

ANALISIS KEBIJAKSANAAN PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI PADA TOKO ROTI MANIS SHOFI DI KOTA MARTAPURA

ABSTRAK

Maulidah¹,Kurniaty², Erni Alfisah³

**Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Kalimantan**

Penelitian ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui penilaian dari aspek kualitas dalam hal penampilan produk yang dijual Toko “Roti Manis Shofi” (2) Untuk mengetahui bagaimana penggunaan saluran distribusi pada Toko “Roti Manis Shofi”.

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif kualitatif dan lebih banyak menggunakan analisis. Landasan teori ini dijadikan sebagai referensi agar fokus penelitiannya sesuai dengan data real dilapangan.

Hasil penelitian ini: (1) Toko Roti Manis Shofi juga menilai aspek kualitas dalam hal penampilan produk yang meliputi aroma dan rasa dan juga tampilan luar seperti bentuk dan warna. (2) Saluran distribusi yang digunakan oleh Toko Roti Manis Shofi ini adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.

Kata Kunci : Kebijakan Produk dan Saluran distribusi

ABSTRACT

The purpose of this study: (1) To find out the assesment of quality aspect in terms of the appearance of products in Toko Roti Manis Shofi (2) To find out the use of the distribution line.

This research uses a descriptive qualitative research design and uses more analysis. The theoretical basis is used as reference to match the field data.

The results of this study: (1) Toko Roti Manis Shofi as well at assesment of quality aspect in products display suffuse flavour and the display cover like shape and color. (2) Distribution line used at Toko Roti Manis Shofi this is a direct distribution line and indirect.

Keyword : Wisdom of product and distribution line

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing dipasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang di tawarkan. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk

mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Distribusi adalah kegiatan ekonomi yang menyalurkan barang hasil produksi dari produsen ke konsumen. Distribusi meliputi perdagangan, pengangkutan, penyimpanan hingga barang atau jasa sampai kepada konsumen. Jika terjadi kesalahan dalam memilih saluran distribusi, maka akan mengakibatkan terhambatnya kelancaran barang dan jasa dari produsen kepada

konsumen. Produsen ke konsumen adalah distribusi yang paling sederhana, karena produsen menjual barang yang dihasilkan dengan langsung mendatangi ke toko.

Saluran distribusi memiliki pengaruh penting dalam kegiatan perdagangan. Saluran distribusi inilah yang menjadi perantara khusus antara para konsumen dengan para produsen. Artinya, tanpa adanya saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen.

Aktivitas distribusi adalah yang memungkinkan suatu produk kapan saja konsumen membutuhkan dan menginginkannya. Saluran pemasaran ini merupakan sebuah organisasi atau individu yang menyalurkan barang atau produk dari produsen ke konsumen. Keputusan pemilihan saluran distribusi ditentukan oleh pola konsumen, produk yang bersangkutan, biaya dan kegunaan perantara.

Oleh karena ingin mengetahui apakah saluran distribusi yang digunakan sudah tepat, bisa diukur dan efektifitas saluran yang digunakan yaitu dengan melihat hasil yang telah dicapai, dalam arti apakah dengan menggunakan strategi saluran distribusi tersebut toko telah mencapai targetnya atau mencapai volume penjualan yang menguntungkan.

Hal inilah yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian tentang:

ANALISIS KEBIJAKSANAAN PRODUK DAN SALURAN DISTRIBUSI PADA TOKO "ROTI MANIS SHOFI" DI KOTA MARTAPURA

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah bersifat deskriptif kualitatif dan lebih menggunakan analisis. Landasan teori ini dijadikan sebagai referensi agar fokus penelitiannya sesuai dengan data real dilapangan. Selain itu landasan teori ini juga mampu memberikan gambaran umum tentang latar belakang penelitian dan sebagai

