

**SALURAN DISTRIBUSI PRODUK KERAJINAN TANGAN
PADA APIKRI YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Profesi Ahli Madya



Oleh :

Irna Ribuna

12810134005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

2015

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

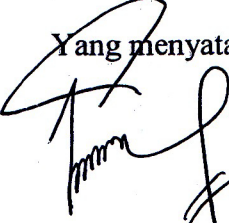
Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Irna Ribuna
NIM : 12810134005
Program Studi : D III Manajemen Pemasaran
Judul Tugas Akhir : Saluran Distribusi Produk Kerajinan Tangan Pada
Apikri Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil kerja sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan studi di perguruan tinggi oleh orang lain kecuali pada bagian-bagian tertentu saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya tulis ilmiah. Apabila pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, Juni 2015

Yang menyatakan



Irna Ribuna

**SALURAN DISTRIBUSI PRODUK KERAJINAN TANGAN PADA
APIKRI YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal 11 Juni 2015


Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma III Fakultas Ekonomi


Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui :

Ketua Program Studi
Pemasaran D III


Farlianto, S.E. M.B.A.
NIP. 09700925 200012 1 001

Dosen Pembimbing


Drs. Nurhadi, M.M
NIP. 19550101198103 01 006

Disahkan Oleh

Ketua Pengelola

Universitas Negeri Yogyakarta
Kampus Wates




Bambang Saptono, M.Si.
NIP.19610723198803 1 001

TUGAS AKHIR
SALURAN DISTRIBUSI PRODUK KERAJINAN TANGAN
PADA APIKRI YOGYAKARTA

Disusun Oleh :
Irna Ribuna
12810134005

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi
Program Studi Pemasaran DIII

Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Yogyakarta
Pada tanggal 11. Juni 2015 dan dinyatakan telah memenuhi
Syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Pemasaran

Susunan Tim Penguji

Ketua merangkap anggota
Sekretaris merangkap anggota

Nama Lengkap
Penny Rahmawati, M.Si
Drs, Nurhadi, M.M

Tanda Tangan
.....
.....

Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Yogyakarta, 11 Juni 2015
Universitas Negeri Yogyakarta
Kampus Wates



Dr. Sugiharsono, M.Si
NIP. 195503281983031002



Bambang Saptono, M.Si
NIP.196107231988031001

PERSEMBAHAN DAN BINGKISAN

Karya Tulis sederhana ini ku persembahkan kepada:

- ❖ *Keluarga tercinta Bapak, Mamak, Abang dan Adik yang tak henti-hentinya selalu mendoakan sehingga saya bisa sekolah sampai jenjang Perguruan Tinggi dan menyelesaikan Tugas Akhir ini.*
- ❖ *Almarhum Bibik Naman Ribuna dan Saudara-saudara terdekat saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat terus belajar supaya bisa sukses dan mengharumkan nama keluarga ” Nerus Bangun dan Sarni Br Sitepu” .*
- ❖ *Bg Ichwan Nur Hakim memberi motivasi dan semangat terus membuat Tugas Akhir.*
- ❖ *Sahabatku Nidha Ul Farida, Tika Nur Arifah, Linda Dwi Astuti, Rika Devi K, Tiara Noor Effendi, Fauziah Noor Latifah serta teman-teman Manajemen Pemasaran D-III 2012 yang sudah memberikan motivasi dan kebersamaan kalian yang sangat luar biasa.*

HALAMAN MOTTO

- ❖ Hidup itu seperti naik sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak. (Albert Einstein)

- ❖ Sebenarnya seorang marketer bukan menjual produk, tetapi menjual strategi untuk mempengaruhi *costumer*. (Anonymous)

- ❖ Harus benar-benar memanfaatkan waktu, jangan disia-siakan karena kesempatan tidak datang dua kali dan waktu tidak dapat diputar kembali. (Ichwan NH)

- ❖ Hidup adalah pilihan jangan pernah sesali keputusan yang sudah diambil walaupun baik dan buruk tetap disyukuri. (Mamak)

ABSTRAK
SALURAN DISTRIBUSI PRODUK KERAJINAN TANGAN
PADA APIKRI YOGYAKARTA

Oleh:

Irna Ribuna

12810134005

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Saluran distribusi produk kerajinan tangan ke Luar Negeri (2) Saluran distribusi produk kerajinan tangan ke Dalam Negeri.

Data diperoleh secara langsung dari staf pemasaran dan karyawan di APIKRI Yogyakarta. Cara mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi produk yang diterapkan pada APIKRI Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) Saluran distribusi produk yang digunakan untuk ke Luar Negeri adalah Saluran distribusi tidak langsung berarti APIKRI menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui pedagang besar yang telah menjadi pelanggan dan mitra bisnis. Saluran tersebut dipilih karena pembeli atau konsumen produk kerajinan adalah pedagang besar, sehingga APIKRI tidak perlu mendirikan outlet atau toko sendiri untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir. (2) Saluran distribusi produk yang digunakan untuk ke Dalam Negeri adalah saluran distribusi tidak langsung dan langsung. Saluran distribusi langsung tanpa menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui media brosur dan katalog yang mempermudah konsumen mengetahui, mencari dan memesan produk itu sendiri. Saluran tersebut dipilih agar perusahaan tidak perlu lagi untuk memasarkan produk nya melalui pedagang besar, sehingga APIKRI hanya perlu menyebarkan brosur dan katalog itu langsung kepada konsumen.

Kata kunci : saluran distribusi, produk kerajinan tangan APIKRI

KATA PENGANTAR



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "*Saluran Distribusi Produk Kerajinan Tangan Pada APIKRI Yogyakarta*" disusun untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta. Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd. M.A., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bambang Saptono, M.Si., selaku Ketua Pengelola Universitas Negeri Yogyakarta. Kampus Wates, yang telah memberikan berbagai fasilitas dan sarana untuk kepentingan belajar.
4. Farlianto, S.E. M.B.A., selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran D-III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Drs. Nurhadi, MM., selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
6. Pak Widodo., selaku Staf Pemasaran APIKRI Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian.

7. Orang tua dan Keluarga besarku yang telah memberikan dukungan, doa, dan semangat baik itu bantuan moril atau materi kepada penyusun.
8. Sahabatku Nida UI Farida dan Tika Nur terima kasih atas kebersamaannya selama pengerjaan Tugas Akhir.
9. Sahabat-sahabatku Manajemen Pemasaran DIII, Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2012
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberi dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi sempurnanya penyusunan Tugas Akhir ini.

Akhir kata penulis berharap semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang berkepentingan dengan Tugas Akhir ini.

Yogyakarta, 11 Juni 2015

Penyusun

Irna Ribuna

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Tugas Akhir.....	7
F. Manfaat Tugas Akhir.....	7
BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Saluran Distribusi.....	9
B. Produk Kerajinan Tangan.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian.....	27
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	27
C. Metode Pengumpulan Data.....	28
D. Teknik Analisa Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan.....	30
B. Pembahasan Saluran Distribusi Luar Negeri.....	37
C. Pembahasan Saluran Distribusi Dalam Negeri.....	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Jenis Barang yang di Produksi.....	36

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1: Saluran Distribusi Barang Konsumen.....	22
Gambar 2: Saluran Distribusi Industri.....	23
Gambar 3: Struktur Organisasi APIKRI.....	33
Gambar 4: Saluran Distribusi APIKRI.....	38

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam kehidupan yang semakin berkembang ini, dimana tingkat persaingan semakin ketat baik dalam ilmu pengetahuan, teknologi, maupun informasi, maka masalah yang dihadapi oleh dunia usaha juga semakin rumit. Produsen dituntut untuk selalu dapat mengatasi perubahan-perubahan yang terjadi dengan semakin berkembangnya elemen-elemen tersebut. Kemajuan ini juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Tantangan tidak bisa dikendalikan dengan adanya bisnis yang berskala internasional antar negara-negara yang ada di dunia. Dengan adanya tantangan globalisasi, hal ini mendorong perusahaan-perusahaan di Indonesia untuk ikut bersaing dengan cara mengekspor produk.

Perusahaan yang ikut dalam persaingan ini adalah perusahaan harus bisa memenuhi harapan konsumen yang ada di luar negeri dan lebih baik dari para pesaing. Harapan konsumen merupakan tuntunan atau keinginan konsumen yang seharusnya dipenuhi oleh penyedia barang atau jasa. Harapan konsumen dibentuk dari pengalaman masa lampau, informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi konsumen dan kinerja perusahaan. Agar hal ini terwujud terciptanya tujuan perusahaan, maka perusahaan dituntut mengelola dengan baik segala aspek manajemen seperti keuangan yang stabil, operasional, SDM

yang berkualitas serta pemasaran yang efektif dan efisien. Dalam mengelola aspek-aspek tersebut tersebut diatas, teori yang ada selama ini memang bisa dijadikan acuan. Dalam hal ini perusahaan juga dituntut untuk melakukan inovasi dalam implementasinya agar dapat mengimbangi perkembangan dunia bisnis atau usaha yang begitu pesat karena salah satu faktor penting dalam mewujudkan tujuan perusahaan maka pemasaran harus dijalankan secara efektif dan efisien.

Pemasaran menurut Kotler (2008) adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Dalam menjalankan pemasaran, ada beberapa alat yang dapat digunakan yaitu bauran pemasaran atau *marketing mix*. *Marketing mix* adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi (Swastha, 2005). Keempat variabel tersebut merupakan inti dari sistem pemasaran.

