaikan dengan cermat adalah sarana penting untuk menggerakkan pikiran konsumen, membangkitkan perhatian dan minat, hasrat, keyakinan dan tindakan yang menyebabkan terjadinya penjualan. Beberapa pendekatan dalam melakukan presentasi yang dilakukan sales:

1) Pendekatan melalui perkenalan

Sales memulai dengan melakukan perkenalan untuk memberikan penjelasannya tentang produk, memberi kartu nama, berbuat sopan dan jangan memaksakan membeli.⁸⁰

2) Pendekatan melalui referensi

Kunjungan penjualan dapat diawali dengan menggunakan referensi nama teman atau keluarga dalam awal pembicaraan dengan menyebutkan beberapa nama konsumen yang telah membeli produknya, sehingga konsumen akan tertarik dan terpicat oleh informasi pembeli tadi.

⁸⁰ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

Kemampuan sales seperti: pencapaian target, hubungan baik dengan pelanggan, pengetahuan tentang produk, penjualan produk, dan tugas lainnya.⁸¹ Dalam satu hari sales dapat melakukan kunjungan ke 5 sampai 7 sekolah dan rata-rata sales dapat menjual 10 sepatu per harinya atau bahkan lebih.⁸²

Sales yang dapat mencapai target penjualan akan mendapatkan bonus/komisi sesuai apa yang telah dicapainya. Jika melebihi target maka bonus yang diterima 5% dari selisih kelebihan target.

3. Distribusi Fisik

Distribusi fisik dalam perusahaan sepatu Vistrand meliputi:

a. Transportasi

Armada penjualan yang dimiliki perusahaan adalah mobil Mitsubishi dan Suzuki berjumlah 8 buah, sedangkan sepeda motor yang dimiliki 1 buah. Untuk setiap mobil memiliki volume yang berbeda yaitu:

- 1) Untuk mobil tahun 1995 sampai sekarang, berjumlah 7 buah dengan kapasitas sepatu putra berjumlah 80 pasang dan sepatu putri berjumlah 160 pasang. Sehingga mobil dapat menampung 240 pasang sepatu.
- 2) Untuk mobil tahun 1984 ada 1 buah, dengan kapasitas sepatu putra berjumlah 80 pasang dan sepatu putri berjumlah 120 pasang. Sehingga mobil dapat menampung 200 pasang sepatu.

⁸¹ *Ibid.*

⁸² Retno, selaku sales perusahaan sepatu Vistrand UD. Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 11 Desember 2010.

3) Untuk motor ada 1 buah, dengan kapasitas sepatu putra berjumlah 16 pasang dan sepatu putri berjumlah 58 pasang. Sehingga dapat menampung 74 pasang sepatu.⁸³

b. Persediaan/Stok Sepatu

Gudang sebagai tempat pengepakan dan persediaan sepatu Vistrand. Gudang terletak tidak jauh dari produksi/pabrik sehingga dapat meminimalisir biaya pengangkutan. Di dalam gudang terdapat sekitar 2000 pasang sepatu sebagai stok sepatu. Sepatu yang diterima dari pabrik dan keluar dari gudang selalu melalui cek fisik dan pencatatan begitupula dengan sepatu konsumen yang akan diservis.

Jumlah sepatu yang tersedia di gudang distribusi tidak boleh terlalu sedikit karena hal itu dapat memperlambat pengiriman dan penjualan sepatu ke konsumen. Namun demikian jumlah persediaan sepatu juga tidak boleh terlalu besar karena hal itu akan meningkatkan biaya persediaan, seperti biaya pemeliharaan sepatu. Rasio perputaran sepatu di gudang tiap tahun dapat dihitung dengan rumus:⁸⁴

$$\text{Perputaran persediaan} = \frac{\text{Saldo rata-rata persediaan}}{\text{Hasil penjualan bersih}} \times 365 \text{ hari}$$

4. Layanan Konsumen

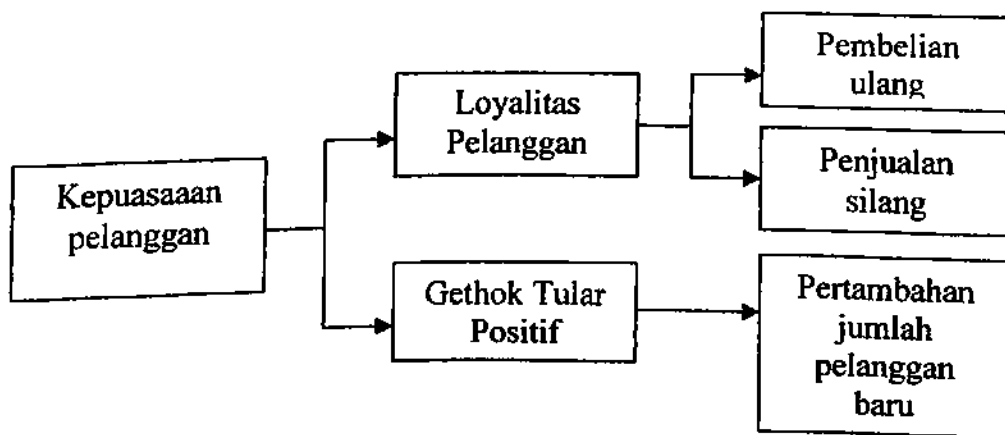
Perusahaan memberikan pelayanan rutin kepada konsumen, meliputi:

⁸³ Septo, selaku admin perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 15 Desember 2010.

⁸⁴ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

- 1) Melaksanakan 5 S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) hal ini wajib dilakukan sales setiap berinteraksi dengan konsumen.
- 2) Garansi 1 tahun sepatu yang di beli konsumen.
- 3) Layanan perbaikan sepatu misalnya pemakaian yang terlalu over atau cacat, tetapi bukan servis penggantian kulit.
- 4) Semir sepatu untuk konsumen saat berada di tempat penjualan.
- 5) Pemahaman terhadap pesanan yang dikirim.
- 6) Tenggang waktu pemesanan ke pengiriman.
- 7) Aturan kredit yang diberikan, yaitu 5x atau 5 bulan angsuran.⁸⁵

Pentingnya kepuasan pelanggan menunjang keberhasilan perusahaan dalam untuk mewujudkan tujuannya. Pengalaman kepuasan yang dirasakan berulang kali akan menaikkan tingkat kepuasan keseluruhan dan memudahkan pelanggan untuk menyusun ekspektasi yang jelas di masa datang.



Gambar 5
Manfaat Kepuasan Pelanggan⁸⁶

⁸⁵ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

⁸⁶ Gregorius Chandra, *Strategi...*, hlm. 6-7.

5. Pengendalian dan Evaluasi Distribusi

Pengendalian saluran distribusi adalah menguasai semua anggota dalam saluran distribusi agar dapat mengendalikan kegiatan mereka secara terpusat ke arah pencapaian tujuan bersama.⁸⁷ Dari waktu ke waktu perusahaan wajib mengevaluasi dan mengendalikan kinerja manajemen untuk pemasaran produk mereka.⁸⁸ Perusahaan melakukan pengendalian distribusi secara terpusat atau *vertical Marketing System* (VMS).

Evaluasi distribusi di perusahaan yaitu dengan mengevaluasi beberapa hal seperti :

a. Evaluasi Kinerja Sales

Kinerja sales mempunyai pengaruh besar terhadap keberhasilan kegiatan penjualan produk pada khususnya dan kegiatan pemasaran secara keseluruhan maupun terhadap kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan.

Perusahaan selalu mengevaluasi kinerja sales yaitu dengan adanya rekap kinerja sales yang dibuat oleh bagian administrasi setiap bulan. Rekap tersebut mencakup jumlah hari kerja sales, target yang bisa dicapai sales, hasil penjualan, return yang diterima sales dari konsumen, dan penagihan serta jumlah kelebihan target penjualan. Dalam hal ini, fokus sales tetap pada pengembangan wilayah dan target omset penjualan, sedangkan kolektor mengurangi penjualan tertunda.⁸⁹

⁸⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi...*, hlm. 212.

⁸⁸ Siswanto Sutojo, *Manajemen...*, hlm. 342.

⁸⁹ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, tanggal 25 November 2010, diperkuat wawancara dengan Septo (admin).

Penjualan bersih (*nett sales*) sepatu Vistrand yang dilakukan oleh sales selama 15 bulan mulai dari bulan Oktober 2009 sampai Desember 2010 sebagai berikut:

No	Bulan	Penjualan
1	Oktober 2009	Rp 172.325.000
2	November 2009	Rp 180.409.000
3	Desember 2009	Rp 162.872.000
4	Januari 2010	Rp 201.059.000
5	Februari 2010	Rp 175.377.000
6	Maret 2010	Rp 198.282.000
7	April 2010	Rp 180.409.000
8	Mei 2010	Rp 174.350.000
9	Juni 2010	Rp 180.943.000
10	Juli 2010	Rp 193.171.000
11	Agustus 2010	Rp 172.923.000
12	September 2010	Rp 86.181.000
13	Oktober 2010	Rp 224.982.000
14	Nopember 2010	Rp 236.988.000
15	Desember 2010	Rp 197.259.500

Tabel 3
Volume Penjualan Sepatu Vistrand⁹⁰

Dari tabel di atas, mengidentifikasi ada peningkatan dan penurunan penjualan, Hal ini berpengaruh pada kinerja sales dan pendapatan yang diterima perusahaan. Penjualan yang meningkat pada bulan Oktober-Nopember 2010 dikarenakan, pada bulan tersebut sales bisa

⁹⁰ Dokumentasi bagian administrasi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto.

menjual sepatu lebih banyak, sekolah sudah mulai ujian dan memasuki libur semester serta kolektor melakukan lebih banyak penagihan tertunda kepada konsumen.

Penurunan terjadi di bulan Agustus dan September 2010 dikarenakan hari kerja sales yang tidak penuh yaitu hanya 15 hari kerja. Karena pada bulan Agustus bertepatan dengan puasa Ramadhan di mana banyak sekolah yang pulang lebih awal, serta pada bulan September banyak sekolah dan instansi yang libur Idul Fitri. Sehingga distribusi sepatu dan penagihan kredit tidak optimal. Hal ini mengakibatkan penjualan sepatu tidak stabil karena ada penurunan penjualan yang cukup curam dan kenaikan menjadi drastis. Hal tersebut membuat perusahaan menaikkan target penjualan minimal 200 juta per bulan.⁹¹

b. Efektivitas Jalur Distribusi

Salah satu data yang dipergunakan sebagai bahan masukan evaluasi efektivitas distribusi produk adalah laporan penjualan bulanan yang disusun para sales. Laporan bulanan sales memuat berbagai macam data yang bersangkutan dengan distribusi, termasuk jumlah tempat yang mereka kunjungi tiap bulan, jumlah pembelian produk di tiap kunjungan, dan sebagainya.⁹²

Pengawasan distribusi dilakukan di setiap Kecamatan. Laporan bulanan yang dimiliki sales setiap bulan dicek oleh bagian administrasi. Sampai saat ini jalur distribusi yang digunakan masih dapat memenuhi

⁹¹ Septo, admin perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 14 Desember 2010.

⁹² Siswanto Sutojo, *Manajemen...*, hlm. 353.

permintaan konsumen, kelancaran dan ketepatan dalam pengiriman serta penjualan sepatu. Namun, sejauh ini perusahaan belum dapat melakukan ekspansi ke daerah-daerah yang lebih jauh. Jalur distribusi harus secara rutin dikunjungi sales sesuai tugas pembagian wilayah distribusi untuk masing-masing sales dengan rute yang berbeda-beda setiap harinya.

Perusahaan pernah melakukan strategi modifikasi saluran distribusi dengan mendirikan cabang di daerah yang jarak tempuhnya jauh, sehingga lebih efektif. Tetapi terkendala karena belum ada orang yang bisa dipercaya. Karena perusahaan sempat mengalami kerugian dengan strategi adanya cabang gudang di daerah lain karena terjadi penyimpangan.

c. Biaya Distribusi

Biaya distribusi dalam perusahaan mencakup biaya sediaan, retur penjualan, biaya pemrosesan pesanan, biaya transportasi, biaya pergudangan, dan lain-lain. Pengendalian biaya distribusi yang dilakukan perusahaan dengan memilih ekspansi ke daerah-daerah dekat dengan kota Purwokerto yang merupakan tempat produksi dan gudang. Tetapi perusahaan harus memprediksi perubahan penjualan jika cakupan baru benar-benar dilakukan.⁹³

d. Layanan Pelanggan

Komponen evaluasi layanan diperhatikan oleh perusahaan antara lain:

1) Kontak rutin para sales dan sales dengan konsumen.

⁹³ Bandi Setyawan, selaku pimpinan perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya, wawancara, pada tanggal 25 November 2010.

- 2) Aturan kredit yang diberikan perusahaan.
- 3) Kualitas pengepakan sepatu.
- 4) Ketersediaan barang di dalam gudang.
- 5) Penanganan keluhan konsumen.
- 6) Jasa perbaikan (servis) sepatu.
- 7) Waktu untuk proses pembuatan pesanan sepatu.
- 8) Koordinasi antara bagian produksi, gudang, distribusi (sales), kolektor dan administrasi.

Evaluasi yang dilakukan perusahaan tergantung pada perkembangan situasi yang terjadi. Evaluasi keseluruhan operasional perusahaan tidak setiap bulan ada, evaluasi rutin yang dilakukan perusahaan setiap bulan seperti kinerja sales dan kolektor, biaya distribusi, area kunjungan rutin sales.⁹⁴

⁹⁴ *Ibid.*



BAB IV

ANALISIS TERHADAP STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU VISTRAND UD VIJAYA PURWOKERTO

A. Analisis Terhadap Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto Perspektif Ekonomi Islam

UD Vijaya dalam memproduksi sepatu Vistrand menggunakan bahan baku kulit hewan sapi, maka produk yang dihasilkan perusahaan adalah produk halal, karena pemanfaatan kulit sebagai bahan baku pembuatan sepatu terdapat dalam Firman Allah SWT.

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا وَجَعَلَ لَكُمْ مِنْ جُلُودِ الْأَنْعَامِ بُيُوتًا
تَسْتَخِفُّونَهَا يَوْمَ ظَعْنِكُمْ وَيَوْمَ إِقَامَتِكُمْ وَمِنْ أَصْوَابِهَا وَأَوْبَارِهَا وَأَشْعَارِهَا أَثْنَا
وَمَتْنَعًا إِلَى حِينٍ⁹⁵

Artinya: "Dan Allah menjadikan bagimu rumah-rumahmu sebagai tempat tinggal dan dia menjadikan bagi kamu rumah-rumah (kemah-kemah) dari kulit binatang ternak yang kamu merasa ringan (membawa)nya di waktu kamu berjalan dan waktu kamu bermukim dan (dijadikan-Nya pula) dari bulu domba, bulu onta dan bulu kambing, alat-alat rumah tangga dan perhiasan (yang kamu pakai) sampai waktu (tertentu).⁹⁶

Terdapat empat hal utama yang menjadi dasar dalam strategi distribusi yang dilakukan oleh perusahaan sepatu Vistrand dilihat dari perspektif ekonomi Islam, yaitu mencakup:

⁹⁵ QS. An-Nahl (16): 80.

⁹⁶ Lajnah Petashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Semarang: Karya Toha Putra, 1998), hlm. 527.

1. Strategi Struktur Saluran Distribusi

Perusahaan sepatu Vistrand secara langsung ikut andil dalam menciptakan lapangan kerja dan menumbuhkan perekonomian daerah. Karena perusahaan menggunakan wiraniaga atau sales yang diterjunkan sebagai media penting (utama) dalam penghubung produsen dan konsumen. Dalam hal ini, sales yang diterjunkan perusahaan hanya sebagai wakil dari perusahaan dalam mendistribusikan dan menjual produknya.

Dalam ekonomi Islam apa yang dilakukan perusahaan merupakan prinsip *wakālah al-muqayyadah* di mana perusahaan menunjuk sales untuk bertindak atas namanya dalam urusan-urusan tertentu seperti distribusi dan penjualan sepatu. Sedangkan upah atau bonus yang diberikan perusahaan kepada sales yang melampaui target penjualan merupakan prinsip *ji'alah*, termasuk prinsip tersebut karena perusahaan menjanjikan imbalan tertentu kepada sales atas suatu prestasi yang dicapai dalam pelaksanaan tugasnya.

Pimpinan perusahaan mengarahkan wiraniaga/sales agar setiap transaksi yang dilakukan tidak ada paksaan. Seperti yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya mengenai pendekatan dalam melakukan presentasi penjualan, dengan berbuat sopan dan tidak memaksa konsumen. Dalil dalam hal ini yaitu:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ⁹⁷....

⁹⁷ QS. An-Nisa' (4): 29.

