

STRATEGI DISTRIBUSI PADA CV. LAHAN MAS DI DESA BALETBARU KECAMATAN SUKOWONO KABUPATEN JEMBER

Siti Naliatur Rohmah¹, Hety Mustika Ani¹, Sri Kantun¹

¹Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember
Jalan Kalimantan 37, Jember 68121

E-mail: naliatur95@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Distribusi pada CV. Lahan Mas di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif artinya mengeksplorasi dan memperdalam dari suatu fenomena sosial atau suatu lingkungan sosial yang terdiri atas pelaku, kejadian, tempat dan waktu. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area*. Metode penentuan informan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yaitu metode wawancara sebagai metode utama, serta observasi dan dokumen sebagai metode pelengkap. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Lahan Mas menerapkan strategi distribusi intensif. Distribusi yang digunakan oleh CV. Lahan Mas ada 2 yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Distribusi langsung yang digunakan CV. Lahan Mas menggunakan jenis saluran Produsen – Konsumen. Distribusi tidak langsung yang digunakan CV. Lahan Mas menggunakan 2 jenis saluran, yang pertama yaitu produsen- *wholesaler*- *retailer*- konsumen. Jenis Saluran distribusi yang kedua yaitu produsen-*retailer*- konsumen.

Kata Kunci : Strategi Distribusi Intensif, Produk Beras

PENDAHULUAN

Komoditas pangan merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang diperlukan untuk dapat mempertahankan hidup. Pemenuhan kebutuhan pangan bagi penduduk merupakan hak asasi manusia. Berbagai jenis pangan pokok yang paling sering dikonsumsi dan jumlah paling banyak diantara bahan pangan lain yaitu bahan pangan beras, Tingginya konsumsi beras mengakibatkan permintaan beras juga tinggi dan ketersediaan beras menjadi tidak seimbang.

Kabupaten Jember merupakan salah satu kabupaten yang menyumbang produksi beras terbesar di Provinsi Jawa Timur. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2018), produksi padi Kabupaten Jember terbesar dengan jumlah produksi pada tahun 2015 hingga 2018 berturut-turut yaitu 1.004.898 ton, 986.653 ton, 916.992 ton dan 984.201 ton. Untuk pemenuhan konsumsi beras di Kabupaten Jember, diperlukan banyak pabrik pengolahan padi agar menghasilkan beras dengan mutu baik dan siap dikonsumsi. Salah satu kecamatan di Kabupaten Jember yang memiliki banyak pabrik penggilingan beras yaitu Kecamatan Sukowono. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kepala Camat Sukowono, perusahaan penggilingan padi terbanyak di Kabupaten Jember ada pada Kecamatan Sukowono.

Salah satu produsen beras yang ada di Kecamatan Sukowono adalah CV. Lahan Mas. CV. Lahan Mas aktif beroperasi mulai tahun 1996 hingga saat ini. Produk yang dihasilkan CV. Lahan Mas yaitu beras dengan kemasan karung plastik dengan kuantitas beras yang dipasarkan 1 kg hingga 25 kg. Kualitas beras yang dihasilkan CV. Lahan Mas bermacam-macam yakni beras premium dan beras medium. CV. Lahan Mas menawarkan harga berkisar Rp 200.000 hingga Rp 275.000 per 25 kg sesuai dengan kualitas beras yang dijual. CV. Lahan Mas pernah memiliki permasalahan pada aspek distribusi beras seperti distribusi beras tidak sampai kepada konsumen. Pendistribusian beras dilakukan CV. Lahan Mas di toko-toko sekitar Jember, Surabaya, dan luar Pulau Jawa. Selain itu, CV. Lahan Mas juga menghadapi permasalahan pada harga yang tidak menentu dan menimbulkan kerugian.

CV. Lahan Mas mendistribusikan produknya dengan cara melalui toko dan konsumen yang langsung membeli di pabrik. CV. Lahan Mas pasti memiliki banyak pesaing dalam usaha penggilingan padi dan juga penjualan produknya. CV. Lahan Mas dalam menjalankan usahanya pasti pernah mengalami kendala-kendala dalam produksi dan distribusinya. Salah satu tujuan berdirinya

usaha yaitu untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya. Dalam hal pendistribusian beras, tujuan akhir dari sampainya distribusi beras ke konsumen yaitu CV. Lahan Mas mendapatkan keuntungan dari penjualan tersebut.

