

Analysis of Product Distribution Channels at PT Cipta Niaga Semesta Sumedang

Putri Aliza Safitri¹, Nining Kurniasih², Ai Sumiati³

^{1,2,3}Universitas Sebelas April

putrializas28@gmail.com, Nining.feb@unsap.ac.id, aibusiati19465@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article history: Received... Revised... Accepted...	<i>This study aims to examine the implementation of distribution channels, the challenges encountered, and the solutions undertaken at PT Cipta Niaga Semesta Sumedang. Using a qualitative method, data were collected through interviews, observations, and documentation. The results show that the distribution process runs fairly well through two channels: Zero Level Channel and One Level Channel. Inventory, warehouse, and transportation management are considered effective. However, challenges such as limited road access and uneven distribution coverage still persist. The company is advised to expand its distribution network, improve inventory management, optimize warehouse usage, and increase the number of delivery fleets.</i>
Keywords: Distribution Channels; Distibution Effectiveness;	



Copyright © 2022 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Putri Aliza Safitri,
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No. 19, Kec. Sumedang Utara, Kab. Sumedang, Prov. Jawa Barat.
Email: putrializas28@gmail.com

1. INTRODUCTION

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, setiap perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar bisa bersaing dan meningkatkan penjualan. Salah satu bagian penting dari pemasaran adalah distribusi, yaitu cara menyalurkan produk dari produsen ke konsumen dengan tepat dan efisien.

Menurut Agustina *et al.* (2023:11), distribusi adalah usaha untuk mempermudah pengiriman barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Distribusi sangat penting karena membantu produk sampai ke tangan konsumen sesuai dengan jenis, jumlah, harga, lokasi, dan waktu yang dibutuhkan. Distribusi yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan, sedangkan distribusi yang kurang optimal dapat menghambat pencapaian tujuan pemasaran secara keseluruhan.

Fenomena yang mendorong dilakukannya penelitian ini berkaitan dengan berbagai tantangan yang dihadapi dalam proses distribusi, khususnya dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman kepada konsumen dan menjamin ketersediaan stok barang di gudang. Ketidakseimbangan dalam dua aspek tersebut sering kali menghambat kelancaran operasional. Di samping itu, kurangnya dukungan transportasi yang optimal juga menjadi faktor penting yang turut memengaruhi efisiensi distribusi secara keseluruhan.

Sebagai pembandingan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Lase *et al.* (2024) menunjukkan bahwa masih ada kekurangan dalam sistem distribusi di beberapa perusahaan, terutama dalam hal kecepatan pengiriman, fleksibilitas, dan komunikasi dengan pelanggan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bagaimana sistem distribusi dijalankan dan apa saja hambatan yang dihadapi.

PT Cipta Niaga Semesta Sumedang adalah distributor resmi dari *Mayora Group* yang bertugas menyalurkan produk makanan dan minuman ke berbagai wilayah di Sumedang. Agar produk sampai ke konsumen dengan baik, perusahaan ini harus memiliki sistem distribusi yang efektif.

Berdasarkan hal tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: bagaimana pelaksanaan saluran distribusi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang serta bagaimana kendala dan upaya meningkatkan efektivitas saluran distribusi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran distribusi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang serta mengetahui kendala dan upaya untuk meningkatkan efektivitas saluran distribusi yang diterapkan di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang.

2. Lecture Study

1. Manajemen

Menurut Krisnandi (2019:3) menyatakan bahwa, manajemen adalah seni dan/atau proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya guna mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Patma *et al.* (2019:3) menyatakan bahwa, manajemen adalah sebuah proses atau kerangka kerja yang melibatkan pengarahan atau bimbingan sekelompok orang untuk mencapai tujuan organisasi atau maksud yang jelas.

2. Manajemen Pemasaran

Menurut Safitri (2023:1) menyatakan bahwa, manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi barang, jasa, serta ide-ide untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran, yang bertujuan memenuhi kebutuhan pelanggan dan organisasi. Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam Satriadi (2021:5) menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan sebuah seni, karena berfokus pada manusia yang memiliki karakter dan keinginan yang berbeda-beda. Oleh sebab itu, diperlukan kemampuan komunikasi, pendekatan, dan persuasi yang unik agar dapat memenangkan hati mereka.