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu...."⁹⁸

Kunjungan penjualan yang dilakukan sales dengan pendekatan melalui referensi nama teman, keluarga atau beberapa nama konsumen yang telah membeli produknya, sehingga konsumen akan tertarik dan terpikat. Menurut hemat penyusun penjualan seperti ini bukan termasuk dalam berjualan dengan cara *najsy*. Karena dengan penjualan *najsy*, akibatnya terjadi permintaan palsu (*false demand*). Penipuan sangat dilarang, maka setiap penjual harus jujur dan amanah dalam melakukan aktivitas perdagangan, dalam hadis disebutkan:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مَسْلَمَةَ حَدَّثَنَا مَالِكٌ عَنْ نَافِعٍ عَنْ ابْنِ عُمَرَ
رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: فَهِ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنِ النَّجْشِ⁹⁹

"Mengabarkan kepada kami Abdullāh ibn Maslamah, mengabarkan kepada kami Mālik dari Nāfi' dari ibn Umar berkata: Rasulullah saw melarang *najsy*". (HR. Bukhārī)

Sales ataupun perusahaan selalu berusaha agar tidak membuat kecewa konsumen dengan memberikan pelayanan sebaik-baiknya, seperti dalam pemilihan model sepatu, perusahaan tidak membuat katalog, karena gambar yang ada pada katalog biasanya tidak sama persis dengan sepatu yang dijual oleh perusahaan.

⁹⁸ Lajnah Petashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, hlm. 153.

⁹⁹ Abū Abdillāh Muhammad ibn Ismā'īl ibn Ibrāhīm ibn Al-Mugīrah ibn Bardazabah Al-Bukhārī, *Sahih Al-Bukhārī*, (Beirut: Dār Al-Fikr, 1994), III: 33.

2. Strategi Cakupan Distribusi

Strategi distribusi yang digunakan UD Vijaya mudah sekali ditiru oleh perusahaan lain untuk memperoleh konsumen, maka strategi distribusi tersebut dapat menimbulkan aktivitas persaingan bisnis yang ketat. Di daerah Purwokerto sendiri terdapat UKM produsen sepatu memakai strategi distribusi yang sama, seperti yang ada di daerah Sumampir. Dari luar kota, misalnya Purworejo sudah mempunyai cabang gudang di Purwokerto serta produsen dari luar daerah lainnya seperti dari Purbalingga, Solo, Yogyakarta, Bandung dan lain sebagainya.

Aktivitas bisnis pada perusahaan tetap menjalankan usaha dengan persaingan yang sehat, misalnya tidak menjelek-jelekan produk pesaing di depan konsumen. Sales yang menghadapi persaingan langsung di lapangan selalu menjaga hubungan baik dengan sales perusahaan pesaing. Dengan wilayah distribusi yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas persaingan, maka perusahaan selalu berupaya menghasilkan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang terbaik, tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan konsumen. Persaingan itu tidak lagi diartikan sebagai usaha mematikan pesaing lainnya, tapi dilakukan untuk memberikan sesuatu yang terbaik dari usaha bisnisnya.

3. Distribusi Fisik

Dalam distribusi fisik meliputi: aspek pergudangan, persediaan dan transportasi. Gudang perusahaan digunakan sebagai tempat pengepakan dan juga sebagai tempat persediaan sepatu. Sepatu di dalam gudang sebagai stok

barang. Persediaan barang harus ada, sehingga jika konsumen yang memesan sepatu dalam jumlah banyak ada stoknya atau konsumen yang langsung datang ke perusahaan bisa memilih dan membeli secara langsung. Perusahaan menyimpan sepatu bukanlah untuk ditimbun agar dapat menggelembungkan harga akibat langkanya barang di pasaran, melainkan hanya sebagai persediaan barang dagangan.

Transportasi mempunyai peranan penting bagi industri karena produsen mempunyai kepentingan agar produknya diangkut sampai kepada konsumen tepat waktu, tepat pada tempat yang ditentukan, dan barang dalam kondisi baik.¹⁰⁰ Transportasi yang ada di perusahaan digunakan sesuai fungsinya sebagai alat pengangkut sepatu, sehingga distribusi dan penjualan sepatu dapat berjalan efektif dan efisien sampai ke konsumen.

4. Pengendalian dan Evaluasi Distribusi

Salah satu pengendalian dan evaluasi dalam distribusi di perusahaan dapat dilihat dari administrasi dan keuangannya karena setiap organisasi/perusahaan bila ingin tetap berjalan haruslah memiliki suatu pengadministrasian yang baik.

Pengadministrasian pada perusahaan dilakukan secara tertib dengan komputerisasi mulai Oktober 2009 sebelumnya hanya pencatatan secara manual. Komputerisasi dilakukan perusahaan karena area distribusi semakin luas dan bertambahnya jumlah konsumen.¹⁰¹

¹⁰⁰ Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 26

¹⁰¹ Septo, selaku admin perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto, wawancara, pada tanggal 14 Desember 2010.

Bagian administrasi sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui keuangan, seperti bagaimana pencapaian omset penjualan, perkembangan perusahaan, dan lain-lain. Seorang admin diharapkan cerdas dalam hal administrasi/manajemen dagang, artinya hal-hal yang berkenaan dengan aktivitas harus dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap menjaga amanah dan kejujurannya.

Setiap transaksi tunai ataupun kredit di perusahaan ada bukti pencatatannya seperti pemakaian nota, kartu angsuran, dan lain-lain. Hal ini sesuai dalam Al-Qur'an yang menjelaskan bahwa:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ
وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ...¹⁰²

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar...."*¹⁰³

Dalam ayat di atas bahwa pencatatan transaksi begitu penting karena manusia terkadang bisa lupa sehingga pencatatan wajib dilakukan untuk menghindari kesalahpahaman dalam transaksi.

Implementasi strategi distribusi yang dilakukan oleh perusahaan sepatunya semaksimal mungkin untuk kemaslahatan bersama, sehingga tidak ada salah satu pihak yang dirugikan baik konsumen maupun perusahaan sendiri. Maka implementasi distribusi yang dilaksanakan perusahaan sepatunya Vistrand

¹⁰² QS. Al-Baqarah (2): 282.

¹⁰³ Lajnah Petashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an...*, hlm. 88.

UD Vijaya Purwokerto semaksimal mungkin selalu pada jalur perdagangan yang sehat sehingga dapat sesuai dengan ekonomi Islam.

B. Analisis SWOT Terhadap Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto

1. Analisis Faktor Internal Perusahaan

Berikut faktor kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*)

Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto antara lain:

Komponen	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Wilayah Distribusi	Menguasai wilayah distribusi secara maksimal karena para sales adalah orang asli daerah Banyumas dan sekitarnya.	Distribusi langsung dengan menugaskan wiraniaga memerlukan biaya yang besar untuk ekspansi dan tidak semua daerah pemasaran dan distribusimempunyai infrastruktur publik (jalan, telepon,dll) yang baik kondisinya.
Stok sepatu	Sistem <i>controlling</i> stok sepatu baik dengan persediaan yang memadai jika terjadi pesanan mendadak.	Terkadang stok sepatu melebihi dari kapasitas gudang.
Pelayanan	Mempunyai reputasi pelayanan yang baik dengan adanya garansi sepatu 1 tahun (pelayanan purna jual servis sepatu).	Dukungan tata kelola manajemen yang masih perlu diperbaiki dengan pembagian job secara jelas.
Komunikasi (Informasi Distribusi)	Dengan distribusi langsung persahaan lebih cepat mengetahui informasi/keluhan dari konsumen.	Kegiatan promosinya bersifat pasif yang dilakukan hanya melalui kunjungan sales.
Biaya/keuangan	Lokasi pabrik dan gudang berdekatan, maka biaya pengangkutan dapat diminimalisir.	Target penjualan yang belum sesuai dengan harapan dengan adanya penjualan tidak stabil dari Okt 2009-Des 2010 .
Transportasi	Sarana transportasi yang cukup lancar dan baik di dalam kegiatan transaksi.	Armada penjualan yang digunakan masih kurang.

SDM	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Memiliki sales yang telah berpengalaman di bidang penjualan dan pelayanan. ▪ Memiliki tenaga kerja produksi yang ahli dan berpengalaman karena pernah bekerja di pabrik sepatu perusahaan besar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adanya kendala untuk ekspansi terkait dengan SDM yang amanah.
-----	--	---

Tabel 4

Daftar Kekuatan dan Kelemahan Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya

2. Analisis Faktor Eksternal Perusahaan

Berikut faktor peluang (*opportunities*) dan tantangan (*threats*)

Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto antara lain:

Komponen	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Tantangan (<i>Threats</i>)
Pesaing	Adanya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Munculnya pesaing baru baik di dalam maupun luar kota. ▪ Persaingan industri di daerah lain yang memproduksi produk yang sama, misalnya daerah Cibaduyut Bandung dan daerah-daerah lain produsen sepatu.
Pemerintah	Adanya perhatian dari Lembaga Keuangan dan pemerintah dalam permodalan UMKM.	Kebijakan pemerintah untuk menaikkan harga BBM juga merupakan salah satu dari sebab industri sepatu masih dalam tekanan ekonomi yang besar.
Teknologi	Perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang pesat di zaman modern	Adanya perdagangan bebas dengan serbuan produk impor.
Pemasok	Adanya hubungan baik dengan pemasok bahan baku.	Pemasok bahan baku jauh dari lokasi perusahaan.
Konsumen	Hubungan yang baik dengan konsumen yang berasal dari instansi/perusahaan/sekolah.	Konsumen semakin sensitif terhadap harga.

Sosio ekonomi (Sosial Ekonomi, Demografi)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perubahan pola dan gaya hidup masyarakat yang menyukai kepraktisan. ▪ Jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami pertumbuhan, pasar dalam negeri masih terbuka luas untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar 	Kondisi perekonomian negara yang masih tidak menentu karena masih terjadi krisis ekonomi.
--	---	---

Tabel 5

Daftar Peluang dan Ancaman Perusahaan Perusahaan Sepatu UD Vijaya

Setelah terdapat *listing* hasil dari beberapa komponen-komponen faktor SWOT, langkah penyusunan analisis SWOT berikutnya adalah menilai dan memasukan komponen-komponen tersebut melalui cara pendekatan kualitatif Matriks SWOT yang telah dikembangkan Kearns.

a. Sel A adalah strategi SO (*Strength, Opportunity*)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Sel B adalah strategi ST (*Strength, Threats*)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Sel C adalah strategi WO (*Weakness, Opportunity*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Freddy Ranguti, *Analisis...*, hlm. 31-32.

d. Sel D adalah strategi WT (*Weakness, Threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.¹⁰⁵

Berikut analisis strategi yang di kembangkan melalui berbagai komponen faktor internal dan eksternal Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto berdasarkan pendekatan kualitatif Kears.

3. Matriks SWOT Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto

Dengan berbagai komponen-komponen analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman strategi distribusi perusahaan sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto yang telah dijelaskan di atas, maka strategi yang muncul dari perpaduan antara masing-masing komponen adalah sebagai berikut:

EKSTERNAL	Peluang (O)	Tantangan (T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan. 2. Adanya perhatian dari Lembaga Keuangan dan pemerintah dalam permodalan UMKM. 3. Perkembangan teknologi informasi dan transportasi yang pesat di zaman modern. 4. Adanya hubungan baik dengan pemasok bahan baku. 5. Hubungan yang baik dengan konsumen yang berasal dari instansi/perusahaan/sekolah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Munculnya pesaing baru baik di dalam maupun luar kota 2. Persaingan industri di daerah lain yang memproduksi produk yang sama, misalnya daerah Cibaduyut Bandung dan daerah-daerah lain produsen sepatu. 3. Kebijakan pemerintah menaikkan harga BBM juga merupakan salah satu dari sebab industri sepatu masih dalam

¹⁰⁵ *Ibid.*

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p>	<ol style="list-style-type: none"> 6. Perubahan pola dan gaya hidup masyarakat. 7. Jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami pertumbuhan, maka masih terbuka luas untuk mendapatkan dan memperluas pangsa pasar 	<p>tekanan ekonomi yang besar.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Adanya perdagangan bebas dengan serbuan produk impor. 5. Pemasok bahan baku jauh dari lokasi perusahaan. 6. Konsumen semakin sensitif terhadap harga. 7. Kondisi perekonomian negara yang masih tidak menentu karena masih terjadi krisis ekonomi.
<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p>	<p style="text-align: center;">Sel A (Strategi SO)</p>	<p style="text-align: center;">Sel B (Strategi ST)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menguasai wilayah distribusi secara maksimal karena para sales adalah orang asli daerah Banyumas dan sekitarnya. 2. Sistem <i>controlling</i> stok sepatu baik dengan persediaan yang memadai jika terjadi pesanan mendadak. 3. Mempunyai reputasi pelayanan yang baik dengan adanya garansi sepatu 1 tahun (pelayanan purna jual servis sepatu). 4. Dengan distribusi langsung persahaan lebih cepat mengetahui informasi/keluhan dari konsumen. 5. Lokasi pabrik dan gudang berdekatan, maka biaya pengangkutan atau penyimpanan dapat diminimalisir. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penguatan dan perluasan pangsa pasar dengan menambah cabang dan gudang di daerah perluasan pasar dalam usaha meningkatkan penetrasi produk dan meningkatkan volume penjualan produk (S₁, S₂, S₃, S₆, O₄, O₅, O₆, O₇) 2. Meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik sehingga lebih mendapat kepercayaan dalam pembiayaan oleh lembaga keuangan (S₁, S₂, S₃, S₅, S₆, O₁, O₂, O₅) 3. Meningkatkan efektivitas jalur distribusi (S₁, S₅, S₆, S₇, O₃, O₆, O₇) 4. Peningkatan kualitas SDM melalui program-program pendidikan dan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan inovasi dan pengembangan produk (S₃, S₄, S₈, T₁, T₂, T₄) 2. Meningkatkan kualitas dan mutu produk maupun pelayanan (S₃, S₄, S₇, S₈, T₁, T₃, T₄, T₅) 3. Menetapkan strategi harga yang bersaing (S₂, S₄, S₅, T₄, T₆, T₇) 4. Menetapkan jalur distribusi baru atau modifikasi saluran untuk menjangkau daerah terpencil (S₁, S₂, S₆, T₁, T₃, T₄, T₇)

<p>6. Sarana transportasi yang cukup lancar dan baik di dalam kegiatan transaksi.</p> <p>7. Memiliki sales yang telah berpengalaman di bidang penjualan dan pelayanan.</p> <p>8. Memiliki tenaga kerja produksi yang ahli dan berpengalaman karena pernah bekerja di pabrik sepatu perusahaan besar.</p>	<p>pelatihan serta memadukan seluruh komponen SDM untuk mewujudkan total kualitas pelayanan (S₃, S₇, S₈, O₃, O₄, O₅)</p>	
<p>Kelemahan (W)</p>	<p>Sel C (Strategi WO)</p>	<p>Sel D Strategi WT</p>
<p>1. Distribusi langsung dengan menugaskan wiraniaga memerlukan biaya yang besar untuk ekspansi dan tidak semua daerah pemasaran dan distribusi mempunyai infrastruktur publik (jalan, telepon, dll) yang baik kondisinya.</p> <p>2. Terkadang stok sepatu melebihi dari kapasitas gudang.</p> <p>3. Dukungan tata kelola manajemen yang masih perlu diperbaiki dengan pembagian job secara jelas.</p> <p>4. Kegiatan promosinya bersifat pasif yang dilakukan hanya melalui kunjungan sales.</p> <p>5. Target penjualan yang belum sesuai dengan harapan dengan adanya penjualan tidak stabil dari bulan Oktober 2009-Desember 2010 .</p> <p>6. Armada penjualan yang digunakan masih</p>	<p>1. Melakukan pemberdayaan sales sebagai <i>public relation</i> dalam upaya terus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen (W₃, W₄, W₅, O₁, O₅, O₆, O₇)</p> <p>2. Membangun <i>brand</i> produk dibenak konsumen melalui kunjungan rutin sales (W₁, W₅, W₆, O₁, O₄, O₅)</p> <p>3. Pemanfaatan kemajuan teknologi untuk meningkatkan mutu dan pelayanan terhadap konsumen (W₁, W₄, W₆, W₇, O₃, O₄, O₆)</p> <p>4. Menambah target penjualan sepatu (W₁, W₂, W₅, O₄, O₅, O₆, O₇)</p>	<p>1. Mengembangkan produk baru selain sepatu (W₁, W₂, W₇, T₁, T₃, T₄, T₆, T₇)</p> <p>2. Menjaga loyalitas konsumen lama (W₁, W₄, W₅, W₇, T₁, T₄, T₆)</p> <p>3. Mengikuti perkembangan trend mode sepatu (W₄, W₅, T₁, T₂, T₄, T₅)</p>

kurang. 7. Adanya kendala untuk ekspansi terkait dengan SDM yang amanah.		
---	--	--

Tabel 6
Matriks Analisis SWOT Strategi Distribusi
Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto

Matriks SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) disusun berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan yang dibandingkan dan terstruktur bertujuan untuk membentuk empat macam strategi, yaitu strategi SO, ST, WO, dan WT, yang dirinci seperti di bawah ini:

a. Sel A (Strategi SO)

- 1) Peningkatan kualitas SDM melalui program-program pendidikan dan pelatihan serta memadukan seluruh komponen SDM untuk mewujudkan total kualitas pelayanan.
- 2) Penguatan dan perluasan pangsa pasar dengan menambah cabang dan gudang di daerah perluasan pasar dalam usaha meningkatkan penetrasi produk dan meningkatkan volume penjualan produk
- 3) Meningkatkan kinerja perusahaan menjadi lebih baik sehingga lebih mendapat kepercayaan dalam pembiayaan oleh lembaga keuangan.
- 4) Meningkatkan efektivitas jalur distribusi.

b. Sel B (Strategi ST)

- 1) Melakukan inovasi dan pengembangan produk.
- 2) Meningkatkan kualitas dan mutu produk maupun pelayanan.

