

# ANALISIS KEBIJAKSANAAN PRODUK DAN SALURAN DISRIBUSI PADA TOKO DONAT QONITA SUNGAI ULIN

## ABSTRAK

Shofiya Ulfah<sup>1</sup> , Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup> , H. Akhmad Samhudi<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al  
Banjari Banjarmasin, 17.31.0192

Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Kalimantan Muhammad Arsyad Al  
Banjari Banjarmasin, 1119056501

Manajemen, 61201, Ekonomi Univeritas Kalimantan Muhammad Arsyad Al-  
Banjari Banjarmasin, 0006075901

**Email : [fiyavoulfa@gmail.com](mailto:fiyavoulfa@gmail.com)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Untuk mengetahui kebijakan produk dan saluran distribusi yang diterapkan pada Toko Donat Qonita Sungai Ulin (2) Untuk mengetahui kebijakan produk dan saluran distribusi yang sebenarnya diterapkan pada Toko Donat Qonita

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

Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) Bagi Toko Donat Qonita kualitas produk merupakan hal yang paling penting, yaitu dalam hal penampilan produk yang meliputi rasa dan juga penampilan luar yang menarik. 2) Saluran distribusi yang digunakan oleh Toko Donat Qonita ini adalah melakukan kegiatan penyaluran secara langsung dan tidak langsung yaitu dengan cara membeli langsung ketoko dan dengan cara melalui perantara yang sebelumnya telah dipesan oleh konsumen. Berdasarkan data hasil penelitian yang di dapatkan, bahwa toko donat lebih berfokus kepada distribusi tidak langsung yaitu perantara (*delevery order*). Sebagai di ketahui bahwa saluran distribusi fisik yang paling efektif adalah melalui perantara sebagai penyalur produk.

**Kata Kunci: Kebijakan Produk dan Saluran Distribusi**

## ABSTRACT

*Shofiya ulfah, 2021, Policy Analysis of Products and Distribution Channels at the Qonita Donut Shop in Sungai Ulin , Supervisor I : Dwi Wahyu Artiningsih , Supervisor II : H. Akhmad Samhudi*

*This study aims to examine: (1) To determine the product policies and distribution channels applied to the Qonita Donut Shop Sungai Ulin (2) To determine the product policies and distribution channels that are actually applied to the Qonita Donut Shop.*

*This study uses a descriptive research design and uses more analysis. This theoretical basis is used as a reference so that the focus of the research is in accordance with real data in the field.*

*The results of this study indicate: 1) For the Qonita Donut Shop, product quality is the most important thing, namely in terms of product appearance which includes taste and also attractive outer appearance. 2) The distribution channel used by the Qonita Donut Shop is to carry out direct and indirect distribution activities, namely by buying directly at the store and by means of intermediaries that have previously been ordered by consumers. Based on the research data obtained, that donut shop focuses more on indirect distribution, namely intermediaries (delivery orders). As it is known that the most effective physical distribution channel is through intermediaries as product distributors.*

**Keywords: Product Policy and Distribution Channels**

## **PENDAHULUAN**

Hal umum pemasaran dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Perusahaan harus dapat memasarkan barang dan jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Pada dasarnya semakin banyaknya pilihan produk yang dijual di pasar, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapan. 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 membeli suatu produk yang ditawarkan. 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.

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.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif dan lebih banyak menggunakan analisis. Landasan teori ini dijadikan sebagai referensi agar fokus penelitiannya sesuai dengan data real yang ada di lapangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian

### 1) Kebijakan Produk Pada Toko Donat Qonita

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan baik produk yang berwujud maupun tidak berwujud. Konsumen membeli suatu produk karena mereka menyukai dan memperoleh manfaat dari produk tersebut. Konsumen menilai produk dengan melakukan perbandingan antara manfaat dengan biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh produk tersebut.

