

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI KERUPUK UYEL DI PT. INDO PUTRA HARAPAN SUKSES MAKMUR KEDIRI

Navita Maharani¹, Sulung Anugerah²

¹Universitas Islam Kediri, Kediri, Indonesia

²Universitas Islam Kediri, Kediri, Indonesia
navitamaharani@uniska-kediri.ac.id

Abstract: *Distribution channel is the flow of goods from producers to agents or intermediaries or wholesalers and to the final consumer. Distribution channel is a very important part in a company. Because it will affect the decisions made by company managers. This research was conducted as a study of the distribution channel conducted by PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri. The research method used is qualitative. The data collection technique is literature study and field study. Field studies using observation, and interviews. The results showed that PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri uses 2 types of distribution channels. Direct distribution channels and indirect distribution channels. There are 3 patterns of indirect distribution channels, namely: 1) Producers, Wholesalers, Retailers, and Consumers. 2) Producers, Wholesalers, Consumers. 3) Producer, Retailers, Consumers. The most efficient distribution channel pattern is direct channel distribution*

Keywords: *Channels, Distribution, Uyel Crackers*

Abstrak: Saluran distribusi merupakan arus barang dari produsen ke agen atau perantara atau pedagang besar dan sampai pada konsumen akhir. Saluran distribusi merupakan bagian yang sangat penting dalam sebuah perusahaan. Karena akan mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh manajer perusahaan. Penelitian ini dilakukan sebagai kajian tentang saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Teknik pengumpulan datanya adalah studi literatur dan studi lapangan. Studi lapangan menggunakan observasi, dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri menggunakan 2 Jenis saluran distribusi. Saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Terdapat 3 pola saluran distribusi tidak langsung yaitu: 1) Produsen, Pedagang Besar, Pedagang Eceran, Konsumen. 2) Produsen, Pedagang Besar, Konsumen. 3) Produsen, Pedagang Eceran, Konsumen. Pola saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran distribusi langsung.

Kata kunci: Saluran, Distribusi, Kerupuk Uyel

Pendahuluan

Distribusi adalah suatu proses penyampaian barang atau jasa dari produsen ke konsumen dan para pemakai. Saluran distribusi merupakan bagian terpenting dalam sebuah perusahaan. Karena hal ini akan mempengaruhi keputusan yang akan dibuat oleh manajer perusahaan. Distribusi yang efektif akan memperlancar arus atau akses barang sehingga konsumen semakin mudah untuk mendapatkan produk yang diinginkan sesuai dengan waktu yang diperlukan. Dengan distribusi yang efektif dan efisien perusahaan dapat mengatasi kesenjangan antara produsen dan konsumen. Dalam rangka memberikan suatu pelayanan yang baik terhadap konsumen, perusahaan harus memperhatikan saluran distribusi, yaitu dengan cara menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan. Bila ada kesalahan dalam memilih saluran distribusi, akan menghambat dalam menyalurkan barang atau jasa.

Konsep saluran distribusi mempunyai peran dalam menyelenggarakan pengiriman barang dalam waktu yang tepat, tempat yang tepat dan kuantitas dengan biaya yang minimum (Adriano

Manicoba da Silva, 2008) 1. Teori saluran distribusi mengacu pada pendekatan ekonomi dan perilaku. Analisis efisiensi saluran distribusi mempelajari isu-isu seperti desain saluran dan struktur. Searah dengan pendapat di atas, Frazier (2009) mengemukakan bahwa saluran dalam pemasaran mengacu pada 2 konsep utama. Pertama, bagaimana saluran yang terorganisir, yang berpusat pada tingkatan saluran yang terintegrasi, kepercayaan saluran yang beragam, intensitas distribusinya dan kebijakan organisasi berkaitan dengan sentralisasi, formalisasi, standarisasi dan pengawasan (Dwyer dan Oh, 1999, John dan Weitz, 1988, Fein dan Anderson, 1997, Shervani, Frazier dan Challagalla, 2007 dalam Frazier, 2009). Kedua, bagaimana hubungan saluran yang berkelanjutan yang berkoordinasi dengan perilaku yang masuk akal dan sangat menonjol, perjanjian dengan metode dalam saluran pemerintah, termasuk pengaruh daripada kontrak, pengembangan dan aplikasi kekuasaan antar perusahaan.