hasil pembahasan penelitian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1) Analisis kebijaksanaan produk pada Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura Produk yang ditawarkan oleh Toko Roti Manis Shofi adalah produ konsumsi untuk itu perlu lah diperhatikan dalam menetapkan manfaat-manfaat apa yang akan diberikan produk tersebut. Manfaat-manfaat ini dikomunikasikan dan dipenuhi oleh atribut produk misalnya, kualitas produk, keanekaragaman, desain, merek dan ukuran yang tepat agar terwujudnya minat beli konsumen. Kualitas produk menunjukkan mutu dan ciri produk yang merupakan sarana kompetitif untuk membedakan produk toko dengan produk pesaing. Desain yang bagus berkontribusi kepada manfaat yang diberikan produk dan sekaligus menjadi daya tarik produk. Dengan demikian, desain yang bagus dapat menarik perhatian konsumen, memperbaharui minat konsumen dengan berbagai variasi produk. Dalam hal ini Toko Roti Manis Shofi selalu memperhatikan hal tersebut dan berusaha mempertahankannya.

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang di tawarkan. Banyak perusahaan roti yang memamerkan produk unggulan mereka terutama dari segi penampilan. Dalam hal ini Toko Roti Manis Shofi juga menilai aspek kualitas dalam hal penampilan produk yang meliputi aroma dan rasa dan juga tampilan luar seperti bentuk dan warna. Untuk aroma Roti Manis ini memiliki aroma yang khas. Dari segi rasa Roti Manis ini

memiliki tekstur yang sangat lembut dan enak. Kemudian dari segi bentuk roti yang dipilih memiliki porsi

yang cukup besar sehingga konsumen merasa cukup puas dan dari segi

Tabel Data Volume Penjualan Perusahaan Toko Roti Manis Shofi

Tahun	Volume Penjualan	Penjualan	
		Langsung	Pesanan
2016	60.000	57.312	2.688
2017	76.800	72.768	4.032
2018	93.600	88.500	5.040
2019	110.400	103.680	6.720

Sumber : Toko Roti Manis Shofi

Perkembangan volume penjualan berdasarkan tabel diatas bahwa pada tahun 2016 sampai 2019 penjualan Toko Roti Manis Shofi Kota Martapura mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, karena banyaknya permintaan dari konsumen. Pada tahun 2016 volume penjualan roti sebesar 60.000 dan pada tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 76.800, kemudian pada tahun 2018 mengalami kenaikan lagi menjadi sebesar 93.600 dan pada tahun 2019 juga mengalami kenaikan sebesar 110.400.

2) Analisis kebijaksanaan saluran distribusi pada Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura

Saluran distribusi merupakan jalur yang dipakai oleh produsen untuk memindahkan produk yang mereka jual. Peranan saluran distribusi ini penting karena dapat membantu dalam penjualan produk yang lebih

warna Roti Manis Shofi memiliki warna yang cukup menarik dan menggugah selera pembeli.

Adapun data produksi dan penjualan perusahaan Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura adalah sebagai berikut :

luas secara langsung ataupun melalui para perantara yang membantu mendistribusikan barang-barang yang berasal dari produsen melalui pemindahan barang ataupun penyebaran informasi yang merangsang pemindahan barang dari penjual ke pelanggan. Dalam rangka untuk menyalurkan barang dari produsen kepada konsumen maka Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha penyaluran barang tersebut. Untuk menunjang suksesnya distribusi barang kepada konsumen, perusahaan perlu untuk menentukan

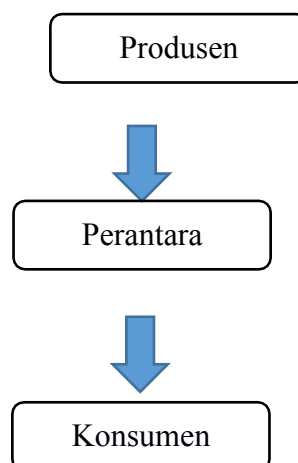
kebijaksanaan dalam promosi terhadap produk yang dihasilkan.