CV. Lahan Mas dalam distribusi produknya bekerjasama dengan perantara. Perantara yang digunakan dalam mendistribusikan produknya dapat menentukan saluran distribusi yang digunakan. Saluran distribusi yang digunakan harus mempertimbangkan beberapa hal yakni lokasi, biaya, keuntungan dan jumlah konsumen. Berbagai macam pengalaman CV. Lahan Mas dalam mendistribusikan produk beras hingga ke konsumen akhir dan CV. Lahan Mas dapat bertahan serta bersaing dengan usaha yang sejenis di Kabupaten Jember, peneliti tertarik untuk meneliti strategi distribusi yang digunakan CV. Lahan Mas. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut penulis bermaksud mengadakan penelitian dengan judul **“Strategi Distribusi Pada CV Lahan Mas di Desa Balet Baru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember”**.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis Strategi Distribusi Pada CV. Lahan Mas. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive area* yaitu di CV. Lahan Mas. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumen dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, *display* data dan penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi yang digunakan CV. Lahan Mas yaitu strategi distribusi intensif. Strategi distribusi ini menempatkan produk dagangannya pada banyak retailer atau pengecer serta distributor di berbagai tempat. Tehnik ini sangat cocok digunakan untuk produk CV. Lahan Mas karena yang diproduksi adalah produk beras atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki permintaan dan tingkat konsumsi yang tinggi.

Distribusi produk beras CV. Lahan Mas ditujukan kepada pasar tradisional dan toko-toko yang biasa menjual kebutuhan sehari-hari di sekitar Kabupaten Jember dan di luar Kabupaten Jember. Distribusi produk langsung diantar ke lokasi tujuan oleh CV. Lahan Mas jika permintaan produknya lebih dari 1 ton. CV. Lahan Mas juga mendistribusikan produknya ke luar kota yaitu Bondowoso, Surabaya, dan luar Provinsi Jawa Timur.

Perantara yang digunakan oleh CV. Lahan Mas menyalurkan produknya berbeda-beda. Dapat diketahui bahwa ada 15 *reteler* CV. Lahan Mas yang menyalurkan produk cap Kura-Kura, Anak Ayam dan Telur Mas di wilayah Kabupaten Jember; 1 *Wholesaler* yang menyalurkan produk beras merah cap Orang Sehat; dan 15 *retailer* yang menyalurkan semua produk CV. Lahan Mas di wilayah Kabupaten Jember dan luar wilayah Kabupaten Jember. Adanya perantara yang digunakan oleh CV. Lahan Mas mengakibatkan saluran distribusi yang digunakan berbeda-beda dari produk yang dihasilkan. Ada 2 jenis saluran distribusi yang digunakan CV. Lahan Mas yaitu saluran distribusi langsung dan jenis saluran distribusi tidak langsung.

jenis saluran distribusi tidak langsung yang digunakan CV. Lahan Mas ada dua, yaitu :

1. Produsen- *Wholesaler*- *Retailer*- Konsumen

Saluran distribusi terdiri dari produsen, *wholesaler* (pedagang besar), *retailer* (pedagang pengecer) dan konsumen. Saluran distribusi tidak langsung dilakukan oleh CV. Lahan Mas sebagai produsen menjual hasil produksinya kepada *wholesaler* kemudian *wholesaler* melakukan penawaran kepada *retailer* dan *retailer* menjual kepada konsumen akhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi ini digunakan CV. Lahan Mas dalam menyalurkan produk beras cap Kura-Kura, cap Anak Ayam, dan cap Telur Mas keluar daerah Kabupaten Jember.