- 3) Menetapkan strategi harga yang bersaing
- 4) Menetapkan jalur distribusi baru atau modifikasi saluran untuk menjangkau daerah terpencil.

c. Sel C (Strategi WO)

- 1) Melakukan pemberdayaan sales sebagai *public relation* dalam upaya terus menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.
- 2) Membangun *brand* produk dibenak konsumen melalui kunjungan rutin sales.
- 3) Pemanfaatan kemajuan teknologi untuk meningkatkan mutu dan pelayanan terhadap konsumen.
- 4) Menambah target penjualan.

d. Sel D Strategi WT

- 1) Mengembangkan produk baru selain sepatu.
- 2) Menjaga loyalitas konsumen lama.
- 3) Mengikuti perkembangan trend mode sepatu.



BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, dapat penyusun simpulkan sebagai berikut:

1. Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto
Perspektif Ekonomi Islam.

Secara tertulis perusahaan tidak memiliki peraturan mengenai operasional yang harus diterapkan sesuai perdagangan dan distribusi dalam Islam. Penerapan strategi distribusi di perusahaan dalam prakteknya seperti teori strategi distribusi oleh Kotler, namun strategi tersebut tetap sesuai dengan distribusi mekanisme pasar dalam ekonomi Islam. Dilihat dari strategi struktur saluran distribusi menggunakan sales yang menerapkan prinsip *wakālah al-muqayyadah* dan upaya yang selalu dilakukan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas, memberikan pelayanan yang terbaik, tidak menghalalkan segala cara untuk mendapatkan konsumen. Dalam distribusi dan penjualan produk, perusahaan tidak melakukan penipuan atau *najsy* agar konsumen membeli produknya. Penyimpanan sepatu hanya sebagai persediaan barang dagangan bukan untuk ditimbun. Aktivitas transaksi di perusahaan dicatat atau dibukukan secara rapi agar tetap bisa menjaga amanah dan kejujuran serta dapat juga dalam pemberian upah yang adil sesuai dengan prestasi kerja karyawannya.

2. Kekuatan, Kelemahan, Ancaman dan Peluang (Analisis SWOT)

Setelah penulis paparkan tentang kekuatan, kelemahan, ancaman, peluang maka dapat disimpulkan strategi yang dapat dijadikan rekomendasi perusahaan dalam pelaksanaan distribusi. Strategi tersebut antara lain:

- a. Strategi SO, memberi kemungkinan bagi perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto untuk memperluas area distribusi, namun harus senantiasa waspada terhadap perubahan yang tidak menentu dalam lingkungannya.
- b. Strategi ST, menghadapkan perusahaan Sepatu Vistrand pada isu strategis *mobilization*, yaitu kotak interaksi dan pertemuan antara ancaman dari luar yang diidentifikasi dengan kekuatan perusahaan Sepatu Vistrand.
- c. Strategi WO, menampilkan isu strategis *investment* atau *divestment* yang memberikan pilihan dengan situasi yang kabur. Peluang yang tersedia sangat meyakinkan, namun perusahaan Sepatu Vistrand belum memiliki kemampuan untuk menggarapnya.
- d. Strategi WT, dengan mengendalikan kerugian yang diderita sehingga tidak menjadi lebih parah dari yang diperkirakan.

B. Saran-saran

Dari penyusunan skripsi, penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Tetap melaksanakan distribusi dan perdagangan secara sehat yang sesuai dengan distribusi dalam mekanisme pasar Islam secara persaingan yang bersih dan *fair*.

2. Skripsi ini setidaknya dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan dalam strategi distribusi Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto, selain itu dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen dan terus menciptakan inovasi mode sepatu. Sehingga Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto dapat menjadi UKM yang memberi solusi dalam mengurangi pengangguran dan dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

C. Penutup

Puji syukur rahmat Allah Swt yang dengan hidayah, rahmat, inayahNya dan kuasaNya yang telah memberikan semangat serta kesehatan, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih yang tiada terhingga, kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan *suport* yang tinggi dalam penyusunan skripsi ini. Tidak ada sesuatu yang sempurna di dunia ini begitu juga dengan penulisan skripsi yang penulis susun. Sehingga penulis berharap atas kritik dan saran pembaca yang konstruktif agar pada karya ilmiah selanjutnya dapat memaksimalkan diri. Akhirnya penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi penyusun dan bagi pembaca secara umum. Amiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2008.
- Abū Abdillāh Muhammad ibn Ismā'il ibn Ibrāhīm ibn Al-Mugīrah ibn Bardazabah Al-Bukhārī, *Ṣaḥīḥ Al-Bukhārī*, (Beirut: Dār Al-Fikr, 1994), III.
- Adiwarman Azwar Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: IIT Indonesia, 2002).
- Ahmad Dahlan, *Keuangan Publik Islam (Teori dan Praktek)*, Yogyakarta: Grafindo Litera Media, 2008.
- Arif Rahman, *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business: Cara Jitu Merontokan Pesaing*, Jakarta: TransMedia Pustaka, 2010.
- Basu Swastha, *Saluran Pemasaran; Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif*, cet. 6, Yogyakarta: BPFE, 1999.
- David Sukardi Kodrat dalam bukunya *Manajemen Distribusi; Old Distribution Channel and Postmo Distribution Channel Approach Berbasis Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Effendi M. Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran +Membangun Citra Negara*, Jakarta: Sagung Seto, 2010.
- Euis Amalia, *Keadilan Distributif Dalam Ekonomi Islam: Penguatan Peran LKM dan UKM di Indonesia*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2009.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1997.
- Frans M. Royan. *Sun Tzu-Creating Distribution Strategy; Aplikasi Strategi Perang Sun Tzu Dalam Pendistribusian Produk*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007.
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis; Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- Gregorius Chandra, *Strategi dan Program Pemasaran*, Ed. 2, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan, 2006.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

- J David Hunger dan Thomas L Wheelen, *Management Strategis*, terj. Julianto Agung, Yogyakarta: Andi, 2003.
- Lajnah Petashih Mushaf Al-Qur'an Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Karya Toha Putra, 1998.
- Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006.
- M. Ismail Yusanto dan M.K. Widjajakusuma, *Manajemen Strategis Persepektif Syariah*, Jakarta: Khairul Bayaan, 2003.
- Nur Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002.
- Philip Kotler, dkk. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia* Buku-2, terj. Handoyo Prasetyo dan Hamim, Yogyakarta: Andi, 2000.
- Siswanto Sutojo, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Damar Mulia Pustaka, 2009.
- Supriyono, *Manajemen Strategi dan Kebijakanaksanaan Bisnis*, Ed. 2 Cet. 1, Yogyakarta: BPFE, 1998.
- Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research*, Jilid I, Yogyakarta: Andi Offset, 2001.
- Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*, Bandung: Tarsito, 1994.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin&Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2009.

Sumber Non Buku

- Iyan Radiana, "Tip Jitu Pemasaran UKM", 20 April 2009
(<http://pemasaranukm.blogspot.com>)
- Skripsi Evie Octarina, "Kajian Sistem Distribusi Roti Unyil Studi Kasus Venus Bakery" (iirc.ipb.ac.id)

Skripsi Etty Nur Baeti, "Analisis Efektivitas Saluran Distribusi Fruit Tea di Wilayah Bogor Studi Kasus Pada Kantor Penjualan (KP) Bogor PT. Sinar Sosro" (iirc.ipb.ac.id)

Penelitian Onan M Siregar, "Strategi Distribusi Produk Sony Di Pasar Indonesia: Studi Kasus Pada PT Sony Indonesia", (www.digilib.ui.ac.id).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Rekomendasi Penelitian Pemerintah Kabupaten Banyumas Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
2. Surat Rekomendasi Ijin Penelitian Pemerintah Kabupaten Banyumas Badan Kesatuan Bangsa Politik dan Perlindungan Masyarakat
3. Surat Keterangan telah Melakukan Penelitian pada Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto
4. Surat Permohonan Judul Skripsi
5. Surat Bimbingan Skripsi
6. Surat Observasi Pendahuluan
7. Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal Skripsi
8. Surat Permohonan Ijin Riset Individual
9. Surat Perintah Riset Individual
10. Surat Permohonan Munaqosyah Skripsi
11. Surat Rekomendasi Munaqosyah Skripsi
12. Daftar Bimbingan Skripsi
13. Pedoman Wawancara/Interview Dengan Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto
14. Struktur Organisasi Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto
15. Rekap Penjualan dan Penagihan Sepatu Vistrand
16. Daftar Nama-nama kecamatan Wilayah Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand
17. Contoh Model Sepatu Vistrand



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUMAS
**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
 (BAPPEDA)**

Jln. Prof. Dr. Soeharso No. 45 Telp. (0281) 632548 Fax. 640715 Purwokerto

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor : 070.1/ 903 / XI / 2010

- Membaca : 1. Surat dari Pembantu Ketua I Bidang Akademik STAIN Purwokerto nomor :
 Sti.23/PK.I/PP.009/1895/2010, Tanggal 11 November 2010, Perihal ; Permohonan Ijin Riset
 2. Surat Rekomendasi Penelitian Kepala Bakesbangpollinmas Kabupaten Banyumas nomor :
 070.1/1435/XI/2010, Tanggal 15 Nopember 2010
- Menimbang : Bahwa kebijaksanaan mengenai kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat perlu dibantu pengembangannya.

- Memberikan izin kepada :
1. Nama : **AFNI AULIA MARIANA**
 2. Alamat : Arcawinangun RT.01 RW.11 Arcawinangun, Purwokerto Timur, Banyumas
 3. Pekerjaan : Mahasiswa
 4. Judul Penelitian : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU UD VIJAYA PURWOKERTO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
 5. Bidang : Syariah
 6. Lokasi Penelitian : Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto
 7. Lama Berlaku : 3 bulan (15 Nopember 2010 s/d 15 Februari 2011)
 8. Penanggung Jawab : **Drs. Rohmad, M.Pd.**
 9. Pengikut : - orang

- Untuk melaksanakan kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat di wilayah Kabupaten Banyumas dengan ketentuan sebagai berikut :
- a. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang dapat berakibat melakukan tindakan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 - b. Sebelum melaksanakan kegiatan dimaksud, terlebih dahulu melaporkan kepada penguasa setempat.
 - c. Menaati segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku juga petunjuk-petunjuk dari pejabat pemerintah yang berwenang.
 - d. Apabila masa berlaku Surat Izin Penelitian sudah berakhir, sedangkan pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon.
 - e. Setelah selesai pelaksanaan kegiatan dimaksud menyerahkan hasilnya kepada Bappeda Kabupaten Banyumas
- Up. Bidang Penelitian, Pengembangan dan Statistik Bappeda Kabupaten Banyumas.

DIKELUARKAN DI : PURWOKERTO
 PADA TANGGAL : 15 Nopember 2010
 An. KEPALA BAPPEDA KABUPATEN BANYUMAS
 KEPALA BIDANG PENELITIAN, PENGEMBANGAN DAN STATISTIK
 Ub. Kasubid Penelitian dan Pengembangan

[Signature]
SUGIARTO, SE.,M.Si
 Pembina
 NIP. 19651012 198509 1 001

disampaikan kepada Yth. :
 Kepala Bakesbangpollinmas Kab. Banyumas;
 Pembantu Ketua I Bidang Akademik STAIN Purwokerto
 Kepala Dinperindagkop Kabupaten Banyumas
 Pimpinan Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto
 (Bid. Litbang & Statistik Bappeda Kab. Banyumas)



PEMERINTAH KABUPATEN BANYUMAS
 BADAN KESATUAN BANGSA POLITIK
 DAN PERLINDUNGAN MASYARAKAT
 Jalan Prof. Dr. Soeharso No. 45 Telp. (0281) 633776
 PURWOKERTO

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 070.1 / 1435 / XI / 2010

- I. Dasar
1. Surat Gubernur Jawa Tengah No. 070.1/265 Tanggal 30 Agustus 2010 Perihal Penyederhanaan Prosedur Ijin Penelitian, Riset, KKN, PKL.
 2. Peraturan Daerah Kabupaten Banyumas Nomor 27 Tahun 2009 tentang Pembentukan, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Lembaga Teknis Daerah Kabupaten Banyumas.
- II. Membaca : Surat dari Pembantu Ketua I Bidang Akademik STAIN Purwokerto Tanggal 11 November 2010, Nomor : Sti.23/PK.I/PP,009/1895/2010; Perihal : Permohonan Ijin Riset Individual.
- III. Pertimbangan : Bahwa kebijakan mengenai sesuatu kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat perlu dibantu pengabdiannya.

IV. Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala Badan Kesatuan Bangsa, Politik dan Perlindungan Masyarakat Kabupaten Banyumas, menyatakan tidak keberatan atas pelaksanaan sesuatu kegiatan ilmiah dan pengabdian kepada masyarakat dalam wilayah yang dilakukan oleh:

Nama : AFNI AULIA MARIANA
 Alamat : ARCAWINANGUN RT. 01 RW. 11 ARCAWINANGUN, PURWOKERTO TIMUR, BANYUMAS
 Pekerjaan : Mahasiswa (STAIN Purwokerto)
 Kebangsaan : Indonesia
 Judul Penelitian : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU UD VIJAYA PURWOKERTO PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
 Bidang /Jurusan : Syariah
 Lokasi Penelitian : Perusahaan Sepatu UD Vijaya Jl. Arsantaka Arcawinangun Purwokerto
 Lama Berlaku : 3 (tiga) Bulan
 Pengikut : -
 Penanggung Jawab : Drs. Rohmad, M.Pd.

DENGAN KETENTUAN SEBAGAI BERIKUT :

1. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang dapat berakibat melakukan tindakan pelanggaran terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku.
2. Sebelum melaksanakan kegiatan dimaksud, terlebih dahulu melaporkan kepada kepala wilayah setempat.
3. Mentaati segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku, juga petunjuk-petunjuk dari pejabat yang berwenang.
4. Apabila masa berlaku Surat Rekomendasi ini sudah berakhir, sedang pelaksanaan kegiatan belum selesai, perpanjangan waktu harus diajukan kepada instansi pemohon.

DIKELUARKAN DI : PURWOKERTO
 PADA TANGGAL : 15 Nopember 2010

An. KEPALA BAKESBANGPOLLINMAS
 KABUPATEN BANYUMAS



FASILITASI POLITIK
 DAN PENANGANAN KONFLIK
 Drs. SUYANTO
 Bupati Tk. I
 NID. 0616 199203 1 010

TEMBUSAN disampaikan kepada Yth :

1. Kepala BAPPEDA Setda Kabupaten Banyumas

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Teriring salam dan doa semoga kita senantiasa mendapatkan rahmat dan hidayah dari Allah Swt dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Menindak lanjuti surat penelitian STAIN Purwokerto Nomor: Sti.23/PK.I/PP.009/1895/2010 tanggal 11 Nopember 2010, tentang permohonan riset individual dan surat ijin penelitian Badan Perencanaan Daerah (BAPPEDA) Nomor : 070.1/903/XI/2010 tanggal 15 Nopember 2010 perihal ijin penelitian, dengan ini menerangkan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Afni Aulia Mariana
Universitas : STAIN Purwokerto
Jurusan : Syariah (Ekonomi Islam)
Periode : 15 Nopember 2010 – Maret 2011
Judul Skripsi : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)

Adalah benar-benar telah melakukan riset di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto untuk menyelesaikan skripsi di STAIN Purwokerto.

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat agar dapat digunakan sebagai mestinya

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

UD Vijaya Purwokerto



Bandi Setiawan
Pimpinan



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN)
PURWOKERTO
JURUSAN SYARIAH

Alamat : Jl. Jend A. Yani No.40A Purwokerto 53126 Telp. 0281 -635624

Purwokerto, 18 September 2010

Hal : Permohonan Persetujuan
Judul Skripsi

Kepada :
Yth. Ketua STAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto :

- 1. Nama : Afni Aulia Mariana
- 2. NIM : 062623001
- 3. Semester : IX (Sembilan)
- 4. Tahun Akademik : 2006

Dengan ini saya mohon dengan hormat Bapak untuk menyetujui judul rencana skripsi guna melengkapi sebagian syarat-syarat untuk menyelesaikan studi Program S-1 pada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan sebagai berikut :

**STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU UD VIJAYA
PURWOKERTO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

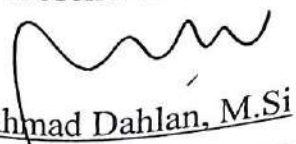
Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah Ahmad Dahlan,
M.Si.