Dari data yang telah dikumpulkan ditemukan bahwa Toko Roti Manis Shofi dalam menetapkan kebijakan saluran distribusi hanya melakukan distribusi secara langsung untuk memasarkan produknya, yaitu menyalurkan produknya tanpa perantara langsung dari produsen ke konsumen. Sebagaimana diketahui bahwa saluran distribusi yang dilakukan oleh Toko Roti Manis ini sudah cukup efektif. Tetapi Toko Roti Manis Shofi seharusnya juga dapat mempertimbangkan dan melakukan saluran distribusi secara tidak langsung seperti menggunakan perantara untuk menyalurkan produknya ke konsumen. Perantara yang dimaksud disini adalah toko-toko atau kios yang dapat membantu dalam penjualan

roti. Dengan adanya perantara maka biaya transport untuk pengiriman produk tidak menjadi tanggungan perusahaan lagi, hal ini penting untuk produk yang dijual didaerah yang lebih jauh dari produsen. Dengan menggunakan penyaluran barang yang tepat maka akan mempermudah peredaran dan penjualan barang sehingga dapat terjadi peningkatan penjualan yang akan berpengaruh pada peningkatan penghasilan atau keuntungan bagi perusahaan.

Dengan saluran distribusi tersebut, perusahaan tidak akan kesulitan untuk menangani masalah penyaluran barang kepada konsumen sebab sudah ditangani oleh pedagang perantara. Adapun gambaran saluran distribusi tidak langsung adalah sebagai berikut:

Bagan SALURAN DISTRIBUSI TIDAK LANGSUNG



Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura hendaknya lebih memperhatikan saluran distribusi tidak langsung agar produk yang

dijual dapat menyebar secara luas dan disemua lini pasar. Saluran distribusi tidak langsung juga dapat memberikan

keuntungan bagi toko yaitu adanya efisiensi dari segi biaya transportasi. Agar distribusi tidak langsung dapat terlaksana secara baik, Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura harus memilih penyalur barang yang tepat. Dalam hal ini Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura sebaiknya menggunakan penyaluran barang secara intensif. Dengan sistem ini proses penyaluran ditujukan dan diarahkan secepat dan setepat mungkin efektivitasnya mendekati konsumen. Ini akan memberi kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang yang dikehendakinya

PENUTUP

Dari hasil dan penjelasan bab-bab terdahulu maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura dalam menjalankan kebijaksanaan produknya menilai aspek kualitas dalam hal penampilan produk yang meliputi aroma dan rasa dan juga tampilan luar seperti bentuk dan warna. Untuk aroma Roti Manis ini memiliki aroma yang khas. Dari segi rasa Roti Manis ini memiliki tekstur yang sangat lembut dan enak. Kemudian dari segi bentuk roti yang dipilih memiliki porsi yang cukup besar sehingga konsumen merasa cukup puas dan dari segi warna Roti Manis Shofi memiliki warna yang

cukup menarik dan menggugah selera pembeli.

- 2) Toko Roti Manis Shofi dalam menetapkan kebijaksanaan saluran distribusi hanya melakukan distribusi secara langsung untuk memasarkan produknya, yaitu menyalurkan produknya tanpa perantara langsung dari produsen ke konsumen.
- 3) Dengan melihat data volume penjualan yang terdapat dalam tabel 3 dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan saluran distribusi pada Toko Roti Manis Shofi di Kota Martapura sudah cukup efektif diukur dari volume penjualan yang dicapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S. Nitisemito, 1999, *Azas-Azas Marketing*, Penerbit Pustaka, Jakarta.
- M. Anang Firmansyah, 2019, *Pemasaran Produk dan Merek*, Qiara Media, Pasuruan.
- Mas'ud Machfoesdz, 2001, *Manajemen Pemasaran*, UGM, Yogyakarta.
- Mikael Hang Suryanto, 2016, *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*, Gramedia Widiasarana, Jakarta.
- M. Yusuf Saleh, Miah Said, 2019, *Konsep dan Strategi Pemasaran*, Sah Media, Makassar.
- Philip Kotler, 1993, *Manajemen Pemasaran*, Badan Penerbit Universitas Indonesia Jakarta.