Struktur dalam saluran distribusi membutuhkan pengambilan keputusan (Rosenbloom 1999 dan Lilien et. al 1992 dalam Frazier, 2009, Adriano Manicoba da Silva, 2008: 1). Pertama keputusan yang mencerminkan tipe perantara yang tepat seperti pedagang besar, pedagang eceran, franchise, broker, tenaga penjual. Kedua intensitas saluran (termasuk berapa banyak perantara dan tingkatan dalam struktur saluran). Strategi kedua, adalah saluran, intensitas saluran, yang merupakan elemen kunci dalam strategi distribusi (Coughlan et. al, 2001, Lilien, et. al 1992, Adriano Manicoba da Silva, 2008: 2) dan kadangkala aturan dalam struktur saluran distribusi mempunyai pengaruh terhadap tipe perantara, cakupan pasar, dan macam dari distribusi (langsung maupun tidak langsung). Selanjutnya saluran dalam pemasaran berkaitan dengan distribusi fisik dan merupakan hal yang penting dalam manajemen.

Penelitian ini menekankan pada konsep saluran distribusi. Indrajit dan Djokopranoto dalam Fatkhur (2019) mendefinisikan efisiensi saluran distribusi merupakan pencapaian daya guna yang dilakukan suatu perusahaan dengan menggunakan salah satu alat manajemen yang disebut dengan standarisasi. Menurut Juwanto dalam Fatkhur (2019) efisiensi berkaitan dengan jumlah pengorbanan yang dikeluarkan dalam upaya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Jika pengorbanan yang dikeluarkan terlalu besar maka dapat dikatakan tidak efisien. Dalam kaitan efisiensi distribusi, pemrosesan pemesanan dapat menjadi tolak ukur. Pemrosesan pesanan secara logis merupakan bagian dari distribusi fisik yang berhubungan erat dengan persediaan, pergudangan dan transportasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat topik tentang strategi perusahaan berkaitan dengan saluran distribusi yang dilaksanakan oleh PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan baik berupa ide atau gagasan pemikiran pada PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri sehingga dapat mendorong peningkatan pelaksanaan strategi saluran distribusi yang tepat di masa yang akan datang dan pada akhirnya dapat meningkatkan hasil penjualan serta memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dilakukan secara induktif untuk memperoleh data yang bersifat menyeluruh dan mendalam. Penelitian kualitatif ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan secara langsung pada objek yang diteliti. Wawancara mendalam juga dilakukan melalui tanya jawab dengan para pekerja serta mandor atau Kepala Shift dan Kepala Pergudangan dan pengiriman PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran umum mengenai perusahaan dan informasi yang lebih akurat.

Analisa Data pada penelitian ini mengacu pada model analisis data kuantitatif dari Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman yang dikutip Sugiono (2011: 91), analisis dapat dilakukan dengan:

1. Data Reduction

Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan dan pencarian data

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, kemudian data disajikan untuk mempermudah dalam memahami apa yang terjadi kemudian merencanakan tahapan selanjutnya. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Dalam hal ini yang sering banyak digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

Hasil dan Pembahasan

PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri kerupuk mentah, tepatnya "Kerupuk Uyel" atau yang biasa dikenal dengan "Kerupuk Palembang", Perusahaan ini berdiri sejak tahun 1998 di Dusun. Bollorejo, Desa. Wonorejo, Kecamatan Wates Kabupaten Kediri. Awalnya perusahaan masih berbentuk UD, kemudian pada tahun 2013 berubah menjadi CV dan pada Januari 2016 telah menjadi PT. PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri dipimpin oleh Bapak Sumadianto sebagai Direktur Utama dan sebagai Komisari adalah Desi Permatasari. Terdapat 6 Divisi di perusahaan ini yaitu Marketing, Pembelian, Personalia, Produksi, Pergudangan dan Pengiriman, serta Divisi Maintenance. Masing-masing divisi dipimpin oleh seorang Kepala Divisi dan membawahi beberapa karyawan.

Proses Pengemasan Kerupuk Uyel

Sebelum kerupuk uyel didistribusikan, kerupuk harus melalui tahap pengemasan. Kerupuk yang telah matang dan keluar dari mesin oven kemudian di kumpulkan di suatu tempat kemudian didiamkan dan ditunggu sampai dingin sambil dilakukan penyortiran kemudian di kemas. Proses pengemasan dilakukan manual atau dengan tenaga manusia karena harus teliti dan sesuai isi strandart kerupuk uyel per karung atau per plastik. PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri memiliki 2 tipe kemasan kerupuk uyel, yaitu kemasan plastik dengan berat 5kg dan kemasan karung dengan berat 25kg. Setelah dikemas, tahap selanjutnya adalah penimbangan. Penimbangan menggunakan timbangan elektrik. Biasanya proses ini dilakukan oleh satu atau dua orang karyawan. Tahap selanjutnya adalah Labelling yaitu pemberian label atau identitas dari suatu produk. Dalam label juga tertulis tanggal produksi kerupuk uyel. Proses pemberian label pada kemasan platik 5 kg dan kemasan karung 25 kg dapat dilihat Pada gambar 1 (a) dan (b). Proses terakhir dalam pengemasan adalah penyegelan. Hal ini dilakukan agar produk kerupuk uyel yang sudah dikemas tetap terjaga dan aman disimpan di dalam gudang penyimpanan.