2. Produsen- *Retailer*- Konsumen

Saluran distribusi terdiri dari produsen, *retailer* (pedagang pengecer) dan konsumen. Saluran distribusi tidak langsung dilakukan oleh CV. Lahan Mas sebagai produsen menjual hasil produksinya

kepada *retailer* dan *retailer* menjual kepada konsumen akhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi ini digunakan CV. Lahan Mas dalam menyalurkan produk beras cap Kura-Kura, cap Anak Ayam, cap Telur Mas dan cap Orang Sehat di wilayah Kabupaten Jember dan luar wilayah Kabupaten Jember. Ada 15 *retailer* yang melakukan pembelian produk kepada CV. Lahan Mas. *Retailer* biasanya membeli dalam jumlah besar. *Retailer* produk cap Kura-Kura diluar Kabupaten Jember yaitu toko Jaya, toko Sumber maju, toko Blimbing, dan toko Sumber Mas di luar Kabupaten Jember, An Erly Sorong dan toko An Diah Sorong untuk toko yang ada diluar Jawa. Toko Erly sebagai *retailer* menjual kembali produknya ke pedagang-pedagang yang ada di wilayah Sorong dan kemudian *retailer* menjual kembali kepada konsumen akhir. Permintaan produk cap Kura-Kura dari toko Erly mencapai 12,5 ton yang terdiri dari 500 karung kemasan 10 kg dan 300 karung kemasan 25 kg per 2 minggu sekali. Harga yang diberikan oleh produsen yaitu sebesar Rp 11.000 per kg.

Adapun jenis saluran distribusi langsung yang digunakan CV. Lahan Mas adalah Produsen – Konsumen. CV. Lahan Mas juga menggunakan jenis saluran distribusi langsung yaitu dari produsen langsung kepada konsumen. Saluran distribusi ini digunakan CV. Lahan Mas dalam menyalurkan produk beras Cap Kura- Kura, Cap Anak Ayam, Cap Telur Mas, dan Cap Orang Sehat. Jika konsumen membeli langsung ke pabrik harga yang ditawarkan produsen kepada konsumen sama dengan harga yang ada pada penyalur CV. Lahan Mas.

PEMBAHASAN

Strategi yang digunakan CV. Lahan Mas yaitu strategi distribusi intensif. Dengan menyalurkan produk berasnya pada banyak tempat seperti ke pasar lokal pasar tradisional dan toko-toko kecil hingga pada luar kota. Hal tersebut sesuai dengan teori Madura (2007: 226) yang menyatakan distribusi intensif adalah strategi distribusi yang menempatkan produk dagangannya pada banyak *retailer* (pengecer) di berbagai tempat. Semua itu dimaksudkan untuk mempercepat pemenuhan kebutuhan akan barang. Semakin cepat konsumen terpenuhi kebutuhannya, konsumen makin merasakan ada kepuasan tersendiri akan barang tersebut. Teknik ini sangat cocok digunakan untuk produk atau barang kebutuhan pokok sehari-hari yang memiliki permintaan dan tingkat konsumsi yang tinggi. Contoh seperti beras.

Distribusi yang dilakukan oleh CV. Lahan Mas bertujuan untuk menyalurkan produk berasnya sampai kepada konsumen, membantu melancarkan proses produksi dan membantu pemenuhan kebutuhan konsumen akan beras. secara umum proses distribusi produk CV Lahan Mas ada dua. 1) pengangkutan, CV. Lahan Mas memiliki alat angkut transportasi untuk pengangkutan produk berasnya bagi konsumen yang membeli dalam jumlah banyak minimal 10 ton tanpa harus dipungut biaya transportasi; dan 2) penjualan dan Pembelian, adanya perpindahan produk dari CV. Lahan Mas kepada pasar dan toko hingga ke konsumen melalui proses jual beli, dimana konsumen membayarkan sejumlah uang berdasarkan jumlah produk yang diinginkan. Kedua proses, pengangkutan yang berarti perpindahan barang dari pabrik ke toko dan ke konsumen dilanjutkan proses penjualan dan pembelian memberikan keuntungan bagi CV. Lahan Mas. Adanya proses distribusi ini memberikan keuntungan bagi CV. Lahan Mas.