Suatu produk harus memiliki ciri-ciri khusus agar dapat diterima oleh konsumen. Ciri khas suatu produk yang dapat dijual dan diterima konsumen adalah kualitas produk dan mampu memberikan manfaat yang nyata sesuai kebutuhan konsumen. Perusahaan dalam menetapkan dan menciptakan ciri khas dari kualitas produk, jenis produk, desain prroduk, kemasan produk dapat di tetapkan melalui kebijakan produk.

Produk yang diproses dan yang ditawarkan oleh Toko Donat Qonita kepada konsumen adalah Donat yang merupakan produk makanan hasil

proses penggorengan dari adonan yang sudah dibuat. Donat yang dijual ada berbagai macam varian rasa. Donat Qonita Sungai Ulin berusaha memperhatikan dengan menetapkan kebijaksanaan produk.

Adapun kebijaksan produk yang diterapkan oleh Toko Donat Qonita Sungai Ulin dari segi penerapan elemen-elemen produk adalah sebagai berikut:

#### (1) Kualitas

Kualitas suatu produk merupakan hal yang sangat penting karena dapat mempengaruhi reputasi perusahaan dimata pelanggan dan menjadi kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya oleh konsumen. Toko Donat Qonita ini sangat menjaga kualitas produknya dari segi rasa, dan tekstur agar tetap sama dan tidak berubah dari waktu kewaktu sehingga konsumen tetap percaya akan kualitas produk.

Donat Qonita Sungai Ulin tidak memakai bahan pengawet sehingga donat hanya dapat bertahan selama beberapa hari saja.

#### (2) Keanekaragaman

Untuk keanekaragaman produk Donat Sungai Ulin ini dipengaruhi oleh perkembangan zama, sehingga terciptanya banyak varian rasa. Keanekaragaman produk donat ini yang diproduksi oleh Donat Qonita Sungai Ulin mempunyai sebanyak 8 varian rasa yaitu, coklat, tiraminsu, cappucino, melon, nanas, strawbery, durian dan anggur.

Dengan adanya berbagai macam varian rasa konsumen menjadi lebih banyak memilih

pilihan jika ingin membeli donat yang sesuai dengan keinginan konsumen. Menurut dari Toko Donat Qonita varian rasa yang paling digemari oleh konsumen adalah Donat rasa coklat, rasa tiramisu, dan rasa strawberry

(3) Desain

Desain atau tampilan produk merupakan tampilan yang dapat digunakan untuk menarik konsumen. Toko Donat Qonita mempunyai tampilan donat yang cukup menarik, mempunyai bentuk yang bulat. Untuk membuat tampilan donat jadi lebih menarik caranya adalah dengan melapisi varian rasa selai yang dipilih oleh konsumen dan menaburkan gula aren di atas donat, ditambah sedikit taburan gula putih dibagian donat agar menambah daya tarik konsumen pada saat melihatnya.

(4) Merek (*brand*)

Merek merupakan identitas yang digunakan untuk memudahkan konsumen dalam mengenal dan mengingat produk serta dapat membedakan produk lain yang sama jenisnya.

Merek yang diambil oleh Toko Donat Qonita ini berasal dari nama anak dari ibu Tanty yaitu bernama Qonita. Toko Donat Qonita ini hanya ada satu toko yang berada di Sungai Ulin dan Toko Donat Qonita ini tidak ada membuka cabang ditempat lain selain di Sungai Ulin.

(5) Kemasan

Kemasan merupakan pembungkusan dari suatu produk yang di jual karena pada kemasan

dapat dicantumkan gambar atau tulisan yang menarik. Kemasan yang digunakan pada Toko Donat Qonita adalah mika kotak yang berwarna hitam coklat yang biasanya jadi tempat kue brownies dengan ukuran small.

(6) Ukuran

Toko Donat Qonita ini memperhatikan juga ukuran produk dalam menentukan ukuran produknya sesuai dengan harga yang diterapkan.