(a)



(b)

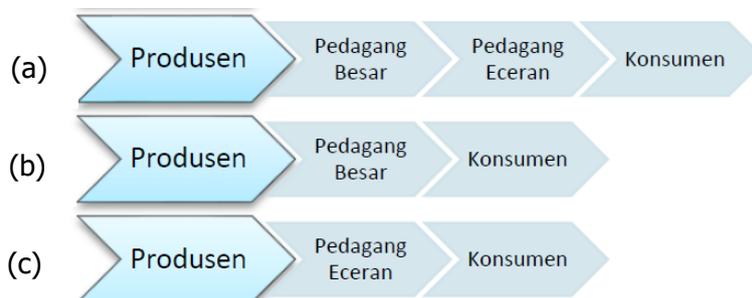
Gambar 1. Kemasan Kerupuk uyel (a) kemasan plastik 5 kg (b) kemasan karung 25 kg

Saluran Distribusi

Adapun saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri ada 2 jenis saluran yaitu **saluran distribusi langsung** dan **saluran distribusi tidak langsung**. Saluran distribusi langsung proses penyaluran kerupuk uyel dilakukan secara langsung oleh produsen yaitu PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri kepada konsumen tanpa adanya perantara. Biasanya konsumen langsung menghubungi PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri untuk memesan produk kerupuk uyel, kemudian konsumen mengambil produk yang telah di pesan beberapa hari kemudian setelah produk siap.

Konsumen pada saluran distribusi langsung merupakan pelanggan yang lokasinya tidak jauh dari perusahaan.

Saluran distribusi tidak langsung yakni proses penyaluran kerupuk uyel dilakukan melalui perantara hingga sampai ke tangan konsumen. Adapun saluran distribusi tidak langsung yang dilakukan oleh PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Saluran Distribusi Tidak Langsung PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri (a) Pola 1 (b) Pola 2 (c) Pola 3

Berdasarkan Gambar 2, PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri menerapkan 3 pola saluran distribusi tidak langsung. Saluran Pola 1, Pedagang besar membeli dan mengambil produk kerupuk uyel PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri kemudian menjualnya kepada pedagang eceran. Pedagang eceran menjual kepada konsumen akhir dalam kemasan yang lebih kecil. Saluran Pola 2, Pedagang besar membeli dan mengambil produk kerupuk uyel PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri dan langsung dijual kepada konsumen akhir. Saluran Pola 3, Pedagang eceran membeli dan mengambil produk kerupuk uyel PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri kemudian menjualnya kepada konsumen akhir. Pedagang Besar berasal dari luar provinsi seperti: Jakarta, Batam, Sulawesi, Kalimantan. Sedangkan pengecer berasal dari luar kota seperti: Malang, Pasuruan, Madura, Jember, Lamongan, Madura dan Probolinggo. Alat transportasi yang digunakan untuk proses distribusi produk kerupuk uyel PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri sesuai dengan kapasitasnya, yaitu truk dengan kapasitas 5 ton, Mobil Box kapasitas 3 ton, Kontainer kapasitas 9,5 ton, Fuso kapasitas 12 ton.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri menerapkan 2 pola saluran distribusi. Saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung yaitu proses penyaluran kerupuk uyel dilakukan secara langsung oleh produsen yaitu PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri kepada konsumen tanpa adanya perantara. Terdapat 3 pola saluran distribusi tidak langsung yaitu: 1) Produsen, Pedagang Besar, Pedagang Eceran, Konsumen. 2)

Produsen, Pedagang Besar, Konsumen. 3) Produsen, Pedagang Eceran, Konsumen. Pola saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran distribusi langsung.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada PT. Indo Putra Harapan Sukses Makmur Kediri atas ijin yang telah diberikan untuk pelaksanaan kegiatan penelitian ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada para kepala divisi beserta jajarannya yang telah membantu memberikan banyak informasi. Terimakasih juga disampaikan kepada semua responden yang terlibat dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Referensi

- Andriano Manicoba da Silva. 2008. Distribution Channel Structure Overview Of Determinants. *Revela Journal*. Pg. 1-3
- M. Fatkhur Rozi¹, Reny Rizqi Agatin² (2019) Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Melalui Pendekatan Transportasi Pada UMKM Kerupuk Ikan Tengiri Desa Gedangan Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto.
- Fraizer, Gary L. 2009. *Physical Distribution And Channel Management: A Knowledge And Capabilities Perspective*
- Henky Lisan Suwarno (2006). Sembilan Fungsi Saluran Distribusi: Kunci Pelaksanaan Kegiatan Distribusi Yang Efektif. *Jurnal Manajemen*, Vol. 6, No. 1, Nov 2006. Bandung.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 1. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta. Bandung. hal 151-153.