3. Saluran Distribusi

Menurut Martono (2018:9) menyatakan bahwa, saluran distribusi adalah serangkaian aktivitas yang melibatkan pergerakan barang dan jasa dari pemasok hingga mencapai konsumen akhir melalui saluran distribusi. Seluruh proses ini menciptakan nilai tambah (*value added*) melalui beberapa aspek, yaitu pengiriman barang ke tempat konsumen, tepat pada waktu yang dibutuhkan, pemanfaatan alat, serta efisiensi biaya yang tercapai dalam proses tersebut.

4. Fungsi Saluran Distribusi

Saluran distribusi memiliki peran penting dalam memindahkan barang dan jasa dari produsen ke konsumen akhir. Setiap anggota yang terlibat dalam saluran distribusi menjalankan fungsi-fungsi utama yang bertujuan untuk memastikan kelancaran proses transaksi dan penyelesaian transaksi antara produsen dan konsumen (Philip Kotler dalam Agustina E.S. *et al.*, 2023:29). Berikut adalah fungsi-fungsi tersebut :

1. Informasi: Mengumpulkan dan menyebarkan data pasar yang dibutuhkan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif serta memahami kebutuhan konsumen.
2. Promosi: Menyampaikan informasi produk kepada konsumen untuk membangun kesadaran merek dan mendorong minat beli melalui komunikasi yang menarik.
3. Kontak: Menjalin komunikasi dengan calon pembeli untuk memperluas pasar dan meningkatkan peluang penjualan.
4. Penyesuaian: Menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen melalui aktivitas seperti pengemasan, pelabelan, dan modifikasi produk.
5. Negosiasi: Menyepakati harga dan syarat transaksi antara produsen dan konsumen guna memastikan kelancaran pertukaran barang.

5. Pengelolaan Saluran Distribusi

Distribusi fisik mencakup berbagai aktivitas untuk memindahkan produk dari produsen ke konsumen akhir, seperti proses pemesanan, pengendalian persediaan, pergudangan, dan penanganan material (transportasi). Setiap tahap saling terkait, sehingga perubahan pada satu tahap memengaruhi yang lain. Keberhasilan distribusi fisik ditentukan oleh kemampuan menekan biaya serendah mungkin tanpa mengorbankan efisiensi.

Menurut Sudaryono (2016:225-227), proses distribusi fisik meliputi beberapa tahapan penting, yaitu:

1. Proses Pemesanan

Proses ini melibatkan pengolahan pesanan yang mencakup persiapan pesanan untuk pengiriman dan penerimaan pesanan ketika barang tiba. Proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa pesanan diproses dan dikirim sesuai jadwal.

2. Pengendalian Persediaan

Pengendalian persediaan adalah bagian dari operasional gudang yang berfungsi untuk memeriksa dan memastikan ketersediaan pasokan yang memadai sepanjang waktu. Selain itu, pengendalian ini juga berperan mencegah penumpukan stok berlebih. Menyeimbangkan antara penawaran dan permintaan di sepanjang rantai distribusi sering kali menjadi tantangan, terutama ketika melibatkan banyak pihak. Penggunaan perangkat lunak manajemen rantai pasokan dapat sangat membantu dalam menjaga arus barang tetap lancar dan terkoordinasi.

3. Pergudangan

Pergudangan berfungsi sebagai tempat penyimpanan dalam proses distribusi fisik dan melibatkan beberapa jenis gudang:

- a. Gudang Pribadi: Gudang yang dimiliki dan digunakan oleh satu perusahaan, seperti pengecer, grosir, atau manufaktur.
- b. Gudang Umum: Gudang ini dikelola secara independen dan menyimpan barang dari berbagai perusahaan yang membutuhkan tempat penyimpanan.
- c. Gudang Penyimpanan: Gudang yang digunakan untuk penyimpanan jangka panjang, sering kali dimanfaatkan oleh produsen barang musiman seperti hasil pertanian.
- d. Pusat Distribusi: Gudang yang difungsikan untuk penyimpanan jangka pendek dengan permintaan konstan dan tinggi. Pusat distribusi ini umumnya digunakan oleh pengecer, grosir, serta manufaktur dalam industri makanan dan bahan pangan untuk membagi produk dalam jumlah besar menjadi ukuran yang lebih kecil sesuai kebutuhan toko atau pelanggan.