Demikian Surat permohonan ini saya buat dan sebelumnya saya ucapkan
terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

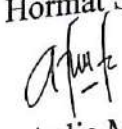
Mengetahui,

Dosen Pembimbing


Ahmad Dahlan, M.Si


NIP. 19731014 200312 1 002

Hormat Saya,


Afni Aulia Mariana

NIM. 062623001

Menyetujui,
Ketua Jurusan Syariah


Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO

Alamat : Jl. Jend A. Yani No.40A Telp. 0281 -635624 Purwokerto 53126

Purwokerto, 18 September 2010

No : Sti.23/PK.I/PP.009/1318 /2010

Lamp :

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada Yth

Ahmad Dahlan, M.Si

Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto

Di :

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami mohon Saudara untuk bersedia menjadi Pembimbing Skripsi kepada mahasiswa sebagai berikut :

1. Nama : Afni Aulia Mariana
2. NIM : 062623001
3. Prodi / Jurusan : Ekonomi Islam
4. Angkatan : 2006
5. Alamat : Tambaksari, RT 03 RW 03 Kembaran Banyumas
6. Judul : Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kemudian atas perkenan Saudara, sebelumnya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

A.n Ketua

Ketua I Bidang Akademik



Rohmad, M.Pd

NIP. 19661222 199103 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

Alamat : Jl. A. Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Fak. 636553 Purwokerto 53126

Purwokerto, 30 Agustus 2010

Nomor : Sti.23/PK.I/PP.009/1291 /2010

Hal : Observasi Pendahuluan

Kepada Yth.
Pimpinan Perusahaan Sepatu UD Vijaya
Di
Purwokerto

Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa, dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan skripsi yang berjudul:

Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Maka kami mohon Saudara berkenan memberikan ijin observasi kepada mahasiswa kami sebagai berikut :

Nama : Afni Aulia Mariana
NIM : 062623001
Semester : IX
Jurusan / Prodi : Syariah/Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2010/2011

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

Obyek : Distribusi Perusahaan Sepatu
Tempat / Lokasi : UD Vijaya Purwokerto
Tanggal : 2-3 September 2010

Kemudian atas ijin dan perkenan Saudara, kami ucapkan terima kasih

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

A.n. Ketua
Pembantu Ketua I Bidang Akademik


Drs. Rohmad, M.Pd.
NIP.19661222 199103 1 002

Tembusan Kepada Yth:
1. Kassubag MIKWA
2. STAIN Purwokerto



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO

Alamat : Jl. Jend A. Yani No.40A Telp. 0281 -635624 Purwokerto 53126

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR
Nomor : STA.26/KJS/PP.00.09/ 166 /2010

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Sidang Proposal Skripsi Jurusan Syariah STAIN Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Afni Aulia Mariana

NIM : 062623001

Semester : IX (Sembilan)

Jurusan/Prodi : Syariah/Ekonomi Islam

Benar-benar melaksanakan Seminar Proposal Skripsi dengan judul :

**STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU
UD VIJAYA PURWOKERTO DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**

Pada tanggal 19 Oktober 2010 dan dinyatakan LULUS

Dengan perubahan proposal/hasil seminar proposal sebagai berikut :

1. LBM munculkan problem akademik, perjelas perspektif ekonomi islam yang di maksud
2. Telaah pustaka diperkaya lagi dengan buku-buku, penelitian, literatur ekonomi islam.
3. Tegaskan lagi siapa-siapa yang tepat diwawancarai, menyebutkan alamat lengkap lokasi penelitian.
4. Perbaiki kesalahan tata tulis, tata bahasa.
5. Kata "dalam" pada judul dihilangkan.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan program S-1.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 23 Oktober 2010

Sekretaris Sidang

Dr. H. Suraji, M.Ag.
NIP.19720402 199803 1 002

Ketua Sidang

Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO**

Alamat : Jl. A. Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Fak. 636553 Purwokerto 53126

Purwokerto, 11 November 2010

Nomor : Sti.23/PK.I/PP.009/ 183/2010
Lamp : -
Hal : **Permohonan Ijin Riset Individual**

Kepada Yth.

**Kepala Kantor Badan Kesatuan Bangsa dan
Perlindungan Masyarakat Kab. Banyumas**
di

Purwokerto

Assalamu`alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa dalam rangka pengumpulan data untuk penyusunan Skripsi, untuk itu kami mohon Saudara berkenan memberikan ijin riset kepada Mahasiswa kami sebagai berikut:

Nama : Afni Aulia Mariana
NIM : 062623001
Semester : IX
Jurusan / Prodi : Syariah / Ekonomi Islam
Judul : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU UD
VIJAYA PURWOKERTO PERSPEKTIF EKONOMI
ISLAM

Adapun riset tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:
Obyek : Pemasaran dan Manajemen Perusahaan
Tempat / Lokasi : Perusahaan Sepatu UD Vijaya
Jalan Arsantaka Arcawinangun Purwokerto
: 18 November s/d 31 Januari 2011
Metode Penelitian : Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi

Kemudian atas ijin dan perkenan Saudara, sebelumnya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

A.n. Ketua

Pembantu Ketua I Bidang Akademik



Drs. Rohmad, M.Pd.

NIP. 19661222 199103 1 002

Tembusan

1. Kepala Bappeda Kab. Banyumas
2. Kepala Kantor Litbang Kab. Banyumas
3. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto
4. Pimpinan Perusahaan Sepatu UD Vijaya Purwokerto



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO

Alamat : Jl. Jend A. Yani No.40A Telp. 0281 -635624 Purwokerto 53126

SURAT PERINTAH

Nomor : Sti.23/PK.I/PP.009/1940/2010

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Purwokerto dengan ini memberikan perintah tugas kepada :

Nama : Afni Aulia Mariana
No. Induk Mahasiswa : 062623001
Semeter : IX
Jurusan / Prodi : Syariah/Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2010/2011

Diperintahkan untuk melaksanakan tugas riset individual untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

Tempat/Lokasi : UD Vijaya jalan Arsantaka Arcawinangun Purwokerto Timur
Objek : Pemasaran dan Manajemen Perusahaan
Tanggal observasi : 15 November 2010 s/d 15 Februari 2011
Metode penelitian : Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi

Demikian Surat Perintah ini dibuat untuk menjadikan maklum dan dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 24 November 2010

A.n. Ketua
Pembantu Ketua I,

Yang bertugas.

Afni Aulia Mariana
NIM. 062623001



Drs. Rohmad, M.Pd

NIP. 19661222 199103 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp. 0281 -635624, 628250 Fax 0281-636553 www.stainpurwokerto.ac.id

Purwokerto, 2 Mei 2011

Hal: Permohonan Munaqosyah Skripsi

Kepada Yth :
Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam
Negeri Purwokerto
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Afni Aulia Mariana
2. NIM : 062623001
3. Jurusan/Prodi : Syari'ah/EI
4. Angkatan Tahun : 2006/2007
5. Judul Skripsi : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)

Dengan ini mengajukan permohonan untuk Munaqosyah Skripsi dan bersama ini saya lampirkan syarat-syarat munaqosyah sebagai berikut:

1. Fotocopy Kartu Mahasiswa Semester Ganjil Tahun Akademik 2011/2012
2. Fotocopy Kuitansi SPP Semester Ganjil Tahun Akademik 2011/2012
3. Rekomendasi Munaqosyah Skripsi
4. Surat keterangan telah wakaf buku untuk perpustakaan.
5. Surat keterangan telah menyerahkan biodata dan pas photo hitam putih ukuran 3 x 4 sebanyak 8 (delapan) lembar.
6. Skripsi (yang akan dimunaqosyahkan) sebanyak 5 (lima) eksemplar.
7. Fotocopy Sertifikat KKN.
8. Fotocopy Ijazah SLTA/ sederajat (yang telah dilegalisir)
9. Surat Keterangan Lulus Seminar.
10. Kartu Bimbingan Skripsi.
11. Transkrip Nilai (data prestasi studi terakhir)
12. Surat Keterangan Lulus Komprehensif
13. Surat Keterangan Lulus Ujian BTA dan PPI.
14. Menyerahkan Sertifikat Komputer dan Pengembangan Bahasa
15. Nomor Urut 1 - 14 dimasukkan ke dalam stofmap warna merah

Demikian permohonan ini saya buat untuk menjadikan periksa dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan perkenan Bapak saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Mengetahui
Ketua Jurusan Syari'ah

Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

Saya tersebut diatas,

Afni Aulia Mariana
NIM. 062623001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
JURUSAN SYARI'AH

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553 Purwokerto 53126

REKOMENDASI MUNAQOSYAH

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi atas nama mahasiswa sebagai berikut :

1. Nama : Afni Aulia Mariana
2. No. Induk Mahasiswa : 062623001
3. Jurusan/Prodi : Syari'ah/EI
4. Angkatan Tahun : 2006/2007
5. Judul Skripsi : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Perusahaan
Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwoketo)


Menerangkan bahwa skripsi mahasiswa tersebut telah siap untuk dimunaqosyahkan setelah yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan yang ditetapkan.

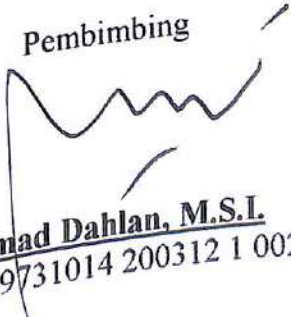
Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk menjadikan maklum dan mendapatkan penyelesaian sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'Alaikum Wr. Wb.

Dibuat di : Purwokerto,
Pada tanggal : 30 April 2011

Mengetahui
Ketua Jurusan Syari'ah


Drs. H. Syufa'at, M.Ag.
NIP. 19630910 199203 1 005

Pembimbing

Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 19731014 200312 1 002



BLANGKO/KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Afni Aulia Mariana
 No. Induk : 062623001
 Jurusan/Prodi : Syariah / Ekonomi Islam
 Nama Pembimbing : Ahmad Dahlan, M.S.I
 Judul Skripsi : STRATEGI DISTRIBUSI PERUSAHAAN SEPATU PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi di Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya Purwokerto)

UD Vijaya Purwokerto)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan *)	Tanda Tangan **	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Agustus	Senin, 16 Agust 2010	Konsultasi mengenai Alur berfikir yang ingin dicapai dan pembahasan pada BAB 1, sistematika penulisan.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2		Kamis, 20 Agust 2010	Penambahan dalam telaah teori.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	September	Senin, 4 September 2010	Pembahasan rencana isi skripsi dan acc Seminar.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	Maret	Senin, 14 Maret 2011	Sistematika penulisan, penalaran LBM dan penulisan footnote dari sumber internet	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
5		Sabtu, 19 Maret 2011	Pengarahan masing-masing susunan Bab 1,2,3 dan 4	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	April	Sabtu, 2 April 2011	Pengembangan pada bab 3 mengenai faktor produksi dan model analisis SWOT yang dipakai.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7		Kamis, 14 April 2011	Pembahasan mengenai komponen analisis SWOT harus ditemukan permasalahannya dan penulisan footnote pada ayat Al-Quran.	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>



No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan *)	Tanda Tangan **	
				Pembimbing	Mahasiswa
8		Sabtu, 16 April 2011	Penulisan hadis dan pembahasan isi abstrak serta kelengkapan halaman depan skripsi.		
9		Sabtu, 30 April 2011	Check Skripsi dan Acc		

* Diisi pokok-pokok Bimbingan

** Diisi setiap selesai bimbingan

Purwokerto, 2 Mei 2011

Pembimbing,

Ahmad Dahlan, M.S.J

NIP. 19731014 200312 1 002

PENGUMPULAN DATA

Pedoman Wawancara

1. Bahan baku apa saja yang digunakan untuk pembuatan sepatu dan didatangkan dari mana bahan-bahan tersebut?
2. Peralatan apa saja yang digunakan dalam pembuatan sepatu?
3. Ada berapa tenaga kerja saat ini?
4. Dalam satu bulan bisa menghasilkan berapa pasang sepatu?
5. Berapa biaya yang digunakan untuk bahan baku dan operasionalnya?
6. Bagaimana sistem saluran pemasaran dan sistem penjualan yang dipilih, mengapa hal tersebut dipilih?
7. Mengapa instansi-instansi yang dipilih sebagai sasaran pasar dan berapa konsumennya hingga sekarang serta tersebar di wilayah mana saja konsumennya?
8. Bagaimana perencanaan distribusinya?
9. Bagaimana pengelolaan distribusinya?
10. Seperti apa cara yang dilakukan dalam pengawasan proses distribusi?
11. Apa kriteria menjadi sales, apakah ada pelatihannya?
12. Bagaimana cara pembayaran dari sales atau kolektor kepada perusahaan?
13. Berapa biaya yang dibutuhkan untuk distribusi?
14. Apakah perusahaan menentukan target penjualan bagi tenaga distribusi setiap bulan dan apakah jika sales tidak memenuhi target apakah perusahaan mengalami kerugian?
15. Setiap bulannya berapa sepatu yang direturn dan diservis? biasanya keluhan konsumen apa?
16. Apa yang menjadi kekuatan untuk menjalankan strategi distribusi yang telah diterapkan?
17. Apa yang menjadi kelemahan untuk menjalankan strategi distribusi yang telah diterapkan?
18. Apa saja ancaman serta peluang perusahaan sepatu Vistrand dalam menjalankan strategi distribusinya?

Menerangkan bahwa Afni benar-benar telah melaksanakan wawancara dengan Sena pada tanggal 25/11/2010


Rendi Setiawan

**Jawaban Wawancara Strategi Distribusi Perusahaan Sepatu Vistrand UD
Vijaya Purwokerto dengan Pimpinan Perusahaan Sepatu Vistrand UD Vijaya**

1. Bahan baku yang digunakan untuk membuat sepatu adalah bahan baku langsung (*direct material*) dan bahan baku tidak langsung (*indirect material*). Bahan baku langsung diantaranya:
 - b. Kulit sapi, Kulit yang berkualitas sebagai bahan baku utama menjadi keharusan untuk memproduksi sepatu yang berkualitas, sehingga perusahaan mendatangkan kulit dari pemasok yang sudah dipercaya dapat memberikan kualitas yang terjaga. Kulit yang didatangkan dari Magetan, Jawa Timur.
 - c. Lapisan bensol, Bahannya seperti kardus/karton yang didatangkan dari Bandung.
 - d. Benang peniti, perusahaan mendapatkan bahan baku ini dari pasaran yang ada. Benang tersebut digunakan selain untuk menjahit sepatu agar dapat kuat juga untuk memberikan corak yang bagus.
 - e. Lakihol alkalin, bahannya lentur dan tidak pecah digunakan perusahaan untuk bagian dalam tatak sepatu.
 - f. Lem terdiri dari lem tempel dan lem tarik. Bila lem yang dikirim tidak memenuhi mutu, perusahaan cukup menghubungi distributornya agar pesanan tersebut diganti dengan yang baru.
 - g. Kain keras dan blacu, bahan ini biasanya digunakan untuk lapisan bagian depan dan bagian belakang sepatu agar kelihatan bentuk sepatu tersebut, untuk melihat seberapa bagusnya sepatu tersebut.
 - h. Paku, Paku digunakan untuk memaku pelapis dalam agar kuat setelah di lem.
 - i. Pencuci sol TPL
 - j. Karet/latex, digunakan untuk merekatkan bagian bawah sepatu agar dapat pas dan menyatu dengan kuat

Bagian alas kaki luar (*out sol*), bahan baku tersebut diperoleh dari pabrik pembuatnya, dari pemasok yang ada di Bandung atau Jakarta. Bahan baku tidak langsung yang digunakan diantaranya listrik, oli, thiper, solar.
2. Peralatan yang digunakan

- a. Pada tahap *adjusting* peralatan yang digunakan yaitu kertas pola, gunting, mesin seset kulit, mesin jahit, yang terdiri dari mesin kecil dan mesin besar, digunakan untuk menjahit sepatu pada bagian pinggir sepatu dan bawah sepatu untuk mendapatkan sepatu yang kuat. Mesin cangklong biasanya digunakan untuk menjahit sepatu yang rusak.
 - b. Pada tahap *assembling* peralatan yang digunakan yaitu gunting, palu, digunakan untuk menancapkan dan membengkokkan paku, memukul-mukul untuk pembentukan sepatu agar sesuai dengan cetakan/acuan untuk meratakan sol. Geget, mesin seset furing, list kayu, untuk membentuk sepatu, mesin pres sepatu, untuk proses penyatuan bagian sepatu yang sudah setengah jadi.
 - c. Pada tahap *finishing* peralatan yang digunakan semir untuk membersihkan sepatu
3. Jumlah tenaga kerja 48 orang yang terdiri dari 18 orang karyawan produksi, 8 orang sales, 8 orang kolektor, 3 orang admin, 8 orang supir, dan 3 orang pada bagian gudang.
4. Sepatu yang dihasilkan dalam 1 bulan bisa mencapai 3000 pasang. Proses produksinya ada 3 tahap yaitu;
- a. *Adjusting*
Pada tahap ini yaitu pembuatan pola atau model untuk muka (bagian atas sepatu). Berdasarkan pola yang dibuat, maka dilakukan pemotongan kulit. Dibentuk dalam satu cetakan diberikan lapisan bensol (lembar yang menyerupai karton) lalu muka dimasukkan kedalam cetakan, setelah itu dijadikan satu dengan proses pengeleman kemudian diseset selanjutnya dijahit.
 - b. *Assembling*
Merupakan bagian perakitan komponen-komponen sepatu yang terdiri dari *upper* (muka), sol (lapisan bawah sepatu yang terbentuk dari insol) kemudian dilakukan proses penyatuan bagian sepatu yang sudah setengah jadi yaitu dipres dengan cara hidrolis menggunakan mesin pres sepatu.
 - c. *Finishing*

Pada bagian ini dilakukan pemeriksaan pada sepatu yang telah jadi dan dilakukan pembersihan pada sepatu tersebut dari sisa-sisa lem dan kotoran lalu disemir. Setelah itu sepatu dibawa ke gudang untuk pengepakan yaitu diberi nomor sepatu dan dimasukkan ke dalam kardus.