2) Kebijakan Saluran Distribusi Pada Toko Donat Qonita

Saluran distribusi memiliki pengaruh penting dalam kegiatan perdagangan. Saluran distribusi inilah yang menjadi perantara khusus antara para konsumen dengan para produsen. Artinya tanpa ada saluran distribusi, maka barang-barang yang diproduksi oleh produsen tidak bisa sampai ke tangan konsumen. Peranan dari saluran distribusi dimana kebijakan tersebut akan membantu perusahaan dalam aktivitas pemasaran terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk menjaga kelancaran penyaluran barang dari produsen pada konsumen atau konsumen pasar perlu adanya kordinasi dan layanan yang baik dari saluran distribusi antara produsen dan konsumen. Suatu saluran distribusi merupakan kelompok bagian yang terdiri dari perusahaan-perusahaan dan individu di dalam sebuah pemasaran.

Jadi saluran distribusi terutama mencakup perdagangan

perantara, dan juga mencakup pihak produsen dan konsumen sebagai titik awal dan titik akhir.

Oleh karena itu saluran distribusi yang akan digunakan harus disesuaikan dengan karakteristik perusahaan baik jenis produk, kualitas dan harga. Apabila perusahaan sudah memiliki saluran distribusi yang sesuai, maka sebaiknya perusahaan juga dapat memperimbangkan hal ini seperti menjalin dan memelihara kerjasama bisnis yang lebih baik lagi.

Kegagalan dalam saluran distribusi akan berdampak pada tingkat produk penjualan yang dihasil.

Berdasarkan uraian di atas, dapat kita simpulkan bahwa berapa pentingnya saluran distribusi di dalam memasarkan dan menjual produk maupun jasa. Oleh sebab itu setiap perusahaan harus dapat memilih dan menentukan saluran distribusi yang baik dan tepat sesuai dengan keadaan.

Kebijakan saluran distribusi yang dilakukan oleh Toko Donat Qonita di Sungai Ulin adalah melakukan kegiatan penyaluran secara langsung dan tidak langsung dengan cara membeli langsung ke toko dan dengan cara melalui perantara yang sebelumnya telah dipesan oleh konsumen. Toko Donat Qonita ini tidak menitipkan produknya pada toko- toko untuk memasarkan produknya tersebut.

Berdasarkan data hasil penelitian yang di dapatkan, bahwa Toko Donat Qonita lebih berfokus kepada distribusi tidak langsung

yaitu perantara (*delevery order*). Sebagai mana diketahui bahwa saluran distribusi fisik yang paling efektif adalah melalui perantara sebagai penyalur produk.

#### 1) Analisis Kebijakan produk pada Toko Donat Qonita Sungai Ulin.

Kualitas produk merupakan hal yang paling penting bagi Toko Donat Qonita. Salah satu keunggulan produk dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk. Kualitas produk juga merupakan faktor utama yang dapat menarik pelanggan untuk melakukan pembelian produk yang di tawarkan. Banyak perusahaan donat yang memamerkan produk unggulan mereka terutama dari segi penampilan.

Toko Donat Qonita juga memiliki aspek kualitas dalam hal penampilan produk yang meliputi rasa dan juga tampilan luar seperti bentuk dan varian rasa yang dilapisi di atas donat, menaburkan gula aren di atas donat, ditambah sedikit taburan gula putih dibagian donat tersebut. Dari segi rasa donat ini memiliki tekstur yang sangat lembut dan enak. Kemudian dari segi bentuk donat yang dimiliki porsi yang sedang. Dan dari segi penampilan donat ini mempunyai yang cukup menarik sehingga menambah daya tarik konsumen untuk membeli donat tersebut.