Saluran distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam pemasaran produk yang dihasilkan perusahaan yaitu sebagai sistem yang menghubungkan manufaktur ke pelanggan. Keegan (2003) menjelaskan bahwa saluran distribusi adalah suatu jaringan organisasi dari para agen dan yang dalam mengkombinasinya melakukan aktifitas yang di butuhkan untuk menghubungkan produsen dengan pemakai guna menyelesaikan tugas pemasaran. Tujuan dari saluran distribusi adalah untuk menciptakan kegunaan atau bagi pelanggan.

Dalam memutuskan untuk memasuki pasar luar negeri dan dalam negeri, perusahaan perlu menentukan tujuan-tujuan dan kebijakan-kebijakan pemasarannya, serta peranan yang sangat penting dalam pemasaran produknya yaitu menentukan saluran distribusi. Kotler (2005) menjelaskan bahwa dalam menentukan saluran pemasaran perusahaan harus memutuskan apakah melakukan pemasaran hanya di beberapa negara atau banyak negara, menentukan seberapa cepat melakukan perluasan dan berapa perbandingan terhadap penjualan total yang diinginkan.

APIKRI (Yayasan Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia) adalah salah satu perusahaan di Yogyakarta yang bergerak dalam bidang produksi kerajinan tangan. Dalam kegiatan produksinya APIKRI menggunakan *sistem to order* dan *sistem make to order*. Untuk *sistem to order* yaitu perusahaan memproduksi barang berdasarkan pesanan dari pedagang besar atau importir. Sedangkan untuk *sistem make to order* perusahaan tidak menutup kemungkinan untuk melayani importir dari negara mana saja, tetapi terdapat beberapa negara yang menjadi fokus pemasarannya yaitu Amerika dan Asia. Perusahaan ini memfokuskan produksi kerajinan tangan untuk di jual dipasar luar negeri dan dalam negeri. Tempat yang menjadi tujuan pemasaran APIKRI di pasar Luar Negeri adalah Benua Amerika , Eropa, Asia dan Australia dan tujuan pemasaran APIKRI di Dalam Negeri adalah Pulau Sumatera, Jawa, Bali, Kalimantan dan kota-kota yang ada di pulau lainnya.

Perusahaan yang melakukan pemesanan sebagian besar adalah perusahaan importir atau pemesanan dimulai dengan jumlah kecil, kemudian menambah jumlah pesannya apabila merasa puas dengan kualitas produk dan kinerja perusahaan. Oleh sebab itu APIKRI sangat menjaga hubungan dengan importir atau pelanggan dengan cara terus meningkatkan kualitas produk, menerima masukan atau saran dan ketepatan dalam pengiriman produk. Saluran distribusi dapat menjadi salah satu kunci penting untuk menghadapi persaingan usaha yaitu jika suatu perusahaan dapat mengelola saluran pemasarannya dengan baik maka produk dapat terus berkembang secara pesat. Dengan ketepatan pengiriman produk ini maka pelanggan tidak memerlukan waktu yang lama untuk mendapatkan produk tersebut. Saluran distribusi juga menjadi penentu yang dapat mempengaruhi kegiatan operasional perusahaan. Berdasarkan pentingnya saluran tersebut dan untuk meningkatkan penjualan produk yang diharapkan, maka perusahaan dituntut mengelola sebaik mungkin saluran tersebut dengan dukungan system, sarana, dan prasarana yang memadai.

APIKRI juga mempunyai permasalahan saluran distribusi luar negeri yang lebih sulit dibandingkan saluran distribusi dalam negeri karena proses tahapan penyalurannya lebih rumit ke luar negeri dibanding Dalam Negeri. Penyebab rumitnya saluran distribusi ke luar negeri adalah susahnya proses untuk masuk ke pasar luar negeri dan memilih saluran pasar di luar negeri.

Pada saat perusahaan akan memproduksi barang yang telah dipesan konsumen sering terjadinya kerusakan pada barang itu secara tidak sengaja karena pada proses pembuatan barang itu sendiri sering terjadi kecelakaan kecil yang

tidak terduga sehingga para pengrajin harus memproduksi lagi barang itu dari awal dan memakan waktu lebih lama sehingga dapat menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen karena tidak tepat waktu, maka perusahaan harus lebih memperhatikan dan mengawasi proses pembuatan barang agar tidak terjadi hal yang dapat merugikan perusahaan.

Ketika perusahaan memenuhi pesanan konsumen dan melakukan pengiriman barang sering terjadinya keterlambatan dan barangnya cepat rusak. Hal ini terjadi karena tergantung dari sifat barang itu sendiri. Banyaknya komplain dari pelanggan, membuat perusahaan harus lebih hati-hati saat pengiriman barang agar tidak terjadi kerusakan. Solusi keterlambatan pengiriman barang diatas adalah sering berkomunikasi dengan pihak pengiriman dan barang yang mudah rusak harus melakukan evaluasi dan pengemasan produk yang benar melakukan sebelum pengiriman. Agar produk tidak terjadi kerusakan dalam pengiriman dan sampai ke para pelanggan dengan baik.

Saluran distribusi produk yang digunakan untuk ke Luar Negeri adalah Saluran distribusi tidak langsung berarti APIKRI menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui pedagang besar yang telah menjadi pelanggan dan mitra bisnis. Saluran tersebut dipilih karena pembeli atau konsumen produk kerajinan adalah pedagang besar, sehingga APIKRI tidak perlu mendirikan outlet atau toko sendiri untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir.

Saluran distribusi produk yang digunakan untuk ke Dalam Negeri adalah saluran distribusi tidak langsung dan langsung. Saluran distribusi langsung tanpa menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui media brosur dan katalog yang mempermudah konsumen mengetahui, mencari dan memesan produk itu sendiri. Saluran tersebut dipilih agar perusahaan tidak perlu lagi untuk memasarkan produk nya melalui pedagang besar, sehingga APIKRI hanya perlu menyebarkan brosur dan katalog itu langsung kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **“SALURAN DISTRIBUSI PRODUK KERAJINAN TANGAN PADA APIKRI YOGYAKARTA”**.

B. Identifikasi Masalah

Masalah yang dihadapi oleh yayasan APIKRI yaitu:

1. Saluran distribusi produk ke luar negeri lebih sulit dari pada saluran distribus dalam negeri
2. Sering terjadinya kerusakan barang yang dikirim kepada konsumen
3. Kondisi alam sering tidak mendukung yang menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman barang

C. Batasan Masalah

Mengingat begitu banyaknya permasalahan tentang saluran distribusi produk yang diterapkan oleh perusahaan, maka penelitian

membahas pada masalah Saluran Distribusi Produk Kerajinan Tangan Pada APIKRI Yogyakarta supaya produk barang yang akan dikirim sesuai dengan harapan konsumen.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, maka telah dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah saluran distribusi produk ke Luar Negeri?
2. Bagaimanakah saluran distribusi produk ke Dalam Negeri?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Saluran distribusi produk ke Luar Negeri
2. Saluran distribusi produk ke Dalam Negeri

F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penulisan Tugas Akhir ini adalah :

1. Bagi penulis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan juga dapat dijadikan bahan untuk menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah ke dunia kerja.

2. Bagi Perusahaan

- a. Memberikan bahan informasi bagi perusahaan dan memberikan masukan yang berarti bagi pengembangan usaha tersebut.
- b. Memberikan ide-ide atau informasi lainnya yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak tentang saluran distribusi yang diterapkan.

3. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

- a. Penulisan Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi para pembaca yang dapat digunakan sebagai bahan atau referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan saluran distribusi.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Saluran Distribusi

1. Pengertian Saluran Distribusi

Keputusan mengenai saluran distribusi dalam pemasaran adalah merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih akan mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran yang lainnya. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen maka perusahaan harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha menyalurkan barang tersebut.

Menurut Alex S. Nitisemito (2004) mengemukakan bahwa: Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen.

Definisi lain tentang saluran distribusi ini adalah yang dikemukakan oleh: *The American Marketing Association* yang juga mengemukakan tentang banyaknya lembaga yang ada dalam aliran atau arus barang. Definisi tersebut yaitu: Saluran distribusi merupakan suatu struktur organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui sebuah komoditi, produk

atau jasa yang dipasarkan. Definisi yang lebih luas mengenai saluran distribusi adalah yang dikemukakan oleh C. Gleen Walters mendefinisikan dalam Swastha dan Irawan (1983:286) : Saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan bagi pasar tertentu.

Dari definisi-definisi tersebut diatas dapat diketahui adanya beberapa unsur penting, yaitu:

- a. Saluran distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk mereka melalui suatu lembaga yang mereka pilih.
- b. Saluran mengalihkan kepemilikan produk baik secara langsung maupun tidak langsung dan produsen kepada konsumen.
- c. Saluran distribusi bertujuan untuk mencapai pasar tertentu. Jadi pasar merupakan tujuan akhir dari kegiatan saluran.
- d. Saluran distribusi merupakan suatu kesatuan dan melaksanakan sistem kegiatan (fungsi) yang lengkap dalam menyalurkan produk.