Distribusi CV. Lahan Mas membantu menyelesaikan transaksi CV. Lahan Mas dan menangani transaksi yang sudah selesai dengan saluran yang sudah dirancang. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler dalam Nurmalina (2014: 84) distribusi adalah proses memindahkan barang dari produsen ke konsumen dengan membantu menyelesaikan transaksi dan menangani transaksi yang sudah selesai dengan saluran yang sudah dirancang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Saluran distribusi yang akan digunakan menjamin tersedianya produk dipasar. CV. Lahan Mas dalam memilih saluran distribusi mempertimbangkan beberapa faktor yakni:

1. Sifat barang, produk yang dihasilkan CV. Lahan Mas yaitu beras dimana sifat beras tidak cepat rusak dan tahan lama.
2. Sifat penyebaran, CV. Lahan Mas memiliki konsumen yang banyak baik di Kabupaten Jember dan luar Kabupaten Jember sehingga untuk penyebaran produknya selalu dekat dengan lokasi konsumen potensialnya seperti di pasar dan supermarket.
3. Biaya, penggunaan saluran distribusi yang panjang akan menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga harga lebih tinggi. CV. Lahan Mas memberikan harga khusus untuk pembelian dalam jumlah banyak, memberikan fasilitas antar untuk wilayah Kabupaten Jember dan melayani

pembelian langsung ke konsumen sehingga biaya yang dikenakan tidak terlalu banyak dan perbedaan harga tidak jauh.

4. Jumlah pembelian, CV. Lahan Mas dalam menentukan saluran distribusi melihat konsumen potensial yang loyal terhadap produknya seperti toko yang ada di pasar dengan melihat pembelian lancar setiap bulannya.

Hal tersebut sesuai dengan teori Nitisemito dalam Rahayu (2015: 4) yakni: 1) sifat barang, produk yang dihasilkan CV. Lahan Mas yaitu beras dimana sifat beras tidak cepat rusak dan tahan lama; 2) sifat penyebaran, CV. Lahan Mas memiliki konsumen yang banyak baik di Kabupaten Jember dan luar Kabupaten Jember sehingga untuk penyebaran produknya selalu dekat dengan lokasi konsumen potensialnya seperti di pasar dan supermarket; 3) biaya, penggunaan saluran distribusi yang panjang akan menimbulkan biaya yang lebih besar sehingga harga lebih tinggi. CV. Lahan Mas memberikan harga khusus untuk pembelian dalam jumlah banyak, memberikan fasilitas antar untuk wilayah Kabupaten Jember dan melayani pembelian langsung ke konsumen sehingga biaya yang dikenakan tidak terlalu banyak dan perbedaan harga tidak jauh; dan 4) jumlah pembelian, CV. Lahan Mas dalam menentukan saluran distribusi melihat konsumen potensial yang loyal terhadap produknya seperti toko yang ada di pasar dengan melihat pembelian lancar setiap bulannya.

CV. Lahan Mas dalam mendistribusikan produk selalu dibantu dengan perantara yaitu *wholesaler* dan *retailer*. Hal tersebut sesuai dengan teori Suryanto (2016: 2) yang menyatakan bahwa distribusi produk adalah kegiatan usaha yang sangat penting dilakukan. Distribusi produk membantu usaha untuk menyampaikan produk langsung kepada konsumen akhir. Distribusi memegang peranan penting dalam menjamin produk yang dipasarkan supaya produk tersebut tersedia merata. Perusahaan biasanya memanfaatkan agen dan distributor untuk pendistribusian produk mereka. Perusahaan membutuhkan mitra untuk membantu distribusi produk kepada konsumennya.

Alur distribusi CV Lahan Mas dimulai dari staff pemasaran yang akan menerbitkan nota berdasarkan *purchase order* dan kemudian dilanjutkan kepada pekerja *packing* dan supir untuk mempersiapkan produk. Setelah itu, ketika sudah didistribusikan produknya pekerja dari CV. Lahan Mas memberikan nota yang telah diberikan kepada pasar dan toko sebagai bukti bahwa produk sudah sampai. Nota yang diberikan berisikan jumlah pembayaran yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Ada tiga sitem pembayaran pada CV. Lahan Mas yaitu biasanya membayar *down payment* ketika melakukan *purchase order*, ada yang langsung membayar lunas sebelum produk sampai ke lokasi dan ada juga yang membayar ketika produk sudah sampai ke lokasi.