Perkembangan Volume penjualan berdasarkan penjelasan pada tahun 2018-2020 penjualan Toko Donat Qonita mengalami peningkatan

yang sangat pesat karena banyaknya permintaan dari konsumen. Pada tahun 2021 penjualan Toko Donat Qonita mengalami penurunan volume penjualan dikarenakan adanya Virus (*COVID19*) namun penjualan secara tidak langsung atau penjualan melalui perantara cukup meningkat, sedangkan penjualan secara langsung mengalami penurunan yang sangat drastis, bisa dibayangkan tidak seperti peningkatan pada tahun sebelumnya volume penjualan yang sangat pesat meningkat.

## 2) Analisis Kebijakan Saluran Distribusi pada Toko Donat Qonita Sungai Ulin

Toko Donat Qonita harus benar-benar memilih atau menyeleksi saluran distribusi yang akan digunakan, karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi ini dapat menghambat bahkan dapat memacetkan usaha penyaluran barang tersebut.

Dari data yang telah dikumpulkan ditemukan bahwa Toko Donat Qonita dalam menetapkan kebijakan saluran distribusi melakukan distribusi secara langsung dan distribusi tidak langsung untuk memasarkan produknya, yaitu penyalur produknya selain secara langsung bisa juga dengan perantara yaitu tidak langsung untuk menyalurkan produknya ke konsumen. Perantara yang dimaksud disini adalah *delevery order* atau bisa disebut juga dengan pengiriman barang yang telah dipesan konsumen dari

media online dan hanya berisi informasi dari kesepakatan yang dibuat oleh pihak penjual. Untuk pengiriman barang cuman berlaku untuk wilayah yang sudah ditentukan. Dalam pendistribusian barang bergantung dengan konsumen yang memesan ada yang meminta untuk diantarkan, ada juga yang ingin mengambil sendiri ke Toko Donat Qonita Sungai Ulin. Bagi pelanggan yang meminta di antarkan barang pesannya.

Toko Donat Qonita tidak mematok biaya tambahan sama sekali, namun hal tersebut tergantung pada jarak tempuh pengantaran dari tempat produksi. Daerah disekitar tempat produksi seperti, Martapura, Banjarbaru, Landasan Ulin, dan Trikora tidak ada tambahan biaya pengantaran.

Dengan, menggunakan penyaluran barang yang tepat maka akan mempermudah peredaran dan penjualan barang sehingga dapat menjadi peningkatan penjualan yang akan berpengaruh pada penghasilan atau keuntungan bagi perusahaan.

Dengan saluran distribusi tidak langsung tersebut, perusahaan tidak akan kesulitan untuk menangani masalah penyaluran barang kepada konsumen sebab sudah ditangani oleh perantara.

Toko Donat Qonita Sungai Ulin lebih memperhatikan saluran distribusi tidak langsung atau perantara agar produk yang dijual dapat menyebar dan mudah untuk

konsumen dapatkan. Saluran Distribusi tidak langsung atau perantara juga dapat memberikan keuntungan bagi toko yaitu adanya efisiensi dari segi biaya transportasi.

Agar distribusi tidak langsung dapat terlaksana secara baik Toko Donat Qonita Sungai Ulin harus memilih penyaluran barang yang tepat. Toko Donat Qonita Sungai Ulin sebaiknya menggunakan penyaluran barang secara intensif, dengan sistem ini proses penyaluran ditujukan dan diarahkan secepat dan setepat mungkin mendekati konsumen. Ini akan memberi kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang yang dikehendakinya.

Saluran distribusi yang digunakan Toko Donat Qonita ini sudah bagus mengingat perusahaan dapat berkembang menggunakan saluran distribusi saat ini, tetapi

saluran distribusi harus lebih ditingkatkan lagi.

Toko Donat Qonita sebaiknya mempertimbangkan saluran distribusi langsung atau saluran distribusi tidak langsung agar tidak terlalu terfokus pada satu saluran distribusi saja. Keputusan Toko Donat Qonita Sungai Ulin memilih satu saluran distribusi sebagai penyalur hasil produknya karena masih minimnya pengetahuan akan pemasaran hasil produknya.