2. Fungsi - Fungsi Utama Saluran Distribusi

Sebuah saluran pemasaran melakukan tugas memindahkan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Ia mengatasi sepanjang waktu, tempat dan kepemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari calon pemakainya

(Kotler, 1999) . Anggota saluran pemasaran melaksanakan sejumlah fungsi utama sebagai berikut:

- a. Informasi; Pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran
- b. mengenai pelanggan, pesaing dan pelaku lain,serta kekuatan dalam lingkungan pemasaran yang potensial pada saat ini.
- c. Promosi; Pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif mengenai penawaran yang dirancang untuk menarik pelanggan.
- d. Negosiasi; usaha untuk meneapai persetujuan akhir mengenai harga, dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.
- e. Pemesanan; Komunikasi terbaik dari anggota saluran pemasaran dengan produsen mengenai minat untuk membeli.
- f. Pembiayaan; perolehan dan alokasi dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada tingkat saluran pemasaran yang berbeda.
- g. Pengambilan resiko; asumsi resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran tersebut.
- h. Pemilikan fisik; kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir.
- i. Pembayaran; pembeli membayar tagihannya kepada penjual lewat bank dan institusi keuangan lainnya.

- j. Hak milik; transfer kepemilikan sebenarnya dari satu organisasi atau orang ke organisasi atau orang yang lain.

3. Transportasi Dan Pergudangan

Transportasi dan pergudangan secara historis tercakup dalam logistik atau distribusi fisik. Biasanya kegiatan pengangkutan dan pergudangan dipandang sebagai kegiatan terpisah. Istilah pengangkutan dan penyimpanan dapat didefinisikan sebagai berikut (Keegan, 2003) :

- a. Pengangkutan adalah: Pemindahan barang melalui suatu jalur yang mengambil tempat diantara lembaga-lembaga saluran atau antara lembaga saluran dengan konsumen.
- b. Penyimpanan atau pergudangan adalah : Pengamanan barang-barang selama dibutuhkan.

4. Memilih Jenis Alat Angkutan Umum

Pemilihan jenis alat angkutan umum yang akan digunakan oleh perusahaan dapat dilakukan dengan mendasarkan kepada berbagai faktor yaitu (Nitsemito, 2002) :

- a. Karakteristik Operasinya

Keputusan manajemen untuk menggunakan. Alat angkutan umum dapat didasarkan kepada penilaian karakteristik operasinya, yaitu: kecepatan dalam pengiriman, kapasitas, fleksibilitas operasinya, dan ketergantungan dari jasa tersebut. Untuk memilih jenis alat angkutan

umum yang digunakan, dapat dibuat urutan-urutan penilaian dengan mendasarkan pada karakteristik operasinya.

b. Pendekatan Biaya Total

Adanya manajemen logistik yang baik akan memudahkan bagi manajer dalam mengadakan pengawasan serta menguragi biaya operasinya. Pengangkutan dengan kereta api memang lebih menghemat biaya dibandingkan dengan pesawat udara, tapi pengangkutan dengan kereta api yang lebih lambat tersebut dapat memperpanjang jangka waktu pembayaran dari langganan, bahkan pelanggan dapat beralih kepada pesaing yang menawarkan pengiriman yang lebih cepat.

c. Pendekatan Biaya Transport

Sebelum menyesuaikan biaya distribusinya, sering perusahaan sudah mendirikan pabrik dan gudangnya. Akibatnya perusahaan harus menyusun kembali fasilitas logistik yang dipakai. Dalam hal ini perusahaan mempunyai beberapa alternatif pilihan untuk menggunakan alat angkut dipabrik dan gudang yang sudah berdiri yaitu:

- a. Alat angkut yang diperlukan harus dibeli
- b. Alat angkut yang diperlukan harus disewa dari perusahaan menggunakannya dengan bebas.
- c. Menggunakan alat angkut umum

- d. Menggunakan kombinasi dari ketiganya

5. Penentuan Lokasi Gudang

Dalam penentuan lokasi gudang, keputusan manajemen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (Keegan, 2003) :

- a. Jenis barang
- b. Biaya transport Pasar
- c. Sewa
- d. Penyediaan tenaga kerja
- e. Pajak
- f. Kondisi Geografis
- g. Persaingan

Penting tidaknya faktor tersebut tergantung pada keadaan pabrik atau perantara dalam saluran. Disini lebih ditekankan pada penggunaan fasilitas milik sendiri walaupun pemilihan untuk menggunakan gudang umum juga didasarkan pada faktor yang sama.

Untuk beberapa jenis barang tertentu seperti hasil tambang, dan hasil pertanian sering memerlukan tempat penyimpanan yang dekat dengan tempat sumbernya. Selain ongkos transportnya rendah, pengangkutannya juga lebih mudah. Penentuan gudang yang didekatkan dengan sumber bahan bakunya disebut product oriented location. Sedangkan market oriented location merupakan penentuan letak gudang yang dekat dengan langganan atau pasarnya. Gudang yang letaknya dekat dengan pasar ini

diperuntukkan bagi barang yang mudah rusak, seperti: roti basah, buah-buahan, dan sebagainya. Jenis fasilitas gudang yang digunakan dapat dibedakan menjadi dua macam, apakah untuk keperluan dalam ruangan dengan satu lantai atau lebih. Untuk keperluan dalam ruangan yang memiliki dua lantai atau lebih memerlukan adanya alat angkut yang bisa dinaik turunkan, sedang untuk ruangan yang satu lantai cukup menggunakan Alat-alat yang dapat bergerak secara vertikal. Persediaan dan peralatan, penempatannya perlu dikombinasikan sedemikian rupa untuk mencapai suatu tingkat yang efisien. Peralatan yang dipakai, seperti forklif, truck, conveyer, dan sebagainya harus disesuaikan dengan produk yang disimpan. Barang-barang yang mudah rusak sebelum dipindahkan harus dibuatkan tempat atau pembungkus sebagai pelindung. Ini dimaksudkan agar supaya tidak mengalami kerusakan dalam pengangkutannya.

6. Faktor - Faktor Distribusi Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran

Produsen harus mempertimbangkan berbagai macam faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusinya. Pemilihan saluran distribusi yang efektif akan mampu mendorong peningkatan penjualan yang diharapkan, sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat terjamin (Kotler, 1988). Faktor-faktor tersebut antara lain menyangkut :

a. Pertimbangan Pasar (Market Consideration)

Saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, oleh karena itu keadaan pasar merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran tersebut. Beberapa faktor pasar yang harus diperhatikan adalah:

1) Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

2) Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relatif kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

3) Konsentrasi pasar secara geografis

Secara geografis, pasar dapat dibagi kedalam beberapa konsentrasi seperti: industri tekstil, industri kertas, dan sebagainya. Untuk daerah konsentrasi yang mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

4) Jumlah pesanan

Volume penjualan dari sebuah perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap saluran yang dipakainya. Jika volume yang dibeli oleh pemakai industri tidak begitu besar, atau

relatif kecil, maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

b. Pertimbangan Barang

Beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dari segi barang ini antara lain:

1) Nilai unit

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

2) Besar dan berat barang

Manajemen harus mempertimbangkan ongkos angkut dalam hubungannya dengan nilai barang secara keseluruhan, dimana besar dan berat barang sangat menentukan. Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya, sehingga terdapat beban yang berta bagi perusahaan, maka sebahagian beban tersebut dapat dialihkan kepada perantara. Jadi, perantara dapat menanggung sebagian dari ongkos angkut.

3) Mudah rusaknya barang

Jika barang yang yang dijual mudah rusak, maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara. Jika ingin menggunakan maka

harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan yang cukup baik.

4) Sifat teknis

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

5) Barang standar dan pesanan

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

6) Luasnya product line

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

c. Pertimbangan Perusahaan

Dari segi perusahaan beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

1) Sumber pembelanjaan

Penggunaan saluran distribusi langsung atau yang pendek biasanya memerlukan jumlah dana yang lebih besar. Oleh karena itu saluran distribusi pendek ini kebanyakan hanya dilakukan oleh perusahaan yang kuat dibidang keuangannya. Perusahaan yang tidak kuat kondisi keuangannya akan cenderung menggunakan saluran distribusi yang lebih panjang.

2) Pengalaman dan kemampuan manajemen

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

3) Pengawasan saluran

Faktor pengawasan saluran kadang-kadang menjadi pusat perhatian produsen dalam kebijaksanaan saluran distribusinya. Pengawasan akan lebih mudah dilakukan jika saluran distribusinya pendek. Jadi yang ingin mengawasi penyaluran barangnya cenderung memilih saluran yang pendek walaupun ongkosnya tinggi.

4) Pelayanan yang diberikan oleh penjual

Jika produsen ingin memberikan pelayanan yang lebih baik, seperti membangun ruang peragaan, mencarikan pembeli untuk perantara, maka akan banyak perantara yang bersedia menjadi penyalurnya.

5) Pertimbangan Perantara

Dari segi perantara beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah:

1) Pelayanan yang diberikan oleh perantara

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

2) Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan sebagai penyalur, apabila ia dapat membawa barang produsen dalam persaingan, dan selalu mempunyai inisiatif untuk memberikan usul tentang barang baru.

3) Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen

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

4) Volume penjual

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

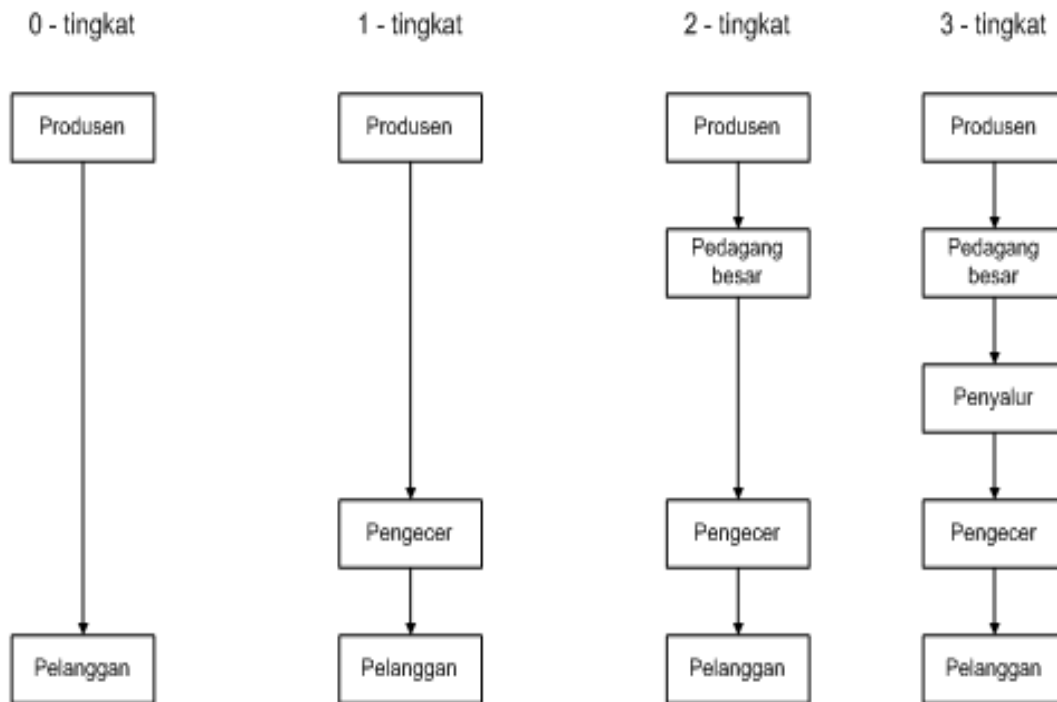
5) Ongkos

Jika ongkos dalam penyaluran barang dapat lebih ringan dengan digunakannya perantara, maka hal ini dapat dilaksanakan terus.

7. Jenis-Jenis Saluran Distribusi

a. Saluran Distribusi Barang Konsumen

Menurut Keegan (2003), produsen dan pelanggan akhir tersebut adalah bagian dari setiap saluran. Perusahaan akan menggunakan jumlah tingkat perantara untuk menentukan panjangnya suatu saluran. Ada beberapa pilihan tingkat saluran distribusi yang bisa digunakan perusahaan dalam menjalankan distribusinya, dan tingkat saluran ini juga dibedakan menurut barang yang diproduksi. Berikut adalah tingkat saluran distribusi barang konsumen dalam bentuk gambar :



Gambar 1: Saluran Distribusi Barang Konsumen

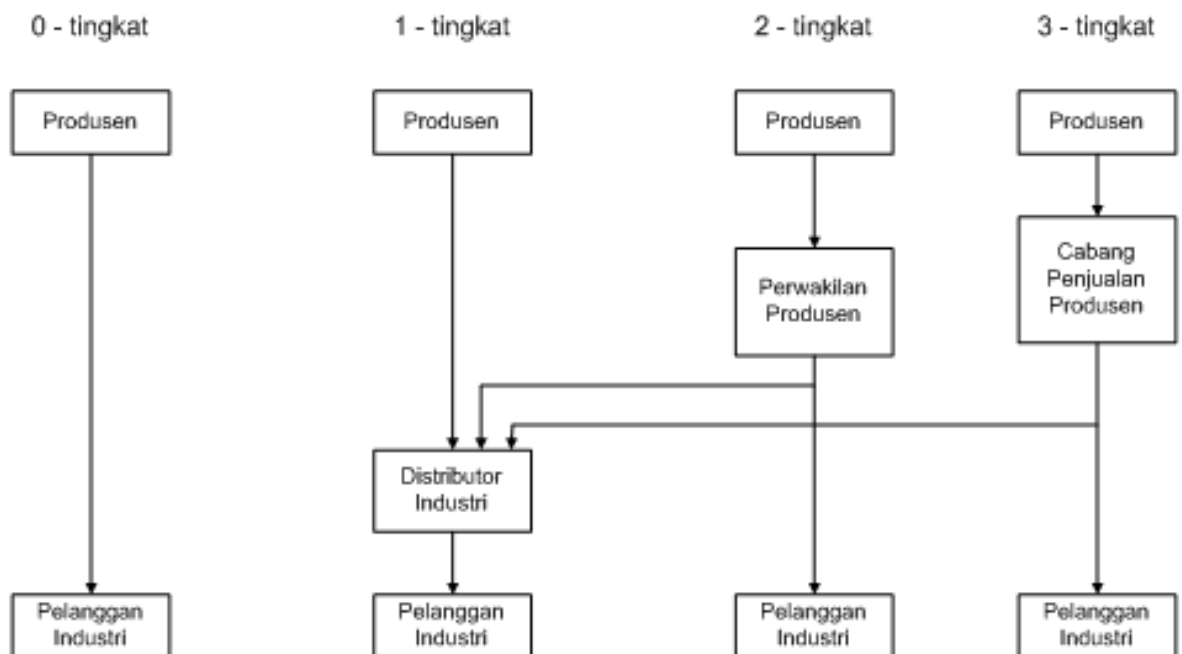
(Kotler 2007)

Saluran distribusi barang konsumen :

- a. Saluran nol-tingkat juga disebut saluran pemasaran langsung (*direct marketing channel*) terdiri atas produsen yang langsung menjual ke pelanggan akhir.
- b. Saluran satu-tingkat berisi satu perantara penjualan, seperti pengecer.
- c. Saluran dua-tingkat berisi dua perantara. Dalam pasar konsumen, saluran ini biasanya adalah pedagang besar dan pengecer.
- d. Saluran tiga-tingkat berisi tiga perantara.

b. Saluran Distribusi Industri

Dari karakteristik yang ada pada barang industri berbeda dengan barang konsumsi, maka saluran distribusi yang dipakainya juga agak berbeda. Saluran distribusi barang industri juga mempunyai kemungkinan/kesempatan yang sama bagi setiap produsen untuk menggunakan kantor/cabang penjualan. Kantor atau cabang ini digunakan untuk mencapai lembaga distribusi berikutnya. Ada empat macam saluran yang dapat digunakan untuk mencapai pemakai industri. Keempat saluran distribusi itu adalah:



Gambar 2: Saluran Distribusi Industri

(Kotler, 2007)

Saluran distribusi barang industri :

1) Produsen-Pelanggan industri (tingkat-0)

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek dan disebut sebagai saluran distribusi langsung.

2) Produsen-Distribusi industri-Pelanggan industri (level-1)

Produsen yang menggunakan distributor industri sebagai penyalurnya antara lain: Produsen bahan bangunan, produsen untuk alat-alat untuk bangunan, produsen untuk alat elektronik dan sebagainya.

3) Produsen –Perwakilan perusahaan industri-Distributor industri-Pelanggan industri (tingkat 2)

Produsen menggunakan satu atau dua penyalur, yaitu dengan melalui distributor industri saja atau melalui perwakilan perusahaan manufaktur dan distributor industri sebagai penyalur. Saluran ini digunakan dengan pertimbangan karena unit produk yang terlalu kecil dijual langsung

4) Produsen-Cabang Penjualan perusahaan-Distributor industri-Pelanggan industri (tingkat 3)

Produsen menggunakan satu atau dua penyalur, diantaranya hanya menggunakan cabang penjualan industri saja atau dengan melalui cabang penjualan industri dan distributor industri.

B. Produk Kerajinan Tangan

Produk Kerajinan Tangan merupakan produk bisnis yang mempunyai prospek yang cukup menjajikan, baik untuk pasar lokal maupun untuk pasar ekspor. Prospeknya bisnis ini terutama pada keunikan produknya yang dibuat secara manual atau *handmade* alias buatan tangan dan bukan hasil pabrikasi bahkan berlimpah. Sehingga tidak akan menghambat kapasitas produksi yang akan di hasilkan.

Dari sisi ketenagakerjaan, usaha atau indutri kerajinan tangan banyak menyerap tenaga kerja. Manfaat dari segi sosial ini cukup penting karena dapat mendukung tumbuhnya sumber-sumber ekonomi produktif bagi masyarakat tidak sedikit industri kerajinan tangan berskala rumahan atau *home indistry* yang justru mampu menyediakan lapangan kerja yang cukup besarbagi para tetangga dan saudara dari pemilik usaha.

Indonesia termasuk salah satu negara yang dikenal sebagai produsen kerajinan tangan yang cukup besar di dunia. Beberapa negara lain yang juga cukup tinggi produksi kerajinan tangannya adalah China dan India. Pasar dan buyer luar negeri kerap berburu tiga negara itu untuk mendapatkan berbagai produk kerajinan tangan. Apalagi produk yang dihasilkan ketiga negara ini memiliki keunggulan masing-masing, sehingga tetap memberikan peluang

yang sama besarnya untuk menjangkau pasar ekspor. Selama ini, produk kerajinan dari Indonesia telah mendapatkan tempat yang sangat positif di sejumlah negara sasaran ekspor, seperti Amerika Serikat, Eropa, Asia dan negara lainnya. Tidak sedikit produsen kerajinan di tanah air yang telah membukukan penjualan dengan nilai yang cukup besar dan berlangsung secara kontinyu.

Yogyakarta adalah salah satu tempat kerajinan yang di kenal dengan penghasil kerajinan tangan yang mempunyai produk yang menarik bahkan kualitas yang dapat bersaing. Selain mempunyai produk khas yang unik, Jogja juga dinobatkan sebagai penghasil kerajinan tangan terbaik Indonesia. Beberapa jenis produk kerajinan tangan dari Indonesia yang cukup populer di pasar ekspor meliputi kerajinan yang berbahan dasar serat, anyaman, kayu, bambu, modifikasi batik, keramik dan batu alam. Sedangkan bentuk produk yang banyak diminati pasar ekspor meliputi berbagai jenis asesoris, cindramata, maupun produk interior. Beberapa diantaranya meliputi tas, sandal, taplak dan penghias meja, hiasan dinding dan berbagai jenis produk lainnya.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara yang bekerja untuk memenuhi objek yang menjadi sasaran ilmu yang bersangkutan. Peran metode sangat penting dalam sebuah penelitian, sebab baik buruknya suatu penelitian tergantung bagaimana diterapkannya metode yang akan dipakai.