5. Biaya bahan baku yang dikeluarkan perusahaan untuk pembuatan sepatu tidak sama dalam 1 bulan karena sistem produksi perusahaan borongan
6. Sistem distribusi yang digunakan menggunakan distribusi langsung melalui sales dan. Distribusi ini dipilih karena sirkulasi uang yang terjadi cepat, sehingga selalu ada dana yang masuk untuk proses produksi
7. Memilih segmen ke instansi dan sekolah karena PNS setiap bulan selalu ada pendapatan dan mudah dicari jika pembelian dengan cara kredit. Hingga saat ini konsumen ada sekitar 9000an yang tersebar di Karesidenan Banyumas dan wilayah perluasan.
8. Perencanaan distribusi
 - a. Area Distribusi, perusahaan mempertimbangkan wilayah dan kemampuan sales. Perusahaan menggunakan sales yang langsung ke instansi-instansi Kemampuan sales seperti: pencapaian target, hubungan baik dengan pelanggan, pengetahuan tentang produk, penjualan produk, dan tugas lainnya.
 - b. Persediaan/Stok, gudang terletak tidak jauh dari produksi/pabrik sehingga dapat meminimalisir biaya pengangkutan. Di dalam gudang terdapat sekitar 2000 pasang sepatu sebagai stok sepatu.
 - c. Armada penjualan yang dimiliki perusahaan adalah mobil Mitsubishi dan Suzuki berjumlah 8 buah, sedangkan sepeda motor yang dimiliki 1 buah.
 - d. Komunikasi dalam perusahaan terkait dengan pemrosesan pesanan sepatu, penagihan yang dilakukan kolektor, dan sales yang juga dapat membantu dalam penagihan,
 - e. Semakin luas ekspansi perusahaan, maka semakin banyak pula biaya distribusinya
 - f. Perusahaan memberikan pelayanan rutin kepada konsumen, meliputi:
 - Melaksanakan 5 S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan, dan Santun) hal ini wajib dilakukan sales setiap berinteraksi dengan konsumen.

- Garansi 1 tahun sepatu yang di beli konsumen.
- Layanan perbaikan sepatu misalnya pemakaian yang terlalu over atau cacat, tetapi bukan servis penggantian kulit.
- Semir sepatu untuk konsumen saat berada di tempat penjualan.
- Pemahaman terhadap pesanan yang dikirim.
- Aturan kredit yang diberikan, yaitu 5x atau 5 bulan angsuran

9. Pengelolaan distribusi

- a. Jalur distribusi harus secara rutin dikunjungi sales sesuai tugas pembagian wilayah distribusi untuk masing-masing sales dengan rute yang berbeda-beda setiap harinya. Saluran distribusi yang digunakan adalah saluran distribusi pendek yang hanya melibatkan sedikit saluran.
- b. Hal yang biasanya dilakukan sales dalam menjual produk yaitu menggunakan kunjungan, sales yang melakukan kunjungan harus baik, meyakinkan dan mengesankan.

b. Persediaan Sepatu

Jumlah sepatu yang tersedia di gudang distribusi tidak boleh terlalu sedikit karena hal itu dapat memperlambat pengiriman dan penjualan sepatu ke konsumen. Namun jumlah persediaan sepatu juga tidak boleh terlalu besar karena itu akan meningkatkan biaya persediaan, seperti biaya pemeliharaan sepatu. Perputaran sepatu di gudang tiap tahun dihitung dengan rumus:

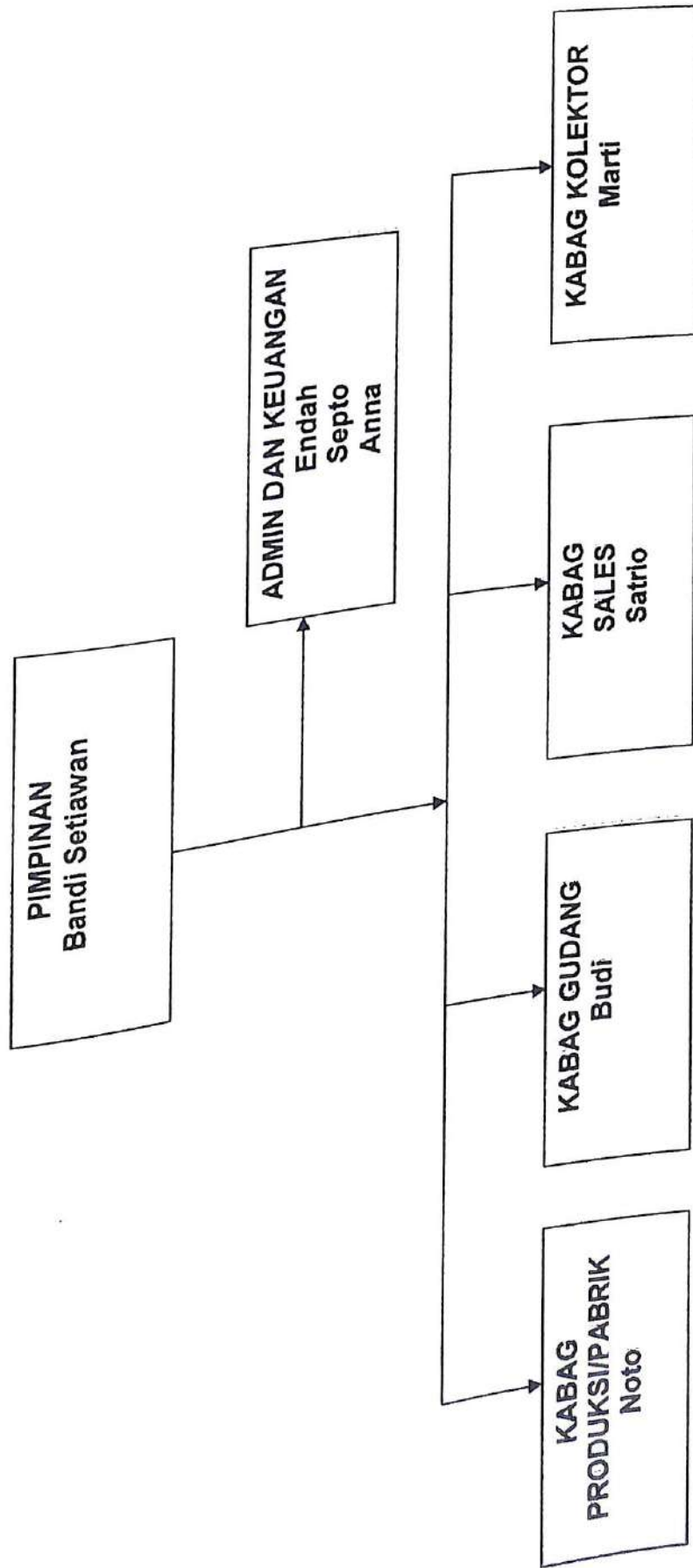
$$\text{Perputaran persediaan} = \frac{\text{Saldo rata-rata persediaan}}{\text{Hasil penjualan bersih}} \times 365 \text{ hari}$$

10. Perusahaan melakukan pengendalian distribusi secara terpusat atau *vertical Marketing System (VMS)*. Perusahaan selalu mengevaluasi kinerja sales dengan adanya rekap kinerja sales yang dibuat oleh bagian administrasi setiap bulan. Rekap tersebut mencakup jumlah hari kerja sales, target yang bisa dicapai sales, hasil penjualan, return yang diterima sales dari konsumen, Pengawasan distribusi dilakukan di setiap Kecamatan. erusahaan pernah melakukan strategi distribusi lain dengan mendirikan cabang di daerah yang jarak tempuhnya jauh, sehingga lebih efektif. Tetapi terkendala karena belum ada

- orang yang bisa dipercaya karena perusahaan sempat mengalami kerugian. Pengendalian biaya distribusi yang dilakukan perusahaan yaitu memilih ekspansi ke daerah-daerah dekat dengan kota Purwokerto Karena struktur saluran distribusi yang dipilih ditentukan oleh sumber keuangannya dan kebutuhan akan pengendalian distribusi produknya. Layanan konsumen seperti aturan kredit yang diberikan perusahaan, kualitas pengepakan sepatu, ketersediaan barang di dalam gudang, penanganan keluhan konsumen, jasa perbaikan (servis) sepatu, waktu untuk proses pembuatan pesanan sepatu.
11. Sales harus PD, ramah, sabar dan senyum. Sales yang diterima telah dilakukan seleksi dan *training* (pelatihan) maksimal 1 minggu. Di dalam *training* perusahaan memberikan pengetahuan tentang hasil produksi yang akan dijual, *salesmanship*, produk dan perusahaan saingan utama, dan juga mempraktekan langsung ke lapangan untuk menjual produk.
 12. Setiap hari uang penjualan dan penagihan disetor ke perusahaan. Biaya distribusi lebih jelasnya tanya ke bagian administrasi.
 13. Ya perusahaan menentukan target penjualan ke masing-masing sales.
 14. Sejauh ini perusahaan jarang mendapatkan keluhan dari konsumen, keluhan muncul jika pengiriman pesanan terlambat.
 15. Yang menjadi kekuatan dalam distribusi misalnya informasi dari konsumen cepat, menguasai wilayah dalam menggarap wilayah distribusi secara maksimal, reputasi pelayanan yang baik dengan adanya garansi sepatu 1 tahun. Kelemahan dalam distribusi seperti Armada penjualan yang digunakan masih kurang, kendala untuk ekspansi terkait dengan SDM yang amanah.
 16. Peluang perusahaan adanya loyalitas konsumen, Jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun terus mengalami pertumbuhan. Ancaman pesaing, adanya perdagangan bebas.

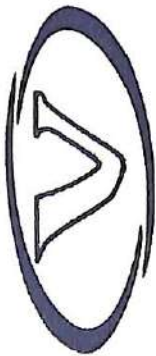
Purwokerto, 25 Nopember 2010

STRUKTUR ORGANISASI



REKAP PENJUALAN & PENAGIHAN VISTRAND SHOES
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
TELP. (0281) 623127 . HP +62815 4294 5000

OKTOBER 2009					
TGL	PENJUALAN		RETUR	NETT SALES	PENAGIHAN
	CASH	KREDIT			
			570,000.00	3,455,000.00	786,000.00
1	60,000.00	3,965,000.00	570,000.00	5,240,000.00	6,580,000.00
2	120,000.00	5,690,000.00	560,000.00	9,355,000.00	8,581,000.00
3	1,805,000.00	8,110,000.00		-	
4			560,000.00	4,245,000.00	8,808,000.00
5	265,000.00	4,540,000.00	410,000.00	5,280,000.00	7,947,000.00
6	200,000.00	5,490,000.00	1,460,000.00	5,495,000.00	7,047,000.00
7	390,000.00	6,565,000.00	450,000.00	8,170,000.00	5,324,000.00
8	685,000.00	7,935,000.00	750,000.00	4,620,000.00	4,206,000.00
9	100,000.00	5,270,000.00	300,000.00	8,220,000.00	2,722,000.00
10	385,000.00	8,135,000.00		-	
11			405,000.00	7,060,000.00	4,631,000.00
12	755,000.00	6,710,000.00	120,000.00	8,300,000.00	4,107,000.00
13	1,240,000.00	7,180,000.00	-	5,860,000.00	4,538,000.00
14	300,000.00	5,560,000.00	930,000.00	4,980,000.00	9,922,000.00
15	200,000.00	5,710,000.00	120,000.00	5,670,000.00	2,207,000.00
16	350,000.00	5,440,000.00	480,000.00	8,025,000.00	4,754,000.00
17	290,000.00	8,215,000.00		-	
18			160,000.00	6,520,000.00	5,194,000.00
19	328,000.00	6,352,000.00	300,000.00	9,585,000.00	6,618,000.00
20	709,000.00	9,176,000.00	960,000.00	5,450,000.00	6,071,000.00
21	1,000,000.00	5,410,000.00	170,000.00	6,300,000.00	6,939,000.00
22	150,000.00	6,320,000.00	-	3,860,000.00	4,296,000.00
23	120,000.00	3,740,000.00	240,000.00	7,140,000.00	4,917,000.00
24	230,000.00	7,150,000.00		-	
25			540,000.00	6,450,000.00	4,855,000.00
26	100,000.00	6,890,000.00	570,000.00	6,650,000.00	4,709,000.00
27	720,000.00	6,500,000.00	480,000.00	5,780,000.00	2,033,000.00
28	580,000.00	5,680,000.00	-	8,480,000.00	1,830,000.00
29	320,000.00	8,160,000.00	945,000.00	6,415,000.00	344,000.00
30	220,000.00	7,140,000.00	780,000.00	5,720,000.00	652,000.00
31	920,000.00	5,580,000.00	12,830,000.00	172,325,000.00	130,618,000.00
JML	12,542,000.00	172,613,000.00			



REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
periode : NOVEMBER 2009

KINERJA SALES		TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUJALAN	PENAGIHAN	> TARGET
NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUJALAN	PENAGIHAN
1	BU. VINA	MARKETING	Rp 20.000.000,00	Rp 26.022.500,00	Rp 1.524.000,00	Rp 24.498.500,00	Rp 6.447.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	Rp 17.500.000,00	Rp 11.857.500,00	Rp 500.000,00	Rp 11.357.500,00	Rp 8.206.500,00
3	BU. ROCHANI	MARKETING	Rp 20.000.000,00	Rp 28.780.000,00	Rp 180.000,00	Rp 28.600.000,00	Rp 424.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	Rp 20.000.000,00	Rp 17.680.000,00	Rp 210.000,00	Rp 17.470.000,00	Rp 1.114.500,00
5	BU. EKA	MARKETING	Rp 20.000.000,00	Rp 36.467.000,00	Rp 1.985.000,00	Rp 34.482.000,00	Rp 807.000,00
6	BU. NUNUNG	MARKETING	Rp 20.000.000,00	Rp 2.660.000,00	Rp 210.000,00	Rp 2.450.000,00	Rp -
7	BP. RIYANTO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 14.990.000,00	Rp -	Rp 14.990.000,00	Rp 6.056.000,00
8	BP. SUJUD	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 16.640.000,00	Rp 860.000,00	Rp 15.780.000,00	Rp 4.357.000,00
9	BU. KESIH	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 12.607.000,00	Rp 580.000,00	Rp 12.027.000,00	Rp 8.713.000,00
10	BP. TORO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 21.620.000,00	Rp 365.000,00	Rp 21.255.000,00	Rp 1.212.000,00
TOTAL			Rp 177.500.000,00	Rp 189.324.000,00	Rp 6.414.000,00	Rp 180.409.000,00	Rp 37.337.000,00
							Rp 34.615.500,00

REKAP PENJUALAN & PENAGIHAN VISTRAND SHOES
 JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 TELP. (0281) 623127 . HP +62815 4294 5000