4. Penanganan Material (Transportasi)

Penanganan material mencakup proses di gudang yang melibatkan transportasi, pemindahan, pengaturan, dan pencarian barang-barang dalam persediaan. Untuk memaksimalkan ruang gudang dan memudahkan penyediaan ulang, diperlukan strategi penyimpanan yang memperhatikan lokasi produk dalam gudang dan kemasannya. Penanganan material ini juga membantu memastikan bahwa proses distribusi berjalan lancar dan produk siap untuk dikirim sesuai jadwal.

3. METHOD

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiyono (2022:9), metode ini berlandaskan pada filsafat *postpositivisme* dan digunakan untuk meneliti objek dalam kondisi alamiah (bukan eksperimen), di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan metode), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna dibandingkan dengan generalisasi.

Pada penelitian yang dilakukan di PT Cipta Niaga Semesta, informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Nasution (2023:80), *purposive sampling* juga dikenal dengan sebutan *judgment sampling*, di mana pemilihan informan dilakukan berdasarkan pertimbangan peneliti. Dalam penelitian ini terdapat 7 orang informan yang terdiri atas Pimpinan Perusahaan, Divisi Pemasaran, Kepala Gudang, Karyawan Bagian Pergudangan, serta 3 orang Karyawan Bagian Logistik.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2022:246), proses analisis data bersifat interaktif dan berlangsung secara terus-menerus hingga data mencapai titik jenuh. Langkah-langkah analisis ini meliputi: pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*).

4. RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang, melalui observasi langsung serta wawancara dengan pimpinan perusahaan dan beberapa karyawan, peneliti berhasil mengumpulkan data lapangan. Dengan demikian, peneliti dapat mengaitkan teori yang ada dengan kondisi nyata di lapangan, melakukan verifikasi, dan memberikan rekomendasi sebagai berikut:

1. Proses pemesanan yang dianalisis melalui indikator tingkat saluran distribusi menunjukkan bahwa PT Cipta Niaga Semesta Sumedang saat ini menerapkan saluran distribusi *Zero Level Channel* dan *One Level Channel*. Hasil verifikasi menyarankan peningkatan penjualan langsung kepada konsumen sebagai upaya efisiensi biaya pengiriman. Adapun rekomendasi yang diberikan adalah memperluas saluran distribusi ke *Two Level Channel* dan *Three Level Channel* guna menjangkau pasar yang lebih luas.
2. Pengendalian persediaan yang dianalisis melalui indikator pengawasan persediaan. Berdasarkan kondisi di lapangan, perusahaan secara konsisten menjaga ketersediaan produk untuk mendukung kelancaran proses pemasaran dan penjualan kepada konsumen. Hasil verifikasi menyarankan bahwa persediaan produk harus selalu ada untuk memperlancar proses distribusi. Rekomendasi yang diberikan terkait hal persediaan dinilai sudah cukup baik, namun akan lebih optimal jika ruang penyimpanan diperluas agar penataan menjadi lebih teratur.
3. Pergudangan yang dianalisis melalui indikator tempat penyimpanan barang. Berdasarkan kondisi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang, fasilitas gudang dinilai sudah cukup memadai untuk menampung persediaan produk perusahaan. Hasil verifikasi menunjukkan bahwa gudang tersebut layak karena dibangun di atas lahan milik sendiri dan berlokasi strategis, sehingga dapat menunjang efektivitas distribusi dan pemasaran. Rekomendasi yang diberikan adalah memperluas area gudang agar kapasitas penyimpanan meningkat, serta mengatur pemisahan antara produk pangan dan non-pangan guna menjaga kualitas dan kebersihan produk.
4. Penanganan material (transportasi) yang dianalisis melalui indikator pengelolaan alat transportasi. Berdasarkan kondisi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang, proses pengiriman dilakukan 6 kali dalam seminggu, dengan menggunakan 8 unit mobil truk engkel box untuk mendistribusikan produk. Hasil verifikasi menunjukkan bahwa sistem transportasi sudah berjalan dengan baik. Rekomendasi yang diberikan adalah menambah jumlah kendaraan agar jangkauan distribusi dapat diperluas dan mencakup seluruh wilayah Sumedang secara lebih optimal.