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang memecahkan masalahnya dengan berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka. Pendekatan kualitatif diperoleh antara lain informasi-informasi mengenai APIKRI Yogyakarta, berupa gambaran APIKRI Yogyakarta meliputi sejarah berdirinya APIKRI Yogyakarta, struktur organisasi dan data mengenai pelayanan pada APIKRI Yogyakarta.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 15-22 Mei 2015.

2. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian yang dilakukan yaitu pada APIKRI Yogyakarta yang terletak di Jln. Imogiri Barat Km 4,5 No. 163A Yogyakarta 55187, Indonesia.

3. Subjek dalam penelitian ini adalah karyawan staf pemasaran dan *Marketing Sales* APIKRI Yogyakarta Yogyakarta.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu:

1. Observasi (pengamatan)

Cara pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis sehingga sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan untuk mendapatkan data tentang saluran distribusi produk kerajinan tangan pada APIKRI Yogyakarta.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan melihat sumber-sumber tertulis yang terdapat di dalam perusahaan. Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data mengenai sejarah perkembangan perusahaan, serta data lain yang berkaitan dengan distribusi yang disalurkan APIKRI.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dan informasi dengan mengadakan tanya jawab langsung. Wawancara ini dilakukan dengan pimpinan perusahaan atau karyawan yang diberi wewenang untuk

menjawabnya. Wawancara ini diajukan untuk mendapatkan data tentang saluran distribusi produk kerajinan tangan pada APIKRI Yogyakarta.

D. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan kondisi yang terjadi sebenarnya dan nyata serta mengklasifikasikan data dari hasil penelitian. Data yang telah diperoleh dalam penelitian dianalisis dengan analisis deskriptif, yang dilakukan dengan cara meminta dan mengumpulkan data secara jelas, yang bersifat asli dan bertanya secara langsung pada kepala bagian pemasaran atau wakilnya yang berada di APIKRI Yogyakarta, yang berhubungan dengan saluran distribusi yang diterapkan oleh perusahaan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Sejarah Berdirinya Perusahaan

1. APIKRI (Yayasan Produk Kerajinan Republik Indonesia)

APIKRI merupakan salah satu lembaga swadya masyarakat atau *Non Government Organization (NGO)* yang memelopori gerakan *fair trade* melalui penguatan Perajin Mikro Keci di Daerah Istimewa Yogyakarta. Tahun 198 APIKRI didirikan oleh 25 orang perajin kecil dan para aktivis NGO sebagai pendampingnya. Awalnya APIKRI merupakan singkatan Asosiasi Pemasaran Industri Kerajinan Rakyat Indonesia. Tahun 1989 nama APIKRI berubah menjadi Asosiasi Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia. Perubahan nama ini di sebabkan karena problem usaha mikro kecil tidak hanya pemasaran, tetapi juga problem lain semisal produ, mental kewirausahaan, permodalan dan lain-lain.

Tahun 1990 APIKRI berubah lagi menjadi Yayasan Pengembangan Industri Kerajinan Rakyat Indonesia, yang kemudian dikenal dengan “Yayasan APIKRI”. Kegiatan fasilitasi *marketing* untuk Usaha Mikro Kecil dilakukan oleh APIKRI *Inc Showroom* yang diberi nama YPB APIKRI (Tempat Pemasaran Bersama). Perubahan nama ini menunjukkan peningkatan dan kemajuan APIKRI yang signifikan. Tahun 2002, Yayasan APIKRI memfasilitasi berdirinya KSU APIKRI sebagai pengganti sari nama APIKRI *Inc*, yang memiliki fungsi yang sama dan sudah didaftarkan ke Kementrian

Koperasi dan UKM dengan nomor registrasi: 247/BH/MENEG.I/XI/202. Tahun 2008, Yayasan APIKRI menetapkan KSU APIKRI melalui Rapat Pembina Luar Biasa dan Rapat Pembina Khusus tanggal 30 Agustus 2008.

2. Lokasi Perusahaan

Salah satu faktor penting yang ikut menentukan keberhasilan operasi perusahaan adalah memilih lokasi perusahaan, kalau dalam mendirikan suatu perusahaan terjadi kesalahan pada pemilihan lokasi, maka akan mengakibatkan terjadinya kendala-kendala misalnya kendala terhadap proses produksi, keterlambatan dalam pengadaan bahan baku atau pemasaran hasil produksi.

Apikri memilih lokasi perusahaan yang terletak di Jl. Imogiri Barat Km 4,5 No. 163A Yogyakarta 55187, Indonesia. Pemilihan lokasi perusahaan didasarkan atas pertimbangan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan. Faktor-faktor tersebut adalah:

a. Dari Segi Pemasaran

Lokasi perusahaan mudah dijangkau oleh konsumen.

b. Dari Segi Transportasi

Lokasi tersebut berada di pinggir jalan besar, sehingga memudahkan transportasi bahan baku dan hasil produksi.

c. Dari Segi Tenaga Kerja

Tersedianya tenaga kerja yang berasal dari masyarakat di sekitar lokasi perusahaan sehingga perusahaan dapat memperoleh tenaga kerja dengan mudah.

2. Visi dan Misi

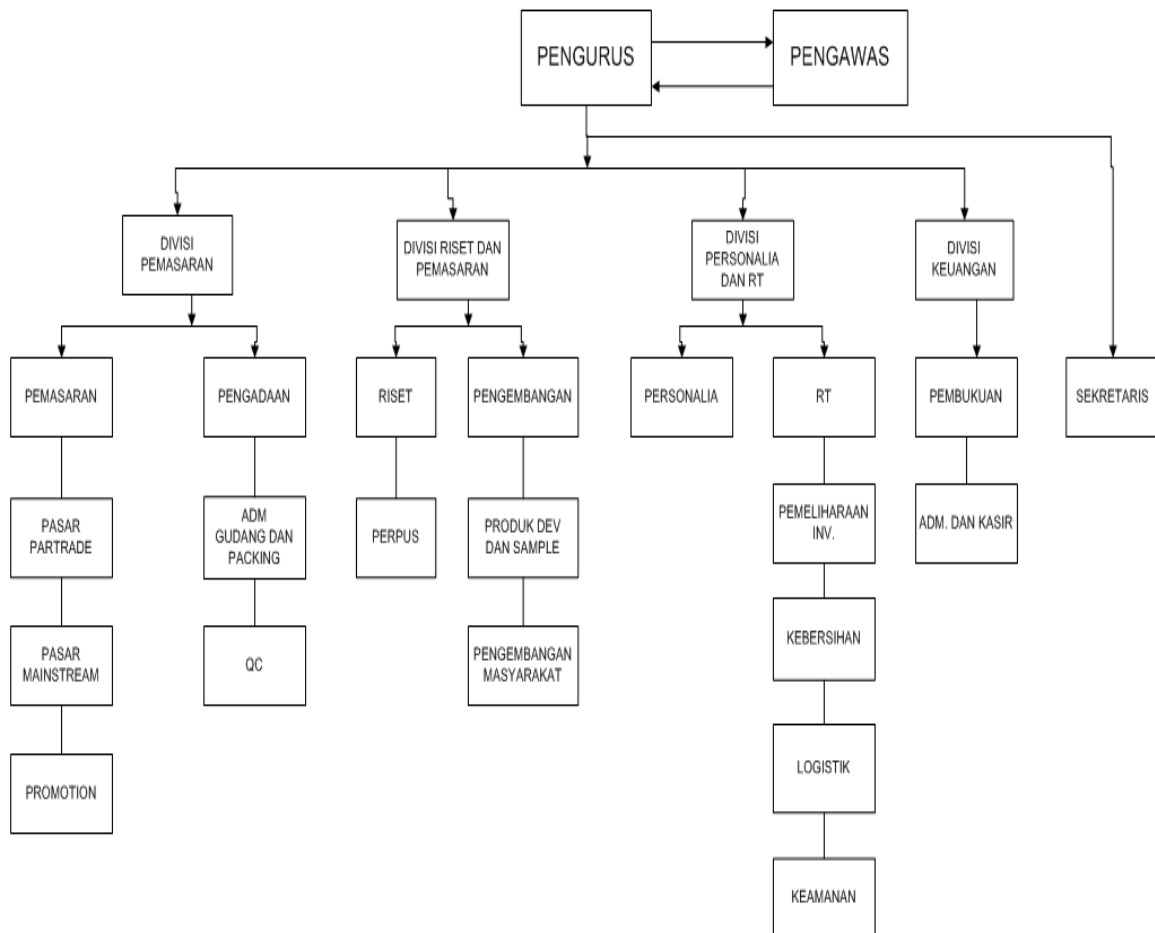
Visi dari perusahaan APIKRI Yogyakarta adalah Menjadi lembaga yang menyuarkan gerakan *fair trade* untuk penguatan masyarakat perajin mikro kecil di Indonesia.