DESEMBER 2009

TGL	PENJUALAN		RETUR	NETT SALES	PENAGIHAN
	CASH	KREDIT			
					874,000.00
1	455,000.00	8,335,000.00	210,000.00	8,580,000.00	9,415,000.00
2	440,000.00	4,440,000.00	120,000.00	4,760,000.00	9,578,000.00
3	558,000.00	8,694,000.00	390,000.00	8,862,000.00	5,831,000.00
4	540,000.00	7,580,000.00		8,120,000.00	9,980,000.00
5	510,000.00	7,600,000.00	750,000.00	7,360,000.00	
6					9,992,000.00
7	570,000.00	5,750,000.00	390,000.00	5,930,000.00	9,738,000.00
8	300,000.00	7,150,000.00	1,270,000.00	6,180,000.00	8,374,000.00
9	170,000.00	6,030,000.00	1,260,000.00	4,940,000.00	6,920,000.00
10	720,000.00	8,605,000.00		9,325,000.00	3,421,000.00
11	232,000.00	8,718,000.00		8,950,000.00	8,131,000.00
12	98,000.00	8,547,000.00	240,000.00	8,405,000.00	
13					6,228,000.00
14	140,000.00	6,640,000.00	120,000.00	6,660,000.00	11,434,000.00
15	1,190,000.00	3,020,000.00	120,000.00	4,090,000.00	6,469,000.00
16	170,000.00	7,450,000.00		7,620,000.00	4,437,000.00
17	530,000.00	11,860,000.00		12,390,000.00	
18					3,050,000.00
19	220,000.00	6,520,000.00		6,740,000.00	
20					3,442,000.00
21	197,000.00	7,093,000.00	290,000.00	7,000,000.00	2,104,000.00
22	362,000.00	5,698,000.00	180,000.00	5,880,000.00	4,244,000.00
23	255,000.00	8,470,000.00	570,000.00	8,155,000.00	
24					
25					2,542,000.00
26					597,000.00
27					1,204,000.00
28	85,000.00	5,860,000.00	380,000.00	5,565,000.00	60,000.00
29	840,000.00	8,640,000.00	680,000.00	8,800,000.00	
30	430,000.00	4,550,000.00	540,000.00	4,440,000.00	
31	850,000.00	3,270,000.00	7,510,000.00	4,120,000.00	
JML	9,862,000.00	160,520,000.00		162,872,000.00	128,055,000.00

REKAP PENJUALAN & PENAGIHAN VISTRAND SHOES
 JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 TELP. (0281) 623127 . HP +62815 4294 5000

JANUARI 2010

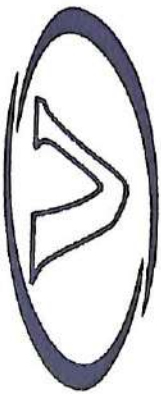
TGL	PENJUALAN		RETUR	NETT SALES	PENAGIHAN
	CASH	KREDIT			
1					
2					
3				2,885,000.00	12,992,000.00
4	310,000.00	3,080,000.00	505,000.00	4,835,000.00	17,752,500.00
5	440,000.00	4,695,000.00	300,000.00	6,240,000.00	18,553,000.00
6	390,000.00	7,440,000.00	1,590,000.00	4,810,000.00	19,073,000.00
7	350,000.00	5,120,000.00	660,000.00	4,460,000.00	5,033,000.00
8	325,000.00	5,845,000.00	1,710,000.00	7,290,000.00	6,128,000.00
9	210,000.00	8,040,000.00	960,000.00		
10				12,870,000.00	8,466,000.00
11	2,320,000.00	12,090,000.00	1,540,000.00	11,350,000.00	7,263,000.00
12	940,000.00	11,670,000.00	1,260,000.00	13,020,000.00	4,954,000.00
13	1,120,000.00	12,140,000.00	240,000.00	8,570,000.00	4,190,000.00
14	470,000.00	8,640,000.00	640,000.00	7,810,000.00	4,749,000.00
15	250,000.00	7,730,000.00	170,000.00	11,380,000.00	4,797,000.00
16	380,000.00	11,790,000.00	790,000.00		
17			970,000.00	8,110,000.00	5,533,500.00
18	1,600,000.00	7,480,000.00	1,070,000.00	8,340,000.00	6,650,000.00
19	480,000.00	8,930,000.00	790,000.00	9,110,000.00	2,771,000.00
20	245,000.00	9,655,000.00	1,150,000.00	10,700,000.00	4,274,000.00
21	150,000.00	11,700,000.00		8,100,000.00	2,902,000.00
22	290,000.00	7,810,000.00	4,786,000.00	5,629,000.00	
23	390,000.00	10,025,000.00		8,820,000.00	3,602,000.00
24			600,000.00	9,510,000.00	3,153,000.00
25	430,000.00	8,990,000.00	360,000.00	12,780,000.00	1,563,000.00
26	300,000.00	9,570,000.00		7,900,000.00	1,350,000.00
27	744,000.00	12,036,000.00		6,260,000.00	215,000.00
28	300,000.00	7,600,000.00		10,280,000.00	452,000.00
29	600,000.00	5,660,000.00			
30	875,000.00	9,405,000.00			
31					
JML	13,909,000.00	207,141,000.00	19,991,000.00	201,059,000.00	146,416,000.00



REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
 JL. ARSANTAKA NO. 31 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 periode : FEBRUARI 2010

KINERJA SALES

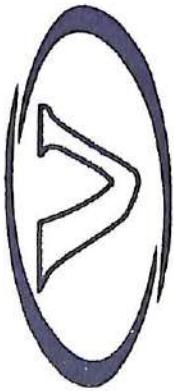
NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 30.250.000,00	Rp 2.930.000,00	Rp 27.320.000,00	Rp 700.000,00	Rp 1.320.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 27.910.000,00	Rp 1.827.000,00	Rp 26.083.000,00	Rp -	Rp 83.000,00
3	BU. ROCHANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 31.380.000,00	Rp 1.490.000,00	Rp 29.890.000,00	Rp 1.078.000,00	Rp 3.890.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	Rp 22.500.000,00	Rp 21.780.000,00	Rp 1.610.000,00	Rp 20.170.000,00	Rp 40.000,00	Rp (2.330.000,00)
5	BU. OKKE	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 7.395.000,00	Rp -	Rp 7.395.000,00	Rp -	Rp (18.605.000,00)
6	BU. IIS	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 6.255.000,00	Rp -	Rp 6.255.000,00	Rp -	Rp (19.745.000,00)
7	BU. EKA	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 26.850.000,00	Rp 10.630.000,00	Rp 16.220.000,00	Rp -	Rp (9.780.000,00)
8	BP. RIYANTO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 19.454.000,00	Rp 1.370.000,00	Rp 24.456.000,00	Rp 6.372.000,00	Rp 9.456.000,00
9	BP. TORO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 16.965.000,00	Rp 415.000,00	Rp 17.588.000,00	Rp 1.038.000,00	Rp 2.588.000,00
TOTAL			Rp 208.500.000,00	Rp 188.239.000,00	Rp 20.272.000,00	Rp 175.377.000,00	Rp 9.228.000,00	Rp 17.337.000,00



**REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
periode : MARET 2010**

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 37.195.000,00	Rp 2.288.000,00	Rp 34.907.000,00	Rp 272.500,00	Rp 8.907.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	Rp 22.500.000,00	Rp 25.285.000,00	Rp 2.051.000,00	Rp 23.234.000,00	Rp 1.746.600,00	Rp 734.000,00
3	BU. ROCHANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 34.370.000,00	Rp 2.780.000,00	Rp 31.590.000,00	Rp 623.000,00	Rp 5.590.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 23.225.000,00	Rp 830.000,00	Rp 22.395.000,00	Rp 2.009.100,00	Rp (3.605.000,00)
5	BU. OKKE	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 20.795.000,00	Rp 606.000,00	Rp 20.189.000,00	Rp 1.226.100,00	Rp (5.811.000,00)
6	BU. IIS	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 30.895.000,00	Rp 1.305.000,00	Rp 29.590.000,00	Rp 1.117.100,00	Rp 3.590.000,00
7	BP. RIYANTO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 27.274.000,00	Rp 750.000,00	Rp 27.160.000,00	Rp 636.000,00	Rp 12.160.000,00
8	BP. TORO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 8.960.000,00	Rp 990.000,00	Rp 9.217.000,00	Rp 1.247.000,00	Rp (5.783.000,00)
TOTAL			Rp 182.500.000,00	Rp 207.999.000,00	Rp 11.600.000,00	Rp 198.282.000,00	Rp 8.877.400,00	Rp 30.981.000,00

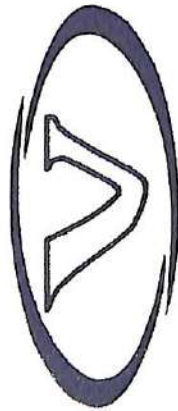


REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
 JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 periode : APRIL 2010

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 34.815.000,00	Rp 2.265.000,00	Rp 32.550.000,00	Rp 482.100,00	Rp 6.550.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 27.767.000,00	Rp 1.750.000,00	Rp 26.017.000,00	Rp 521.000,00	Rp 17.000,00
3	BU. ROCHANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 31.658.000,00	Rp 2.874.000,00	Rp 28.784.000,00	Rp 24.000,00	Rp 2.784.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	Rp 22.500.000,00	Rp 16.745.000,00	Rp 1.290.000,00	Rp 15.455.000,00	Rp 140.600,00	Rp (7.045.000,00)
5	BU. OKKE	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 22.755.000,00	Rp 2.365.000,00	Rp 20.390.000,00	Rp 1.854.000,00	Rp (5.610.000,00)
6	BP. RIYANTO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 20.470.000,00	Rp 520.000,00	Rp 27.384.000,00	Rp 7.434.000,00	Rp 12.384.000,00
7	BP. TORO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 10.675.000,00	Rp 120.000,00	Rp 14.049.000,00	Rp 3.494.000,00	Rp (951.000,00)
8	IIIS	MARKETING	Rp 22.500.000,00	Rp 18.770.000,00	Rp 2.990.000,00	Rp 15.780.000,00	Rp 380.000,00	Rp (6.720.000,00)
TOTAL			Rp 179.000.000,00	Rp 183.655.000,00	Rp 14.174.000,00	Rp 180.409.000,00	Rp 14.329.700,00	Rp 21.735.000,00

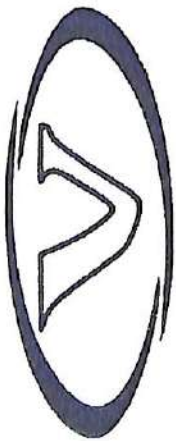
y v



REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
periode : MEI 2010

KINERJA SALES		TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU VINA	MARKETING Rp 26.000.000,00	Rp 29.280.000,00	Rp 3.270.000,00	Rp 26.010.000,00	Rp 827.500,00	Rp 10.000,00
2	BU RETNO	MARKETING Rp 26.000.000,00	Rp 29.356.000,00	Rp 3.518.000,00	Rp 25.838.000,00	Rp 1.139.000,00	Rp (162.000,00)
3	BU ROCHANI	MARKETING Rp 22.500.000,00	Rp 30.436.000,00	Rp 2.950.000,00	Rp 27.486.000,00	Rp 1.485.000,00	Rp 4.986.000,00
4	BU VANI	MARKETING Rp 26.000.000,00	Rp 33.105.000,00	Rp 770.000,00	Rp 32.335.000,00	Rp 59.000,00	Rp 6.335.000,00
5	BU OKKE	MARKETING Rp 26.000.000,00	Rp 34.262.000,00	Rp 1.570.000,00	Rp 32.692.000,00	Rp 137.000,00	Rp 137.000,00
6	BP. RIYANTO	MARKETING Rp 15.000.000,00	Rp 20.020.000,00	Rp 1.550.000,00	Rp 27.484.000,00	Rp 9.014.000,00	Rp 12.484.000,00
7	BP. TORO	MARKETING Rp 15.000.000,00	Rp 1.840.000,00	Rp 775.000,00	Rp 2.505.000,00	Rp 1.440.000,00	Rp (12.495.000,00)
TOTAL		Rp 156.500.000,00	Rp 178.299.000,00	Rp 14.403.000,00	Rp 174.350.000,00	Rp 14.101.500,00	Rp 11.295.000,00

4

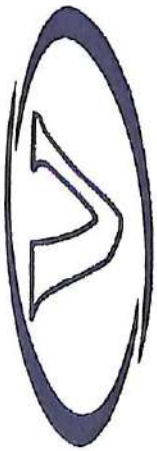


REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
periode : JUNI 2010

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	MARKETING	Rp 22.500.000,00	Rp 37.564.000,00	Rp 3.390.000,00	Rp 34.174.000,00	Rp 315.500,00	Rp 11.674.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 33.650.000,00	Rp 1.000.000,00	Rp 32.650.000,00	Rp 769.500,00	Rp 6.650.000,00
3	BU. ROCHANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 29.150.000,00	Rp 1.660.000,00	Rp 27.490.000,00	Rp 875.500,00	Rp 1.490.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 39.020.000,00	Rp 700.000,00	Rp 38.320.000,00	-	Rp 12.320.000,00
5	BU. OKKE	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 27.850.000,00	Rp 2.960.000,00	Rp 24.890.000,00	Rp 137.500,00	Rp (1.110.000,00)
6	BP. RIYANTO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 22.849.000,00	Rp 580.000,00	Rp 22.269.000,00	Rp 1.713.000,00	Rp 7.269.000,00
7	BP. TORO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 1.150.000,00	Rp -	Rp 1.150.000,00	-	Rp (13.850.000,00)
TOTAL				Rp 191.233.000,00	Rp 7.355.000,00	Rp 180.943.000,00	Rp 3.811.000,00	Rp 24.443.000,00

v
h



**REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
periode : JULI 2010**

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 37.280.000,00	Rp 1.590.000,00	Rp 35.690.000,00	Rp 485.500,00	Rp 9.690.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	Rp 22.500.000,00	Rp 28.420.000,00	Rp 1.180.000,00	Rp 27.240.000,00	Rp 166.000,00	Rp 4.740.000,00
3	BU. ROCHANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 39.136.000,00	Rp 1.470.000,00	Rp 37.666.000,00	Rp 75.000,00	Rp 11.666.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 25.725.000,00	Rp 780.000,00	Rp 24.945.000,00	Rp 216.500,00	Rp (1.055.000,00)
5	BU. OKKE	MARKETING	Rp 26.000.000,00	Rp 16.140.000,00	Rp 870.000,00	Rp 15.270.000,00	Rp 486.500,00	Rp (10.730.000,00)
6	BP. RIYANTO	MARKETING	Rp 15.000.000,00	Rp 22.020.000,00	Rp 920.000,00	Rp 21.100.000,00	Rp 7.670.500,00	Rp 13.770.500,00
7	BU. NOVI	MARKETING	Rp -	Rp 6.830.000,00	Rp -	Rp 6.830.000,00	Rp 237.000,00	Rp -
8	BU. PUPUT	MARKETING	Rp -	Rp 24.975.000,00	Rp 545.000,00	Rp 24.430.000,00	Rp 75.000,00	Rp -
TOTAL			Rp 141.500.000,00	Rp 200.526.000,00	Rp 7.355.000,00	Rp 193.171.000,00	Rp 9.412.000,00	Rp 28.081.500,00

KINERJA COLLECTOR

NO	NAMA	JABATAN	TARGET	PENAGIHAN	PENJUALAN	RETUR	NETT TAGIHAN	> TARGET
10	BP. CIPTO	COLLECTOR	Rp 13.000.000,00	Rp 13.950.000,00	Rp -	Rp -	Rp 13.950.000,00	Rp 950.000,00
11	BU. KESIH	COLLECTOR	Rp 18.000.000,00	Rp 4.345.000,00	Rp -	Rp -	Rp 4.345.000,00	Rp (13.655.000,00)
12	BU. MARTI	COLLECTOR	Rp 18.000.000,00	Rp 25.976.000,00	Rp -	Rp -	Rp 25.976.000,00	Rp 7.891.000,00
13	BP. TIAN	COLLECTOR	Rp 18.000.000,00	Rp 27.271.000,00	Rp -	Rp -	Rp 27.271.000,00	Rp 9.271.000,00
14	BP. FENY K	COLLECTOR	Rp 18.000.000,00	Rp 12.412.000,00	Rp -	Rp -	Rp 12.412.000,00	Rp (5.588.000,00)
15	BP. NANANG	COLLECTOR	Rp 18.000.000,00	Rp 18.023.000,00	Rp -	Rp -	Rp 18.023.000,00	Rp 1.938.000,00
16	BP. INDRA	COLLECTOR	Rp -	Rp 14.078.000,00	Rp -	Rp -	Rp 14.078.000,00	Rp -
17	BU. DEWI	COLLECTOR	Rp 18.000.000,00	Rp 17.448.000,00	Rp -	Rp -	Rp 17.448.000,00	Rp 188.000,00
18	BP. BUDI	COLLECTOR	Rp -	Rp 11.625.000,00	Rp -	Rp -	Rp 11.625.000,00	Rp -
TOTAL			Rp 121.000.000,00	Rp 145.128.000,00	Rp -	Rp -	Rp 147.698.000,00	Rp 995.000,00



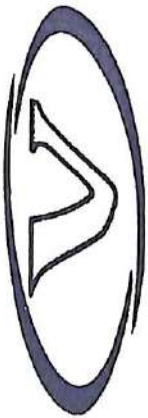
REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
 JL. ARSANTAKA NO. 31 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 periode : Agustus 2010