Dengan adanya perantara maka memberi keuntungan bagi perusahaan yaitu adanya biaya efisiensi transportasi. Biaya transportasi bukan menjadi tanggung jawab perusahaan lagi. Dengan adanya ini maka akan mempermudah peredaran dan penjualan barang sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan akan berpengaruh dengan peningkatan penghasilan atau keuntungan untuk perusahaan.

## KESIMPULAN

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

1. Donat Qonita adalah makanan yang digoreng dibuat dari adonan tepung, gula, telur, dan mentega. Donat yang paling umum, adalah donat yang berbentuk cincin dengan lubang ditengahnya, maupun tekstur bentuk di donatnya. Kualitas Donat Qonita secara umum di sebabkan karian varian dalam penggunaan bahan dan proses pembuatannya. Jaka bahan yang digunakan mempunyai kualitas yang baik dan

proses pembuatannya maka donat yang dihasilkan akan mempunyai kualitas yang baik.

2. Dalam penjualan Donat Qonita terdapat banyak keuntungan dengan biaya modal yang tidak terlalu besar. Proses penjualan juga cukup mudah dengan cara membeli langsung ketoko atau dengan cara pembelian melewati perantara (*deleverly*). Toko Donat Qonita di Sungai Ulin dalam menjalankan kebijaksanaan produknya menilai aspek kualitas dalam hal penampilan produk yang meliputi rasa dan juga tampilan luar

seperti melapisi varian rasa selai. Donat Qonita mempunyai tampilan donat yang cukup menarik dan mempunyai tekstur yang lembut. Kemudian dari segi bentuk donat yang dipilih memiliki porsi yang sedang. Donat Qonita ini memiliki warna yang cukup menarik dan menggugah selera konsumen.

Dengan melihat data volume penjualan yang terdapat dalam tabel dapat disimpulkan bahwa pendapatan saluran distribusi pada Toko Donat Qonira pada tahun 2018-2019 pendapatan Donat Qonita mengalami peningkatan. Sedangkan pada tahun 2020-2021 penjualan Donat Qonita mengalami penurunan volume penjualan

dikarenakan adanya virus (*COVID 19*).

Toko Donat Qonita dalam menepatkan kebijaksanaan saluran distribusi melakukan distribusi secara langsung dan tidak langsung untuk memasarkan produknya yaitu menyalurkan produknya untuk datang langsung ke Toko Donat Qonita Sungai Ulin dan bisa juga membeli melalui perantara (*delevery*). Intensitas saluran distribusi yang digunakan oleh Toko Donat Qonita dalam menyalurkan produknya adalah distribusi intensif, yakni menggunakan sebanyak mungkin perantara (*delevery*) dalam memasarkan produknya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, K. &. (2010). *Kualitas Produk*. Jakarta: Salemba Empat Jakarta.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Pasuruan: Qiara Media.
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Badan Penerbit Universitas Indonesia.
- Kumala, D. (2020). Analisis Kebijakan Pemasaran Produk Pada Perusahaan Industri KOBAWANG Ain Kotabaru. *Administrasi Bisnis*.
- M. Yusuf Saleh, M. S. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: Sah Media.
- Norhaiza. (2019). Analisis Kebijakan Produk dan Distribusi Cat Jotan Pada PT. KREASI BANGUN WARNA BANJARMASIN.
- Safitri, D. (2020). Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Pada Usaha Kerupuk Ikan Haruan Hj. Maspah Banjarmasin.
- Savitri, R. (2021). Analisis Saluran Distribusi Produk Dalam Meningkatkan Penjualan PT. DACRON Cabang BANJARMASIN. *Saluran Distribusi*.
- Sudaryono. (2016:51). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Suyanto, M. H. (2016). *Sistem Operasional Manajemen Saluran Distribusi*. Jakarta: Gramedia.