Misi dari APIKRI Yogyakarta adalah:

- a. Meningkatkan kemampuan bisnis bagi para perajin mikro kecil
- b. Memfasilitasi akses pemasaran bagi para perajin mikro kecil.
- c. Memperkuat bagi para perajin mikro kecil sebagai pelaku usaha dalam dinamika nasional.
- d. Mendorong terwujudnya perdagangan yang adil sebagai instrumen untuk mencapai demokrasi dalam kehidupan ekonomi.

3. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi APIKRI seperti pada gambar di bawah ini :



Gambar 3: Struktur Organisasi APIKRI

4. Personalia

Manajemen personalia merupakan bagian dari manajemen perusahaan yang mengatur masalah pengguna sumber daya manusia secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia merupakan faktor penting dalam kelangsungan proses produksi suatu perusahaan.

a. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor yang tidak dapat ditinggalkan atau diabaikan, karena peranannya sangat penting dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

Jumlah karyawan APIKRI adalah 33 orang :

- 1) Pengawas : 3 orang
- 2) Pengurus : 3 orang
- 3) *Packing* : 6 orang
- 4) Karyawan tetap : 21 orang

b. Hari Kerja dan Jam kerja

APIKRI mempunyai jam kerja antara pukul 07:30 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB. APIKRI mempunyai hari kerja dari hari Senin sampai dengan Jum'at. APIKRI memiliki beberapa kebijakan SDM antara lain:

- 1) Tunjangan suami/istri
- 2) Tunjangan transportasi
- 3) Tunjangan asuransi kesehatan
- 4) Tunjangan hari tua
- 5) Bonus 1 tahun 1 kali apabila perusahaan bisa mencapai target (target perusahaan 4 milyar rupiah per tahun). Sampai saat ini APIKRI telah mempunyai 61 anggota tetap berada di kawasan Yogyakarta dan Jawa Tengah.

c. Jaringan Kerjasama APIKRI

Mitra kerja merupakan faktor penting dalam dunia usaha, perusahaan pasti memerlukan pihak guna membantu kelancaran manajerial perusahaan. Dalam

hal inipun APIKRI menyadari arti penting dari kerjasama, maka jalinlah sebuah kerjasama dengan beberapa pihak diantaranya adalah:

- 1) Instansi Pemerintah : Disperindagkop dan UKM DIY, Depkop, PT. Pos Indonesia, Kadin, Kadinda, UGM, BNI 46, Dekranas dan lain-lain
- 2) *Alternative Trading Organizations (ATOs)* : Oxfam GB, Oxfam USA, *Ten Thousand Villages* Kanada, SERRV USA, *Alternative Haandle* Swedia, SHARES EARTH USA, GEPA Germany, CTM Italia, Zenobia Jepang, Intermoon, Spanyol, FTO Netherland, CCA Australia, AWEP Jepang, SOLIDAR MONDE Prancis, *Comero Alternative* Italia, SISAM Jepang, *Cooperazione Terzo Monde* Italia dan Pekerti Misi Tama Jakarta.
- 3) *Commercial Trading* : Jamtown USA, Jamtown Jepang, Sarinah Plaza Jakarta dan lain-lain
- 4) *Funding Agency* : Oxfam GB, USAID, USCCI
- 5) Mitra pembinaan Partisipasi : Koperasi Hasta Kirti
- 6) Organisasi Non Pemerintah: From ORNOP DIY, PKPEK, Idea, *Swiss Contact*, Pupuk Bandung, LSPPA, CD Bethesda, YAKKUM, Deknas, *Asia Foundation*, dan lain-lain.

d. Jenis Barang yang Diproduksi

Berikut produk yang diperjualbelikan pada APIKRI dari perajin partisipan adalah produk-produk kerajinan. Produk tersebut dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan jenis bahan bakunya, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut:

No	Jenis Bahan Baku	Macam kerajinan yang dihasilkan
1	Kayu	Topeng, wayang golek, wayang klitik, patung, aneka meja, aneka kursi, tempat perhiasan, tempat cermin, pigura, miniatur gitar, nampan, piring, tempat pena, talenan, puzzle, rak CD, miniatur selancar, aneka macam miniatur buahan-buahan, lemari kecil, congklak dan sebagainya
2	Batu	Relief, patung, dekorasi taman, tempat lilin, aneka mainan anak-anak dan sebagainya
3	Tanduk	Sisir, topeng, peralatan makan, pisau, burung. Pipa rokok, tongkat dan sebagainya.
4	Kulit	Hiasan dinding, tas,tempat korek api, wayang, kipas, tempat rokok, sabuk dan sebagainya
5	Serat-seratan	Anyaman pandan, tas, tikar, placemate, tasdari bahan tapas, sandal, keranjang eceng gondok dan sebagainya
6	Logam	Aneka bros, hiasan meja, tempat lilin, cincin, gelang, kalung, anting, berbagai jenis cepuk, miniatur andong, miniatur binatang, sendok, garpu, miniatur sepeda, tempat miniatur selancar, kerangka gitar dan sebagainya
7	Tempurung	Tempat tisu, piring, pigura photo, cangkir dan sebagainya
8	Rempah-rempah	Frame daun wadang, hiasan dinding, tempat tisu, pigura dan sebagainya
9	Kain	Serbet, taplak, pakaian, bad cover, sarung pantai, sajadah, sarung bantal, dasi batik, penutup galon minuman, selimut,

		selendang, dompet dan sebagainya
10	Tanah liat	Aneka gift, guci, patung, relief, tea set, vas bunga asbak dan sebagainya
11	Kertas	Kemasan, note book, pigura dan sebagainya
12	Lilin	Aneka lilin hias
13	Bambu	Rack koran, rack payung, vas bunga, aneka bambu hias, alat musik angklung, tempat laik pauk, keranjang buah dan sebagainya
14	Rotan	Rack CD, tempat payung, rack koran, tas, keranjang, tempat buah, tempat lilin, kursi, meja, kotak serba guna, tempat sampah, tongkat kombinasi tanduk dan sebagainya.

Sumber: Bag. *Showroom* APIKRI

Produk-produk tersebut diatas tidak semuanya berfungsi sebagai hiasan tetapi banyak juga produk yang bisa dimanfaatkan kegunaannya seperti meja dan kursi. Disamping itu ada juga produk yang khusus untuk mainan anak-anak, seperti *puzzle* dan congklak tetapi jumlahnya tidak lebih banyak dari produk lainnya, biasanya disesuaikan pesanan para konsumen.

B. Pembahasan Saluran Distribusi Produk Luar Negeri

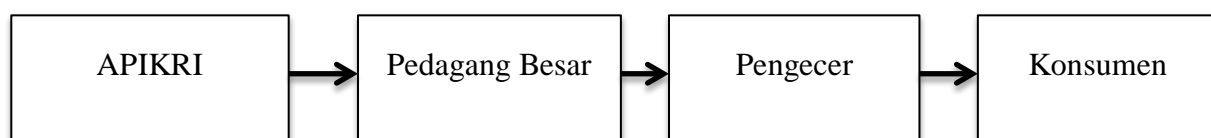
1. Saluran Distribusi Produk yang Digunakan Untuk ke Luar Negeri

APIKRI merupakan sebuah perusahaan *buyer agent* dikerajinan tangan (*handycraft*). Produk-produk kerajinan tangan yang diekspor oleh APIKRI diproduksi para mitra kerjanya yaitu para pengrajin kecil yang sampai saat ini berjumlah 300 pengrajin. Para mitra kerja inilah yang menjadi pemasok utama produk bagi APIKRI, sedangkan APIKRI sendiri berperan sebagai *buyer agent*

yang bertanggungjawab memasarkan dan memasok produk kepada para pembeli (pedagang besar) yang berada di luar negeri, termasuk tentang distribusi. Untuk menjalankan distribusi ini dengan baik dan efisien APIKRI memilih untuk menggunakan saluran distribusi tidak langsung.

Saluran distribusi tidak langsung ini berarti APIKRI menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui pedagang besar yang telah menjadi pelanggan dan mitra bisnis. Saluran tersebut dipilih karena pembeli atau konsumen produk kerajinan adalah pedagang besar, sehingga APIKRI tidak perlu mendirikan outlet atau toko sendiri untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir. Dalam menjalankan saluran distribusi APIKRI sangat menjaga kepuasan konsumen. Semua itu terlihat dari pengiriman sampel kepada pelanggan dalam proses pemesanan produk agar produk yang diinginkan benar-benar sesuai dengan harapan pelanggan, evaluasi produk yang dilakukan APIKRI sebelum melakukan pengiriman dan gudang sebagai tempat penyimpanan produk-produk yang akan dikirim agar kualitas barang tetap terjaga dari hal-hal yang dapat merusak produk seperti hujan, terik matahari dan pencurian.

Berikut adalah saluran distribusi yang digunakan oleh APIKRI dalam bentuk gambar:



Gambar 4: Saluran Distribusi APIKRI

2. Transportasi Pengiriman Barang

APIKRI bekerjasama dengan salah satu agent pengiriman barang yang berada di Yogyakarta untuk mengirim barang-barang dari APIKRI sampai ke bandara. Untuk buyer dari luar negeri, pengiriman barang lewat jalur udara dan laut. Dalam proses pengiriman, ada dua sistem yang digunakan. Pertama adalah *Free On Board (FOB)*, yaitu APIKRI berkewajiban mengantar barang tersebut sampai di bandara sampai ke negara tujuan bukan merupakan tanggung jawab APIKRI lagi. Sistem kedua adalah pengiriman barang yang dipesan semuanya dilakukan dan dipertanggung jawabkan oleh APIKRI. Untuk sistem yang kedua ini, APIKRI bisa melakukan pengiriman sendiri atau melakukan dengan salah satu agent pengiriman yang berskala internasional untuk mengirim barang-barang tersebut sampai ke negara tujuan.