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	HARI KERJA	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BP. TORO	MARKETING	3	15.000.000,00	1.390.000,00	480.000,00	910.000,00	1.356.000,00	(14.090.000,00)
2	BU. VINA	MARKETING	23	26.000.000,00	38.050.000,00	2.250.000,00	35.800.000,00	251.500,00	9.800.000,00
3	BU. RETNO	MARKETING	21	22.500.000,00	20.495.000,00	1.530.000,00	18.965.000,00	606.500,00	(3.535.000,00)
4	BU. ROCHANI	MARKETING	23	26.000.000,00	32.212.000,00	1.850.000,00	30.362.000,00	37.000,00	4.362.000,00
5	BU. VANI	MARKETING	23	26.000.000,00	22.080.000,00	2.290.000,00	19.790.000,00	-	(6.210.000,00)
6	BU. OKKE	MARKETING	13	26.000.000,00	13.180.000,00	1.840.000,00	11.340.000,00	136.000,00	(14.660.000,00)
7	BP. RIYANTO	MARKETING	22	15.000.000,00	20.476.000,00	2.880.000,00	19.634.000,00	2.038.000,00	4.634.000,00
8	BU. NOVI	MARKETING	23	26.000.000,00	30.980.000,00	-	30.980.000,00	635.000,00	4.980.000,00
9	BU. PUPUT	MARKETING	7	-	5.142.000,00	-	5.142.000,00	140.000,00	5.142.000,00
TOTAL				Rp 182.500.000,00	Rp 184.005.000,00	Rp 13.120.000,00	Rp 172.923.000,00	Rp 5.200.000,00	Rp (9.577.000,00)

KINERJA COLLECTOR

NO	NAMA	JABATAN	HARI KERJA	TARGET	PENAGIHAN	PENJUALAN	RETUR	NETT TAGIHAN	> TARGET
10	BP. CIPTO	COLLECTOR	19	Rp 15.000.000,00	Rp 17.378.000,00	Rp -	Rp -	Rp 17.378.000,00	Rp 2.378.000,00
11	BU. MARTI	COLLECTOR	22	Rp 18.000.000,00	Rp 26.090.000,00	Rp -	Rp -	Rp 26.090.000,00	Rp 8.090.000,00
12	BU. DEWI	COLLECTOR	18	Rp 18.000.000,00	Rp 19.832.000,00	Rp -	Rp -	Rp 19.832.000,00	Rp 1.832.000,00
13	BP. TIAN	COLLECTOR	22	Rp 18.000.000,00	Rp 28.075.000,00	Rp -	Rp -	Rp 28.075.000,00	Rp 10.075.000,00
14	BP. FENY K	COLLECTOR	22	Rp 18.000.000,00	Rp 18.960.000,00	Rp -	Rp -	Rp 18.960.000,00	Rp 960.000,00
15	BP. NANANG	COLLECTOR	19	Rp 18.000.000,00	Rp 19.818.000,00	Rp -	Rp -	Rp 19.818.000,00	Rp 1.818.000,00
16	BU. KESIH	COLLECTOR	23	Rp 18.000.000,00	Rp 228.000,00	Rp -	Rp 520.000,00	Rp (292.000,00)	Rp (18.292.000,00)
17	BP. INDRA	COLLECTOR	22	Rp 15.000.000,00	Rp 16.166.000,00	Rp -	Rp -	Rp 16.166.000,00	Rp 1.166.000,00
18	BP. BUDI	COLLECTOR	23	Rp -	Rp 4.341.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
TOTAL				Rp 138.000.000,00	Rp 146.547.000,00	Rp -	Rp 520.000,00	Rp 146.027.000,00	Rp 8.027.000,00



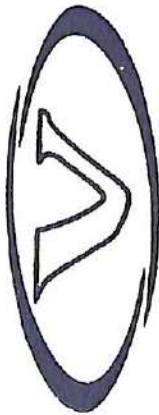
REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
Jl. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
periode : September 2010

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	HARI KERJA	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BP. TORO	MARKETING	8	15.000.000,00	1.626.000,00	240.000,00	1.386.000,00	708.000,00	(13.614.000,00)
2	BU. VINA	MARKETING	16	17.344.000,00	16.410.000,00	1.790.000,00	14.620.000,00	1.801.500,00	(2.724.000,00)
3	BU. RETNO	MARKETING	10	16.260.000,00	5.105.000,00	120.000,00	4.985.000,00	4.109.500,00	(11.275.000,00)
4	BU. ROCHANI	MARKETING	3	-	-	-	-	-	-
5	BU. VANI	MARKETING	16	17.344.000,00	16.285.000,00	180.000,00	16.105.000,00	1.180.000,00	(1.239.000,00)
6	BU. OKKE	MARKETING	15	16.260.000,00	17.340.000,00	1.250.000,00	16.090.000,00	2.140.000,00	(170.000,00)
7	BP. RIYANTO	MARKETING	15	9.375.000,00	11.560.000,00	720.000,00	17.170.000,00	6.330.000,00	7.795.000,00
8	BU. NOVI	MARKETING	15	16.260.000,00	16.095.000,00	270.000,00	15.825.000,00	2.256.000,00	(435.000,00)
9	BU. PUPUT	MARKETING	0	-	-	-	-	-	-
TOTAL				Rp 107.843.000,00	Rp 84.421.000,00	Rp 4.570.000,00	Rp 86.181.000,00	Rp 18.525.000,00	Rp (21.662.000,00)

KINERJA COLLECTOR

NO	NAMA	JABATAN	HARI KERJA	TARGET	PENAGIHAN	PENJUALAN	RETUR	NETT TAGIHAN	> TARGET
10	BP. CIPTO	COLLECTOR	13	Rp 8.125.000,00	Rp 9.321.000,00	Rp -	Rp -	Rp 9.321.000,00	Rp 1.196.000,00
11	BU. MARTI	COLLECTOR	17	Rp 12.750.000,00	Rp 18.862.000,00	Rp -	Rp -	Rp 18.862.000,00	Rp 6.112.000,00
12	BU. DEWI	COLLECTOR	3	Rp 2.250.000,00	Rp 2.821.000,00	Rp -	Rp -	Rp 2.821.000,00	Rp 571.000,00
13	BP. TIAN	COLLECTOR	17	Rp 12.750.000,00	Rp 20.815.000,00	Rp -	Rp -	Rp 20.815.000,00	Rp 8.065.000,00
14	BP. FENY K	COLLECTOR	16	Rp 12.000.000,00	Rp 12.069.000,00	Rp -	Rp -	Rp 12.069.000,00	Rp 69.000,00
15	BP. NANANG	COLLECTOR	13	Rp 9.750.000,00	Rp 8.576.000,00	Rp -	Rp -	Rp 8.576.000,00	Rp (1.174.000,00)
16	BU. KESIH	COLLECTOR	23	Rp 18.000.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp (18.000.000,00)
17	BP. INDRA	COLLECTOR	17	Rp 12.750.000,00	Rp 11.900.000,00	Rp -	Rp -	Rp 11.900.000,00	Rp (850.000,00)
18	BP. BUDI	COLLECTOR	13	Rp -	Rp 6.129.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
TOTAL				Rp 88.375.000,00	Rp 84.364.000,00	Rp -	Rp -	Rp 84.364.000,00	Rp (4.011.000,00)



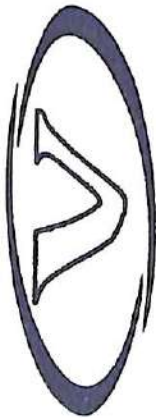
REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
 JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 periode : Oktober 2010

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	HARI	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	MARKETING	25	Rp 26.000.000,00	Rp 42.885.000,00	Rp 1.530.000,00	Rp 41.355.000,00	Rp 440.000,00	Rp 15.355.000,00
2	BU. RETNO	MARKETING	23	Rp 26.000.000,00	Rp 24.050.000,00	Rp 1.170.000,00	Rp 22.880.000,00	Rp 2.336.000,00	Rp (3.120.000,00)
3	BU. ROCHANI	MARKETING	27	Rp 26.000.000,00	Rp 33.640.000,00	Rp 2.200.000,00	Rp 31.440.000,00	Rp 100.000,00	Rp 5.440.000,00
4	BU. VANI	MARKETING	27	Rp 22.500.000,00	Rp 33.270.000,00	Rp 3.170.000,00	Rp 30.100.000,00	Rp 789.000,00	Rp 7.600.000,00
5	BU. OKKE	MARKETING	26	Rp 26.000.000,00	Rp 37.184.000,00	Rp 1.680.000,00	Rp 35.504.000,00	Rp 130.000,00	Rp 9.504.000,00
6	BP. RIYANTO	MARKETING	27	Rp 15.000.000,00	Rp 25.910.000,00	Rp 510.000,00	Rp 30.329.000,00	Rp 4.929.000,00	Rp 15.329.000,00
7	BU. NOVI	MARKETING	27	Rp 26.000.000,00	Rp 34.024.000,00	Rp 650.000,00	Rp 33.374.000,00	Rp 3.059.000,00	Rp 7.374.000,00
8	BU. EKA	MARKETING	26	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
9	BU. NUNUNG	MARKETING	25	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -
TOTAL				Rp 167.500.000,00	Rp 230.963.000,00	Rp 10.910.000,00	Rp 224.982.000,00	Rp 11.783.000,00	Rp 57.482.000,00

KINERJA COLLECTOR

NO	NAMA	JABATAN	HARI	TARGET	PENAGIHAN	PENJUALAN	RETUR	NETT TAGIHAN	> TARGET
10	BP. CIPTO	COLLECTOR	25	Rp 15.000.000,00	Rp 16.104.000,00	Rp -	Rp -	Rp 16.104.000,00	Rp 1.104.000,00
11	BU. KESIH	COLLECTOR	23	Rp 18.000.000,00	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	Rp (18.000.000,00)
12	BU. MARTI	COLLECTOR	26	Rp 18.000.000,00	Rp 21.265.000,00	Rp -	Rp -	Rp 21.265.000,00	Rp 3.265.000,00
13	BP. TIAN	COLLECTOR	21	Rp 18.000.000,00	Rp 19.895.000,00	Rp -	Rp -	Rp 19.895.000,00	Rp 1.895.000,00
14	BP. FENY K	COLLECTOR	27	Rp 18.000.000,00	Rp 21.731.000,00	Rp -	Rp -	Rp 21.731.000,00	Rp 3.731.000,00
15	BP. NANANG	COLLECTOR	26	Rp 18.000.000,00	Rp 23.552.000,00	Rp -	Rp -	Rp 23.552.000,00	Rp 5.552.000,00
16	BP. INDRA	COLLECTOR	27	Rp 18.000.000,00	Rp 19.679.000,00	Rp -	Rp -	Rp 19.679.000,00	Rp 1.679.000,00
17	BP. BUDI	COLLECTOR	13	Rp -	Rp 3.742.000,00	Rp -	Rp -	Rp 3.742.000,00	Rp 3.742.000,00
TOTAL				Rp 123.000.000,00	Rp 125.968.000,00	Rp -	Rp -	Rp 125.968.000,00	Rp 2.968.000,00



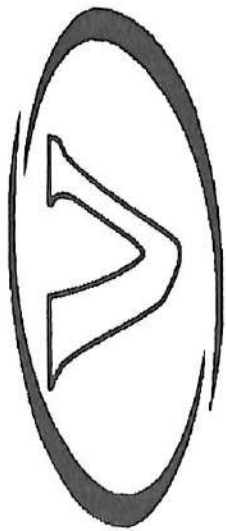
**REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN . PURWOKERTO
periode : November 2010**

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	JABATAN	HARI KERJA	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	SALES	25	Rp 26.000.000,00	Rp 42.265.000,00	Rp 1.480.000,00	Rp 40.785.000,00	Rp 423.000,00	Rp 14.785.000,00
2	BU. RETNO	SALES	24	Rp 26.000.000,00	Rp 24.355.000,00	Rp 1.380.000,00	Rp 22.975.000,00	Rp 112.500,00	Rp (3.025.000,00)
3	BU. ROCHANI	SALES	23	Rp 26.000.000,00	Rp 31.624.000,00	Rp 700.000,00	Rp 30.924.000,00	-	Rp 4.924.000,00
4	BU. VANI	SALES	24	Rp 22.500.000,00	Rp 32.020.000,00	Rp 2.440.000,00	Rp 29.580.000,00	Rp 15.000,00	Rp 7.080.000,00
5	BU. OKKE	SALES	24	Rp 26.000.000,00	Rp 28.075.000,00	Rp 1.675.000,00	Rp 26.400.000,00	Rp 166.000,00	Rp 400.000,00
6	BP. RIYANTO	SALES	25	Rp 15.000.000,00	Rp 23.655.000,00	Rp 840.000,00	Rp 26.799.000,00	Rp 3.984.000,00	Rp 11.799.000,00
7	BU. NOVI	SALES	25	Rp 26.000.000,00	Rp 29.680.000,00	Rp 1.350.000,00	Rp 28.330.000,00	Rp 205.500,00	Rp 2.330.000,00
8	BU. EKA	SALES	24	Rp 22.500.000,00	Rp 25.685.000,00	Rp -	Rp 25.685.000,00	Rp 141.000,00	Rp 3.185.000,00
9	BU. NUNUNG	SALES	25	Rp -	Rp 5.510.000,00	Rp -	Rp 5.510.000,00	-	Rp 5.510.000,00
TOTAL				Rp 190.000.000,00	Rp 242.869.000,00	Rp 9.865.000,00	Rp 236.988.000,00	Rp 5.047.000,00	Rp 46.988.000,00

KINERJA COLLECTOR

NO	NAMA	JABATAN	HARI KERJA	TARGET	PENAGIHAN	PENJUALAN	RETUR	NETT TAGIHAN	> TARGET
10	BP. CIPTO	KOLEKTOR	16	Rp 15.000.000,00	Rp 20.876.000,00	Rp -	Rp -	Rp 20.876.000,00	Rp 5.876.000,00
11	BU. KESIH	KOLEKTOR	0	Rp -	Rp -	Rp -	Rp -	-	-
12	BU. MARTI	KOLEKTOR	24	Rp 18.000.000,00	Rp 26.149.000,00	Rp -	Rp -	Rp 26.149.000,00	Rp 8.149.000,00
13	BP. TIAN	KOLEKTOR	25	Rp 18.000.000,00	Rp 30.329.000,00	Rp -	Rp -	Rp 30.329.000,00	Rp 12.329.000,00
14	BP. FENY K	KOLEKTOR	24	Rp 18.000.000,00	Rp 21.601.000,00	Rp -	Rp -	Rp 21.601.000,00	Rp 3.601.000,00
15	BP. NANANG	KOLEKTOR	25	Rp 18.000.000,00	Rp 29.233.000,00	Rp -	Rp -	Rp 29.233.000,00	Rp 11.233.000,00
16	BP. INDRA	KOLEKTOR	25	Rp 18.000.000,00	Rp 21.925.000,00	Rp 170.000,00	Rp -	Rp 22.095.000,00	Rp 4.095.000,00
17	BP. BUDI	KOLEKTOR	25	Rp -	Rp 3.195.000,00	Rp -	Rp -	Rp 3.195.000,00	Rp 3.195.000,00
TOTAL				Rp 105.000.000,00	Rp 153.308.000,00	Rp 170.000,00	Rp -	Rp 153.478.000,00	Rp 48.478.000,00



REKAP KINERJA KARYAWAN
VISTRAND SHOES PURWOKERTO
JL. ARSANTAKA NO. 37 ARCAWINANGUN - PURWOKERTO
 periode : Desember 2010

KINERJA SALES

NO	NAMA KARYAWAN	HARI KERJA	TARGET	PENJUALAN	RETUR	NETT PENJUALAN	PENAGIHAN	> TARGET
1	BU. VINA	23	Rp 26,000,000.00	Rp 33,555,000.00	Rp 1,120,000.00	Rp 32,435,000.00	Rp 614,000.00	Rp 6,435,000.00
2	BU. RETNO	23	Rp -	Rp 4,415,000.00	Rp 1,300,000.00	Rp 3,115,000.00	Rp 968,000.00	Rp 3,115,000.00
3	BU. ROCHANI	22	Rp 26,000,000.00	Rp 21,740,000.00	Rp 2,260,000.00	Rp 19,480,000.00	Rp 822,000.00	Rp -
4	BU. VANI	20	Rp 24,000,000.00	Rp 19,890,000.00	Rp 1,380,000.00	Rp 18,510,000.00	Rp 57,000.00	Rp -
5	BU. OKKE	19	Rp 26,000,000.00	Rp 17,870,000.00	Rp 680,000.00	Rp 17,190,000.00	Rp 268,000.00	Rp -
6	BP. RIYANTO	23	Rp 15,000,000.00	Rp 20,535,000.00	Rp 940,000.00	Rp 24,634,500.00	Rp 5,039,500.00	Rp 9,634,500.00
7	BU. NOVI	22	Rp 26,000,000.00	Rp 26,215,000.00	Rp 1,010,000.00	Rp 25,205,000.00	Rp 660,500.00	Rp (795,000.00)
8	BU. EKA	23	Rp -	Rp 25,730,000.00	Rp 520,000.00	Rp 25,210,000.00	Rp 2,096,500.00	Rp -
9	BU. NUNJUNG	23	Rp 26,000,000.00	Rp 32,010,000.00	Rp 530,000.00	Rp 31,480,000.00	Rp 269,000.00	Rp 5,480,000.00
			Rp 169,000,000.00	Rp 201,960,000.00	Rp 9,740,000.00	Rp 197,259,500.00	Rp 10,794,500.00	Rp 23,869,500.00