Ada 2 jenis saluran distribusi tidak langsung produk CV. Lahan Mas. yaitu Produsen – *Wholesaler* - *Retailer* – Konsumen dan Produsen – *Retailer* – Konsumen dan satu jenis saluran distribusi langsung yang digunakan CV. Lahan Mas yaitu Produsen Langsung pada Konsumen. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Shinta (2011: 91) yang menyatakan bahwa jenis-jenis saluran distribusi adalah

1. Produsen – konsumen

Bentuk saluran distribusi produsen – konsumen adalah jenis saluran distribusi yang paling pendek dan sederhana karena tanpa menggunakan perantara. Pada saluran distribusi jenis ini, produsen menjual barang yang dihasilkannya langsung mendatangi konsumen atau konsumen yang mendapatkan produsen.

2. Produsen – *retailer* - konsumen

Bentuk saluran ini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar yang dilakukan untuk para *retailer* (pedagang pengecer) dan tidak melayani penjualan kepada konsumen. Selanjutnya, pembelian yang dilakukan oleh konsumen dilayani oleh *retailer*.

3. Produsen – *wholesaler* – *retailer* – konsumen

Pada saluran distribusi ini, produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar yang dilakukan untuk *wholesaler* (pedagang besar) saja, dan tidak menjual kepada *retailer*. Pembelian oleh *retailer* dilayani *wholesaler* dan pembelian oleh konsumen dilayani hanya oleh *retailer* saja.

PENUTUP

Strategi distribusi yang digunakan oleh CV. Lahan Mas adalah strategi distribusi intensif. Penerapan strategi distribusi intensif dilihat dari barang yang akan didistribusikan dan banyaknya perantara yang digunakan. Produk CV. Lahan Mas adalah Beras yaitu kebutuhan pokok masyarakat dan dalam pendistribusian produknya selalu dibantu oleh perantara yang disebut saluran distribusi. Saluran distribusi yang digunakan CV. Lahan Mas memberikan kemudahan akses yang cepat untuk memenuhi permintaan dan konsumsi yang tinggi bagi konsumen di wilayah Jember dan luar wilayah Jember. Distribusi yang digunakan oleh CV. Lahan Mas ada 2 yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Distribusi langsung yang digunakan CV. Lahan Mas menggunakan jenis saluran Produsen - Konsumen yaitu CV. Lahan Mas menyalurkan produk beras cap Topi dan produk beras cap Orang Sehat. Distribusi tidak langsung yang digunakan CV. Lahan Mas menggunakan 2 jenis saluran, yang pertama yaitu produsen- *wholesaler*- *retailer*- konsumen. Produk yang didistribusikan dalam saluran ini yaitu produk cap Kura-Kura dan cap Orang Sehat. Jenis Saluran distribusi yang kedua yaitu produsen- *retailer*- konsumen. Saluran distribusi ini digunakan untuk pendistribusian beras di wilayah Kabupaten Jember dan luar wilayah Kabupaten Jember. Produk yang didistribusikan yaitu produk beras cap Kura-Kura, cap Anak Ayam, cap Telur Mas, dan cap Orang Sehat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Madura, Jeff. 2007. *Pengantar Bisnis Edisi 4*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nurmalina, Rita. 2014. *Pemasaran Konsep dan Aplikasi*. Bogor: IPB Press.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Suryanto, Mikael Hang. 2016. *Sistem Operasional Manajemen Distribusi*. Jakarta: PT. Grasindo.

Jurnal

- Rahayu, Sherly. 2015. *Analisis Pelaksanaan Strategi Distribusi Fisik Produk Handphone Smartfren*. Jom FISIP 2(2): 1-8.

Internet

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. 2018. *Produksi Padi Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur* [serial online] <https://jatim.bps.go.id/dynamictable/2018/11/05/429/produksi-padi-gkg-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-timur-januari-desember-2018-ton-.html>. Diakses pada tanggal 7 September 2019.