Dalam memilih agent pengiriman, hal yang dipertimbangkan APIKRI adalah *good service and good price*, yang artinya tidak hanya mempertimbangkan masalah harga tetapi juga mempertimbangkan pelayanannya. Semua itu dilakukan oleh perusahaan, karena jika terjadi ketidakpuasan dari pihak konsumen akan tetap menjadi tanggung jawab APIKRI.

3. Metode Pembayaran

Metode pembayaran yang digunakan APIKRI adalah sistem pembayaran *payment in advance* yang artinya para pelanggan harus melakukan pembayaran dimuka sebesar kesepakatan yang dicapai. Metode ini bisa mengurangi resiko dan menerima pembayaran lebih cepat, sehingga eksportir bisa langsung memanfaatkan dana tersebut jika saldo modal kerja perusahaan tidak banyak. Metode ini dimulai dengan pelanggan melakukan pemesanan yang diteruskan

dengan pengiriman sampel oleh APIKRI. Setelah terjadi kesepakatan harga dan produk yang akan dibeli, maka pelanggan akan melakukan pembayaran dimuka melalui *wire transfer* (transfer kabel). APIKRI membuka rekening di Bank Negara Indonesia (BNI'46) dengan No. Rekening 004.005023184.001 dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan No. Rekening 31-46-3378-7 yang bisa digunakan oleh *buyer* untuk melakukan pembayaran.

Besarnya pembayaran dimuka yang dibayar sesuai dengan kesepakatan antara pihak APIKRI dan pihak pelanggan, yang sejauh ini terjadi kesepakatan sebesar 50% dari harga keseluruhan. Setelah pelanggan melakukan pembayaran dimuka, maka APIKRI memulai produksi pesanan produk yang diserahkan kepada para mitra produksi. Selanjutnya jika produk telah selesai diproduksi, maka. Setelah produk dipesan sampai kepada para pelanggan dan selesai melakukan evaluasi produk, maka pelanggan akan melakukan pelunasan ke APIKRI.

4. Pelanggan Tetap dari Luar Negeri

Berikut ini beberapa pelanggan tetap yang berasal dari luar negeri yaitu *Ten Thousand Villages USA*, *Ten Thousand Villages Canada*, *Fair Trade Organization* Belanda, *Solidare Monde* Prancis, *SERRV USA*, *Cooperazione Terzo Monde* Italia, *SISAM* Jepang, *AWEP* Jepang, *Jamtown USA*, *CAA* Australia, *Comercia Alertivo* Italia, *OXFAM USA*, *Self Handle USA*, *Shared Earth* UK, *Dimension and Design USA*, *Alternative Handle* Swedia, *Global Village Store* Canada, *Intermon* Spanyol, *MCC USA*, *MCC Canada*, *Yhung* CEE Enterprise Singapura, *Kazuni Moriki* Jepang, *Bridge Head* Canada, *Drutte Welt* Jerman, *Global Village* Nanaimo Canada, Mrs. Cataline, Mrs. Lorein, Eza Australia, GEPA Jerman dan lain-lain.

C. Pembahasan Saluran Distribusi Produk Dalam Negeri

1. Saluran Distribusi Produk yang Digunakan Untuk ke Dalam Negeri

APIKRI merupakan sebuah perusahaan dibidang kerajinan tangan (handycraft). Produk-produk kerajinan tangan yang di ekspor APIKRI diproduksi para mitra kerjanya yaitu para pengrajin kecil yang sampai saat ini berjumlah 300 pengrajin. Para mitra kerja inilah yang menjadi pemasok utama produk bagi APIKRI, sedangkan APIKRI sendiri berperan sebagai bertanggungjawab memasarkan dan memasok produk kepada para pembeli (pedagang besar) yang berada di dalam negeri, termasuk tentang distribusi. Untuk menjalankan distribusi ini dengan baik dan efisien APIKRI memilih dua metode untuk menggunakan saluran distribusi yaitu tidak langsung dan langsung.

Saluran distribusi tidak langsung ini berarti APIKRI menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui pedagang besar yang telah menjadi pelanggan dan mitra bisnis. Saluran tersebut dipilih karena pembeli atau konsumen produk kerajinan adalah pedagang besar, sehingga APIKRI tidak perlu mendirikan outlet atau toko sendiri untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir. Dalam menjalankan saluran distribusi APIKRI sangat menjaga kepuasan konsumen. Semua itu terlihat dari pengiriman sampel kepada pelanggan dalam proses pemesanan produk agar produk yang diinginkan benar-benar sesuai dengan harapan pelanggan, evaluasi produk yang dilakukan APIKRI sebelum melakukan pengiriman dan gudang sebagai tempat penyimpanan produk-

produk yang akan dikirim agar kualitas barang tetap terjaga dari hal-hal yang dapat merusak produk seperti hujan, terik matahari dan pencurian.

Saluran distribusi langsung ini berarti APIKRI tanpa menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui media brosur dan katalog yang mempermudah konsumen mengetahui, mencari dan memesan produk itu sendiri. Saluran tersebut dipilih agar perusahaan tidak perlu lagi untuk memasarkan produknya melalui pedagang besar, sehingga APIKRI hanya perlu menyebarkan brosur dan katalog itu langsung kepada konsumen. Dalam menjalankan saluran distribusi APIKRI sangat menjaga kepuasan konsumen. Semua itu terlihat dari pengiriman sampel kepada pelanggan dalam proses pemesanan produk agar produk yang diinginkan benar-benar sesuai dengan harapan pelanggan, evaluasi produk yang dilakukan APIKRI sebelum melakukan pengiriman dan gudang sebagai tempat penyimpanan produk-produk yang akan dikirim agar kualitas barang tetap terjaga dari hal-hal yang dapat merusak produk seperti hujan, terik matahari dan pencurian.

2. Transportasi Pengiriman barang ke Dalam Negeri

Transportasi yang digunakan untuk pengiriman barang ke Dalam negeri adalah transportasi melalui udara, darat dan laut. Karena APIKRI juga bekerjasama dengan salah satu Instansi Pemerintah yaitu PT Pos Indonesia yang berada di Yogyakarta.

3. Metode Pembayaran Barang ke Dalam Negeri

Metode pembayaran yang digunakan APIKRI adalah sistem pembayaran *payment in advance* yang artinya para pelanggan harus

melakukan pembayaran dimuka sebesar kesepakatan yang dicapai. Metode ini bisa mengurangi resiko dan menerima pembayaran lebih cepat, sehingga eksportir bisa langsung memanfaatkan dana tersebut jika saldo modal kerja perusahaan tidak banyak. Metode ini dimulai dengan pelanggan melakukan pemesanan yang diteruskan dengan pengiriman sampel oleh APIKRI. Setelah terjadi kesepakatan harga dan produk yang akan dibeli, maka pelanggan akan melakukan pembayaran dimuka melalui *wire transfer* (transfer kabel). APIKRI membuka rekening di Bank Negara Indonesia (BNI'46) dengan No. Rekening 004.005023184.001 dan Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan No. Rekening 31-46-3378-7 yang bisa digunakan oleh *buyer* untuk melakukan pembayaran.

Besarnya pembayaran dimuka yang dibayar sesuai dengan kesepakatan antara pihak APIKRI dan pihak pelanggan, yang sejauh ini terjadi kesepakatan sebesar 50% dari harga keseluruhan. Setelah pelanggan melakukan pembayaran dimuka, maka APIKRI memulai produksi pesanan produk yang diserahkan kepada para mitra produksi, yaitu Pendikar Studio. Selanjutnya jika produk telah selesai diproduksi, maka APIKRI melakukan evaluasi produk sebelum pengiriman ke para pelanggan. Setelah produk dipesan sampai kepada para pelanggan dan selesai melakukan evaluasi produk, maka pelanggan akan melakukan pelunasan ke APIKRI.

4. Pelanggan tetap dari Dalam Negeri

Sementara untuk pelanggan tetap APIKRI yang berasal dari dalam negeri antara lain adalah Pakeri Jakarta, *Unique Souvenir Bali*, Dela

Souvenir Bali, Ali Yusuf Jakarta, Mr. Paul Jakarta, PT. Keiki Yogyakarta, Sarinah Plaza Jakarta, Ineke Kulit Jakarta, Pransisca Lu Jakarta, Yuharianto Yogyakarta, Ati Yogyakarta, Kusumanto Yogyakarta, Rapi Furniture Yogyakarta, Anie Yogyakarta, Donna Bali, Bayu Yogyakarta, Agung Nugroho dari PT. Indo Plastikatama Sukses, Maman/Krisna, Andreas (Kadin), Katalin BoszormenyiNagy, PT. Jala Visiarta, Erna dan Rini Yogyakarta dan lain-lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Saluran Distribusi Produk Kerajinan Tangan pada APIKRI Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa saluran distribusi yang diterapkan oleh APIKRI di antaranya adalah :

1. Saluran distribusi luar negeri yang lebih sulit dibandingkan saluran distribusi dalam negeri karena proses tahapan penyalurannya lebih rumit ke luar negeri dibanding dalam negeri. Penyebab rumitnya saluran distribusi ke luar negeri itu susahnya proses untuk masuk ke pasar luar negeri dan memilih saluran pasar di luar negeri.
2. Saluran distribusi produk yang digunakan untuk ke Luar Negeri adalah Saluran distribusi tidak langsung berarti APIKRI menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya. Perusahaan menjual produknya melalui pedagang besar yang telah menjadi pelanggan dan mitra bisnis. Saluran tersebut dipilih karena pembeli atau konsumen produk kerajinan adalah pedagang besar, sehingga APIKRI tidak perlu mendirikan outlet atau toko sendiri untuk memasarkan produknya ke konsumen akhir.
3. Saluran distribusi produk yang digunakan untuk ke Dalam Negeri adalah saluran distribusi tidak langsung dan langsung. Saluran distribusi langsung tanpa menggunakan perantara dalam mendistribusikan produknya.