Kendala utama yang dihadapi oleh PT Cipta Niaga Semesta Sumedang dalam distribusi barang, yaitu keterlambatan pengiriman. Faktor penyebabnya meliputi kemacetan lalu lintas di jalur distribusi, penggunaan kendaraan pengantar yang besar sehingga sulit menjangkau toko yang berada di dalam gang, dan jarak pengiriman yang jauh. Hal ini menyebabkan barang harus dibawa secara manual, menambah waktu pengiriman, serta meningkatkan risiko kerusakan barang. Upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan efektivitas distribusi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menambah armada kendaraan kecil seperti motor box atau *pick-up* kecil untuk menjangkau area sempit.
2. Mengoptimalkan rute distribusi dengan teknologi *GPS* agar terhindar dari kemacetan dan efisien dalam waktu tempuh.
3. Mengembangkan saluran *digital* melalui toko *online*, *marketplace*, atau *platform internal*, guna memperkuat *Zero Level Channel* dan mengurangi ketergantungan pada saluran tradisional.

5. CONCLUSION

Pelaksanaan saluran distribusi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang sudah berjalan cukup baik. Saluran *One Level Channel* terbukti lebih efektif dalam menjangkau pasar luas meski memerlukan biaya yang tinggi, sedangkan saluran *Zero Level Channel* dalam hal biaya lebih hemat, namun jangkauan pasar nya terbatas. Pengelolaan persediaan, gudang, dan transportasi juga sudah berjalan cukup baik, meski perluasan gudang perlu dipertimbangkan. Keterlambatan pengiriman akibat kemacetan, akses terbatas ke toko yang berada di dalam gang, dan jarak jauh menjadi kendala utama. Disarankan menambah kendaraan kecil, menyesuaikan jadwal, mengevaluasi rute, serta memanfaatkan *GPS* dan sistem pengiriman untuk meningkatkan efisiensi.

ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Nining Kurniasih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Ai Sumiati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing II atas bimbingan, arahan, serta dukungannya selama ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Aa Kartiwa, S.Pd., M.M. yang telah memfasilitasi dan memberikan arahan terkait kelayakan dan penyusunan jurnal ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada PT Cipta Niaga Semesta Sumedang atas kerja sama dan dukungan selama pelaksanaan penelitian. Penulis juga mengapresiasi kontribusi dari seluruh pihak yang telah membantu dalam proses pengumpulan data, penyediaan informasi, dan dukungan administratif lainnya yang sangat berarti dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, khususnya dalam pengembangan dan evaluasi saluran distribusi di PT Cipta Niaga Semesta Sumedang.

REFERENCES

- Agustina, E.S. *et al.* (2023). MANAJEMEN DISTRIBUSI. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Krisnandi, H. *et al.* (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta: LPU-UNAS.
- Martono, R. (2018). Manajemen Logistik. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nasution, A. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: CV. Harta Creative.
- Patma, T. *et al.* (2019). Pengantar Manajemen. Malang: POLINEMA PRESS.
- Safitri, N. (2023). Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: K-Media.
- Satriadi. (2021). MANAJEMEN PEMASARAN. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sudaryono. (2016). Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.
- Sugiyono. (2022). METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, cv.
- Lase, Meisrida, *et al.* "Analisis Sistem Saluran Distribusi Pada PT. Eka Perkasa Sejahtera Kota Gunungsitoli." Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA) 4.3 (2024): 1717-1730.