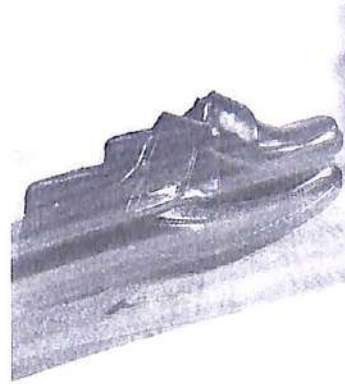
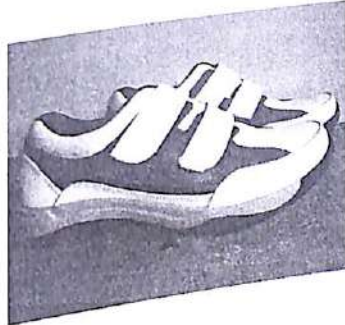
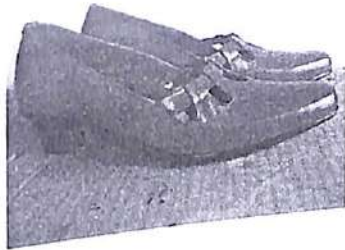
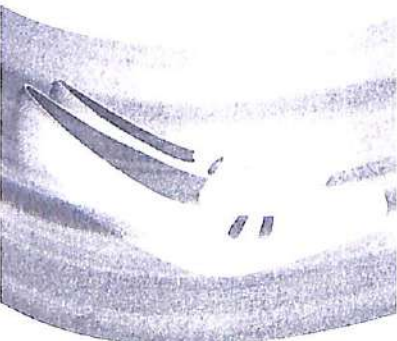
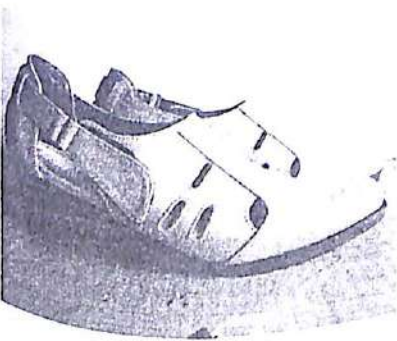
DAFTAR NAMA-NAMA KECAMATAN WILAYAH DISTRIBUSI PERUSAHAAN
SEPATU VISTRAND UD VIJAYA PURWOKERTO

Kode	Kecamatan	Kode	Kecamatan
A01	PWT - TIMUR	C15	SIGALUH
A02	PWT - BARAT	C16	WANADADI
A03	PWT - UTARA	C17	WANAYASA
A04	PWT - SELATAN	C18	SUSUKAN
A05	AJIBARANG	C19	PANDANARUM
A06	BANYUMAS	C20	PAGEDONGAN
A07	BATURRADEN	D01	CILACAP UTARA
A08	CILONGOK	D02	CILACAP SELATAN
A09	GUMELAR	D03	CILACAP TENGAH
A10	JATILAWANG	D04	ADIPALA
A11	KALIBAGOR	D05	BINANGUN
A12	KARANGLEWAS	D06	CIMANGGU
A13	KEBASEN	D07	CIPARI
A14	KEDUNG BANTENG	D08	DAYEUHLUHUR
A15	KEMBARAN	D09	GANDRUNGMANGU
A16	KEMRANJEN	D10	JERUKLEGI
A17	LUMBIR	D11	KARANGPUCUNG
A18	PEKUNCEN	D12	KAWUNGANTEN
A19	PATIKRAJA	D13	KEDUNGREJO
A20	PURWOJATI	D14	KESUGIHAN
A21	RAWALO	D15	KROYA
A22	SOKARAJA	D16	MAJENANG
A23	SOMAGEDE	D17	MAOS
A24	SUMBANG	D18	NUSA WUNGU
A25	SUMPIUH	D19	PATIMUAN
A26	TAMBAK	D20	SAMPANG
A27	WANGON	D21	SIDAREJA
B01	KALIGONDANG	D22	WANAREJA
B02	KALIMANAH	D23	SIDAREJA
B03	PURBALINGGA	E01	PEMALANG
B04	BOBOTSARI	E02	BELIK
B05	BOJONGSARI	E04	MOGA
B08	KARANGANYAR	E05	RANDUDONGKAL
B09	KARANGMONCOL	E06	BUMIAYU
B10	KARANGREJA	E07	SEMPOR
B11	KEJOBONG	E08	PAGUYANGAN
B12	KEMANGKON	E09	PURWOKERTO
B13	KUTASARI	E10	CILACAP
B14	MREBET	E11	BALANG
B15	PADAMARA	E12	BANTAR BOLANG
B16	PENGADEGAN	E13	WATUKUMPUL
B17	REMBANG	E14	KLAMPOK
B18	BUKATEJA	E15	PULOSARI
B19	KERTANEGARA	E16	KARANGJAMBU
C01	BANJARNEGARA	E17	WARUNGPRING
C02	BANJARMANGU	E18	BANTARSARI
C03	BATUR	E19	TONJONG
C04	BAWANG	E20	SIRAMPOG
		E21	

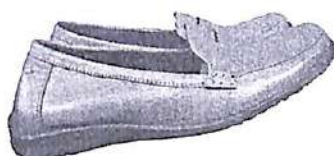
C05 KALIBENING
C06 KARANGKOBAR
C07 MADUKARA
C08 MANDIRAJA
C09 PANGENTAN
C10 PEJAWARAN
C11 PUNGCELAN
C12 PURWONEGORO
C13 PWJ - KLAMPOK
C14 RAKIT

E22 BENDA
E23 BANTARKAWUNG
E34 GOMBONG
E35 KUWARASAN
E36 BUAYAN
E37 ROWOKELE
E38 PURING
E39 AYAH
E40 JINGKANG
E41 PAKUJATI

2
A



2
A



2
K

Sertifikat

**BACA TULIS AL-QUR'AN DAN PRAKTIK PENGALAMAN IBADAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PURWOKERTO
GELOMBANG V TH. AKADEMIK 2006/2007**

Nomor : STA.26/K/PUBP/172/VI/2007

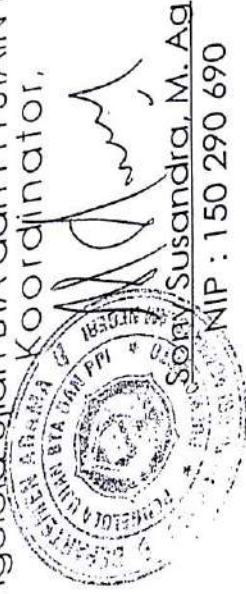
Diberikan kepada :

..... Afni Aulia Mariana / 062623001

Sebagai tanda yang bersangkutan telah lulus
dalam **Ujian Baca tulis Al-Qur'an dan Praktek Pengamalan Ibadah**
yang diselenggarakan oleh Pengelola Ujian BIA dan PPI STAIN Purwokerto.

Purwokerto, 29 Juni 2007

Pengelola Ujian BIA dan PPI STAIN Purwokerto
Koordinator,


Sofry Susandra, M. Ag
NIP : 150 290 690

h



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بورو و كرتو
وحدة لخدمة اللغة

عنوان: شارع جنرال أحمد ياني. رقم أ. ٤٠. هاتف ٠٢٨١-٦٣٥٦٢٤ بورو و كرتو ٥٣١٢٦

اللائحة

الرقم : س ت أ ٢٣ / ب ف ا ٠٠٩ / ت أ ٠٠٥ / ١٧٥ / ٠٧ / ٦٠٠٧

منح إلى الاسم
المولود في
رقم دفتر القيد
التي حصل على النتيجة

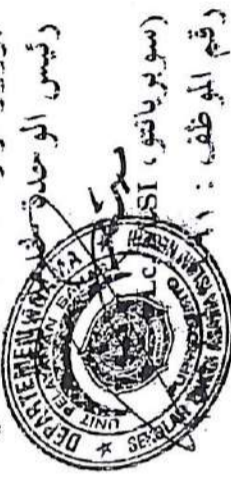
التي اوليا ماريانا
بانيوماس، ٢٢ مايو ١٩٨٨
: ٠٣٦٦٣٠٠١

فهم المسموع
فهم العبارات والتراكب
فهم المفردات والنصوص والقواعد

٤٧ :
٥٧ :
٤١ :
٤٨٣ :

في اختبارة المهارات اللغوية النظرية التي قامت بها الوحدة لخدمة اللغة في التاريخ ٢٩ يوليو ٢٠٠٧

بورو و كرتو : ٢٢ أغسطس ٢٠٠٧



١
K



DEPARTMENT OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE COLLEGE OF ISLAMIC STUDIES
(STAIN) PURWOKERTO
LANGUAGE SERVICE UNIT

Address: A. Yani Street Number 40 A Phone : 0281-635624 Fax. 0281-636553 Purwokerto

CERTIFICATE

Number: Sii.23/KB/PP.009/T.E.64/VI/2007

This is to certify that

Name : Afni Aulia Mariana

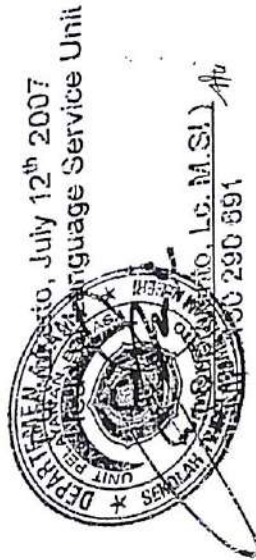
Place, date of birth : Banyumas, May 22nd 1988

Student number : 062623001

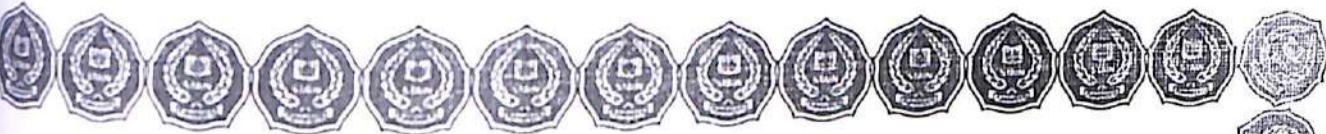
Has taken TOEFL-like test with paper based organized by Language Service Unit of STAIN Purwokerto on June 12th 2007 with obtained result as follows:

- | | |
|-------------------------------------|-------|
| 1. Listening Comprehension | : 47 |
| 2. Structure and Written Expression | : 54 |
| 3. Reading Comprehension | : 47 |
| Obtained Score | : 493 |

This TOEFL-like test was held in STAIN Purwokerto.



R



FORUM ORIENTASI ALMAMATER DAN STUDI ILMIAH
 (FORMASI) 2006
 BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA (BEM)
 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
 (STAIN) PURWOKERTO

SERTIFIKAT

Nomor : 032/Pan. FORMASI/VIII/2006

Diberikan Kepada :



Afri Aulia Marana
 Sebagai
PESERTA
 Dalam Agenda
 Forum Orientasi Almamater dan Studi Ilmiah (FORMASI) 2006 Yang Dilaksanakan
 Pada Tanggal 09 September 2006
 Dengan Tema "Revolusi, Paradigma Kritis, Humanis dan Beretika"
 Dan Dinyatakan Lulus Dengan Predikat Nilai

A

Semoga Dapat Meningkatkan Semangat Intelektualitas, Berkarya
 dan Progresifitas Dimas dan Diajeng ke Arah Masa Depan Yang Lebih Baik
 Purwokerto, 09 September 2006

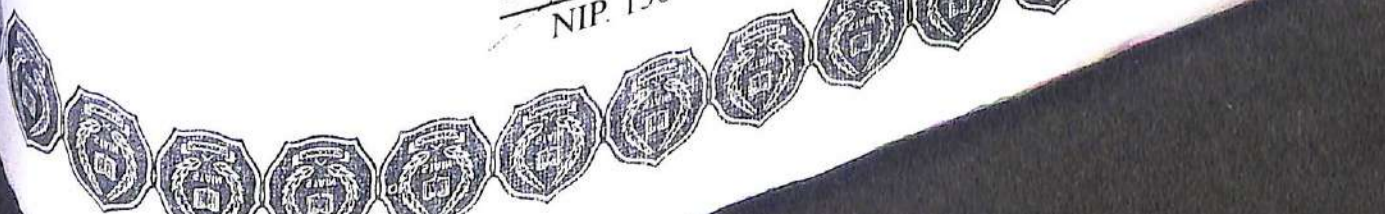
Panitia Pelaksana,

FORMASI '06
 Panitia FORMASI 2006
 Forum Orientasi Almamater dan Studi Ilmiah
 BEM STAIN PURWOKERTO
 Ketua

Mengetahui,
 Pembantu Ketua III

M. Najib
 Drs. M. Najib, M.Hum
 NIP. 150 227 437

BEM
 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
 BADAN EKSEKUTIF MAHASISWA
 STAIN PURWOKERTO
Billy Subli Sidiq
 Presma





DEPARTEMEN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (P3M)
 Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Telp. 0281-635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

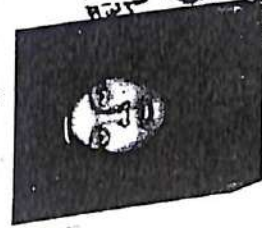
SERTIFIKAT

NO. Sti.23/ P3M/ PP.06/ 013 / 2009

Berdasarkan Surat Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto Nomor : 02 Tahun 2009, Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M)/ Ketua Badan Pelaksana Kuliah Kerja Nyata (BPKKN) STAIN Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Afni Aulia Mariana
 NIM : 062623001
 Jurusan / Prodi : Syaria'ah/ EI
 Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Mahasiswa STAIN Purwokerto Tahun 2009 di:
 Desa : Kejobong
 Kecamatan : Kejobong
 Kabupaten : Purbalingga

Mulai tanggal **08 Juli 2009** sampai **21 Agustus 2009** dan dinyatakan "LULUS", dengan nilai 94 (A).
 Sertifikat ini diberikan sebagai bukti bahwa mahasiswa tersebut telah mengikuti KKN dan sebagai syarat mengikuti ujian munaqasyah skripsi.



Purwokerto, 07 Desember 2009



611008 199103 1 001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
LABORATORIUM JURUSAN SYARI'AH

Sertifikat

No. : Sti.23/Lab. Sya/PPL. Sya/029/2010

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia PPL Jurusan Syari'ah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto pada tanggal 4 April 2010 menerangkan bahwa :

Nama : Afni Aulia Mariana
NIM : 062623001
Jurusan/Prodi : Syari'ah/Ekonomi Islam

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto Tahun Akademik 2009/2010 di :

BPRS Khasanah Ummat Purwokerto

Mulai dari tanggal 22 Pebruari 2010 sampai dengan 7 April 2010 dan dinyatakan LULUS dengan nilai A.

Sertifikat ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Jurusan Syari'ah STAIN Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian munaqosyah skripsi.

Purwokerto, 15 Mei 2010

Ka. Lab. Jurusan Syari'ah/
Ketua Panitia PPL Syari'ah



Widuri, SH, M.Hum.
19750510 199903 2 002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Syari'ah



Drs. H. Ansori, M.Ag
19650407 199203 1 004

UPT KOMPUTER
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
Alamat : Jl Jend. Ahmad Yani No. 40 A Telp. 0281 - 635624 Fax. 636553 Purwokerto 53126

SERTIFIKAT

Nomor : Stt-23/P/WPDS/12/2008

Diberikan kepada :

AFNI AULIA MARIANA

NIM : 062623001

Sebagai tanda yang bersangkutan menjadi peserta dan telah mengikuti
"Workshop Pengolahan Data Statistik dengan SPSS bagi Mahasiswa STAIN Purwokerto Tahun 2008"
yang diselenggarakan oleh UPT Komputer STAIN Purwokerto
pada tanggal 26 - 31 Desember 2008

Purwokerto, 31 Desember 2008
Dekan, UPT Komputer



Sriyanto, M.Si
F : 150291269

Handwritten mark

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Afni Aulia Mariana

Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 22 Mei 1988

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : JL. Balai Kelurahan 2 Rt 01 Rw 11 Arcawinangun
Kecamatan Purwokerto Timur Kabupaten Banyumas

PENDIDIKAN

1. SD Negeri 2 Arcawinangun, lulus tahun 2000

2. SMP Negeri 2 Purwokerto, lulus tahun 2003

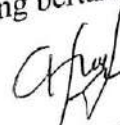
3. MAN Purwokerto 1, lulus tahun 2006

4. S1 STAIN Purwokerto Jurusan Syari'ah lulus teori tahun 2010

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Purwokerto, 2 Mei 2011

Yang bertandatangan


Afni Aulia Mariana
NIM. 062623001