Perusahaan menjual produknya melalui media brosur dan katalog yang mempermudah konsumen mengetahui, mencari dan memesan produk itu sendiri. Saluran tersebut dipilih agar perusahaan tidak perlu lagi untuk memasarkan produknya melalui pedagang besar, sehingga APIKRI hanya perlu menyebarkan brosur dan katalog itu langsung kepada konsumen.

4. Pada saat perusahaan akan memproduksi barang yang telah dipesan konsumen sering terjadinya kerusakan pada barang itu secara tidak sengaja karena pada proses pembuatan barang itu sendiri sering terjadi kecelakaan kecil yang tidak terduga sehingga para pengrajin harus memproduksi lagi barang itu dari awal dan memakan waktu lebih lama sehingga dapat menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen karena tidak tepat waktu, maka perusahaan harus lebih memperhatikan dan mengawasi proses pembuatan barang agar tidak terjadi hal yang dapat merugikan perusahaan.
5. Ketika perusahaan memenuhi pesanan konsumen dan melakukan pengiriman barang sering terjadinya keterlambatan dan barangnya cepat rusak. Hal ini terjadi karena tergantung dari sifat barang itu sendiri. Banyaknya komplain dari pelanggan, membuat perusahaan harus lebih hati-hati saat pengiriman barang agar tidak terjadi kerusakan. Solusi keterlambatan pengiriman barang diatas adalah sering berkomunikasi dengan pihak pengiriman dan barang yang mudah rusak harus melakukan evaluasi dan pengemasan produk yang

benar melakukan sebelum pengiriman. Agar produk tidak terjadi kerusakan dalam pengiriman dan sampai ke para pelanggan dengan baik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan di atas, maka saran yang dapat di sampaikan kepada perusahaan APIKRI Yogyakarta adalah :

1. Perusahaan APIKRI Yogyakarta harus lebih mengetahui sistem kerja saluran distribusi yang digunakan oleh negara tujuan karena kalau perusahaan tidak paham dengan sistem kerja saluran distribusi negara itu akan menyebabkan kerugian yang sangat besar.
2. Perusahaan harus lebih teliti dalam memilih instansi pengiriman sebelum melakukan kerja sama pengiriman barang, karena kalau perusahaan tidak teliti dalam memilih instansi pengiriman yang tidak memiliki sertifikat dan asuransi akan sangat berpengaruh buruk dalam pengiriman barang.
3. Perusahaan harus lebih cermat dan bisa membuat kata-kata serta desain yang bagus. Dalam mempromosikan barang itu sendiri perusahaan juga membutuhkan media berupa brosur dan katalog. Agar konsumen yang membaca dan melihatnya menjadi tertarik dan penasaran terhadap barang itu sendiri brosur dan katalog harus di bikin menarik dan unik.

4. Perusahaan harus lebih selektif dalam memilih pengrajin yang memang benar-bener sudah pengalaman dan profesional mengerjakan barang itu. Agar proses pembuatan tidak terjadi kerusakan pada barang itu dsn dapat di kirim tepat waktu.
5. Perusahaan harus sering berkomunikasi dengan pihak pengiriman dan barang yang mudah rusak harus melakukan evaluasi dan pengemasan produk yang benar melakukan sebelum pengiriman. Agar produk tidak terjadi kerusakan dalam pengiriman dan sampai ke para pelanggan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, 2002, *Manajemen Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Alex S. Nitisemito, 2004, *Manajemen Personalia*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Keegan, J. Warren. 2003. *Manajemen Pemasaran Global*. Edisi Keenam. Gramedia. Jakarta.
- Keegan, J. Warren. 2005. <http://tugakirana.blogspot.com/2013/03/penentuan-lokasi-penyimpanan-barang.html>
- Kotler, Philip. 1997 *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementasion, and control, new jersey*: Prentice Hall.
- Kotler, Philip 1988, Hal 1.169. Diakses dari <http://tugasakhiramik.blogspot.com/2013/03/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-13.html?m=0>
- Kotler, Philip. 1999. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid dua. PT INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta.**
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid dua. PT INDEKS Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid satu, PT INDEKS. Jakarta.
- Kotler. Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Jilid satu, PT INDEKS. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1983:286. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Liberti. Yogyakarta
- Swastha, Basu dan Irawan. 2003. <http://tugasa.blogspot.com/2013/03/transportasi-dan-perdagangan-13.html>
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Liberti. Yogyakarta.

LAMPIRAN

Produk Kerajinan Tangan Pada APIKRI Yogyakarta









APIKRI

Fair Trade Organization



KOPERASI INDONESIA



Indonesian Co-op number : 247/BH/MENEG.I/XI/2002

WFIO's member : 07-115

Jl. Imogiri Barat Km. 4,5 No. 089 Yogyakarta 55187 Indonesia Telp./Fax.: +62-274-389990, 371932
E-mail : info@apikri-craft.org Website : http://www.apikri-craft.org

INVOICE

<p>Ecoffins Attn : William Walman Llon Farm Rawling Street, Milstead Sittingbourne, Kent ME9 0RT UK Tel : +44 (0) 1795 830688 Fax : +44 (0) 1795 830588</p>	<p>INVOICE : 007/AP-INV/II/15 Purchase Order Number : 008/14 Date of invoice : FEBRUARY 13, 2015</p>
<p>FOB TANJUNGMAS PORT SEMARANG - INDONESIA</p>	

NUM	CODE		DESCRIPTION	QTY		USD FOB PRICE	
	APIKRI	BUYER		PCS	SETS	UNIT	TOTAL
PO NO.08/14							
RATTAN AND NATURAL HANDICRAFT							
Mendong Round Ended Coffins							
1	1803.0033 XL	MAR 80"	Xtra Large covered in mendong & rattan	2		236.85	473.70
2	1803.0033 L	MAR 76"	Large covered in mendong & rattan	10		209.60	2,096.00
3	1803.0033 (L-M)	MAR 74"	Large-Medium covered in mendong & rattan	9		207.65	1,868.85
4	1803.0033 M	MAR 71"	Medium covered in mendong & rattan	10		179.20	1,792.00
5	1803.0033 S	MAR 67"	Small covered in mendong & rattan	18		158.10	3,003.90
6	1803.0033MW	MAR W 71"	Medium covered in mendong & rattan (SPECIAL SIZE)	1		209.60	209.60
Mendong Traditional Shaped Coffins							
7	1803.0038 M	MAT 71"	Medium covered in mendong & rattan	5		179.20	896.00
Banana Round							
8	1803.0008 XL	BR 80"	Xtra Large covered in banana & rattan	1		220.10	220.10
9	1803.0008 L	BR 76"	Large covered in banana & rattan	3		194.75	584.25
10	1803.0008 L-M	BR 74"	Large-Medium covered in banana & rattan	1		181.10	181.10
11	1803.0008 M	BR 71"	Medium covered in banana & rattan	4		166.50	666.00
12	1803.0008 S	BR 67"	Small covered in banana & rattan	4		146.90	587.60
Banana Traditional							
13	1803.0004 XL	BT 80"	Extra Large covered in banana & rattan	2		220.10	440.20
14	1803.0004 L	BT 76"	Large covered in banana & rattan	2		194.75	389.50
15	1803.0004 L-M	BT 74"	Large-Medium covered in banana & rattan	1		181.10	181.10
16	1803.0004 M	BT 71"	Medium covered in banana & rattan	3		166.50	499.50
17	1803.0004 S	BT 67"	Small covered in banana & rattan	3		146.90	440.70
Mendong Urns							
18	1803.0040	PTU	Rattan and mendong Gucl - Urn (A) Tulip	3		6.00	18.00
19	1803.0041	PIR	Rattan and mendong Square - Urn (B) Iris	3		6.20	18.60
20	1803.0042	PAL	Rattan and mendong Round - Urn (C) Allum	5		5.80	29.00
Banana Urns							
21	1803.0019	BRP	Rattan and Banana Round - Urn (A) Primrose	3		6.00	18.00
22	1803.0020	BRB	Rattan and Banana Square - Urn (B) Buttercup	3		6.20	18.60
23	1803.0018	BRS	Rattan and Banana Gucl - Urn (C) Sunflower	3		5.80	17.40
24							
25	2008.0021	Tressles 22"	Folding tressles bamboo 21.5 inches.		2	31.80	63.60
26	2008.0020	Tressles 30"	Folding tressles bamboo 30 inches		2	28.90	57.80



APIKRI

Fair Trade Organization



KOPERASI INDONESIA



Indonesian Co-op number : 247/BH/MENEG.I/XI/2002

WFTO's member : 07-115

Jl. Imogiri Barat Km. 4,5 No. 089 Yogyakarta 55187 Indonesia Telp./Fax.: +62-274-389990, 371932
E-mail : info@apikri-craft.org Website : http://www.apikri-craft.org

			TOTAL	100	4		14,791.10
--	--	--	--------------	------------	----------	--	------------------

Shipment date : March, 18, 2014
Shipment way : Ocean Freight FCL 20'
Term of payment : 50% advance 50% balance

Sincerely yours,

Amir Panzuri
Executive Director

YANTI SUKAMTA
HEAD OF MARKETING DIVISION