

---

## **Analisis Saluran Distribusi Di Pt. Awet Sarana Sukses Gorontalo**

Alpianto Zakaria<sup>1</sup>, Idris Yanto Niode<sup>2</sup>, Andi Juanna<sup>3</sup>

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>1</sup>*

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>2</sup>*

*Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Indonesia<sup>3</sup>*

*E-mail: [alpiantozakaria@gmail.com](mailto:alpiantozakaria@gmail.com)*

---

**Abstract:** *This study aims to determine and describe (1) the effectiveness of distribution channels at PT. Awet Sarana Sukses Gorontalo City (2) factors that influence distribution channels at PT. Durable Means of Success Gorontalo City. Data collection was obtained from the results of observations, questionnaires, interviews and documentation. Then the data analysis used descriptive statistical analysis. The results showed that (1) The average score of distribution channel effectiveness at PT. The durability of the means of success in Gorontalo City is 91.02% which is in the "effective" criteria. This shows that PT. Awet Sarana Sukses Gorontalo City is able to carry out distribution properly according to the target where the type of distribution channel applied by PT. durable Sarana Sukses is an intensive distribution channel where the distribution strategy places its products in many outlets/stores and retailers in various places. This intensive distribution is effectively used for convenience goods or daily necessities that do not take up space and do not require the expertise of a salesperson, such as cigarettes, bath soap, and basic necessities. (2) The average score of the factors that affect the distribution channel at PT. The durability of the means of success for the City of Gorontalo is 88.12% which is in the "fairly effective" criteria. These results indicate that the important factors in the distribution channel are the market, product, intermediary and company where from these four aspects the intermediary and product factors have achieved the best (effective) results, but for the market and company it is still not optimal. The company factor becomes the most crucial influence because the company must be more optimal in carrying out internal management and control in a concrete distribution channel by mapping distribution channels based on the geographical aspect of the Gorontalo Province area and adopting two methods of distribution, namely intensive and selective as well as improving facilities and infrastructure for distribution. which is more effective and efficient so that the contribution of the marketing margin can be obtained as an economic added value for PT. Durable Means of Success Gorontalo City.*

**Keywords:** *Distribution Channel; PT Awet Sarana Sukses*

---

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan (1) efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo (2) faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo . Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan analisis deskriptif statistik. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Rata-rata skor efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 91,02% yang berada pada kriteria yang "efektif". Hal ini menunjukkan bahwa PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo mampu untuk melakukan distribusi dengan baik sesuai dengan target dimana Jenis saluran distribusi yang di terapkan PT. awet Sarana Sukses adalah saluran distribusi intensif dimana strategi distribusi yang menempatkan produknya pada banyak outlet/toko dan pengecer diberbagai tempat. Distribusi intensif ini efektif digunakan untuk barang-barang convenience atau barang-barang kebutuhan sehari-hari yang tidak memakan tempat dan tidak memerlukan keahlian tenaga penjual, seperti rokok, sabun mandi, dan sembako. (2) Rata-rata skor Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 88,12% yang berada pada kriteria yang "cukup efektif". Hasil ini menunjukkan bahwa faktor penting dalam saluran distribusi adalah pasar, produk, perantara dan perusahaan dimana dari empat aspek ini faktor perantara dan produk sudah mencapai hasil yang terbaik (efektif), namun untuk pasar dan perusahaan masih belum maksimal. Faktor perusahaan menjadi paling krusial pengaruhnya karena perusahaan harus lebih optimal dalam melakukan manajemen dan pengendalian intern dalam saluran distribusi yang konkritnya dengan melakukan pemetaan saluran distribusi berdasarkan aspek geografis wilayah Provinsi Gorontalo dan mengadopsi dua cara dalam distribusi yakni intensif dan selektif serta meningkatkan sarana dan prasarana untuk distribusi yang lebih efektif dan efisien sehingga

sumbangan margin pemasaran dapat diperoleh sebagai nilai tambah ekonomis bagi PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo.

**Kata Kunci:** Saluran Distribusi; PT Awet Sarana Sukses

## **PENDAHULUAN**

Saluran distribusi terdiri dari beberapa bagian yang saling terkait dan mempengaruhi, beberapa bagian tersebut antara lain adalah supplier, produsen, distributor dan retailer serta konsumen. PT. Awet Sarana Sukses adalah salah satu perusahaan distributor produk perusahaan Wings Surya, adapun produk-produk yang didistribusikan yakni Non Food seperti Boom, Daia, So Klin, Pewangi So Klin, Softener So Klin, Liquefied Detergent, Cream Detergent, So Klin Fresly, So Klin Rapika, So Klin Lantai, emeron Han and Body Lotion, Kodomo Zinc Shampo dan sebagainya. Adapun untuk produk Food seperti Ale-Ale, Enerjos Floridina, Milk Jus, Jas Jus, Kecap Sedap, Mie Sedap, Segar Dingin, The Javana, The Rio, Top Coffe, Potabee, dan lain sebagainya.

Omzet penjualan mengalami fluktuasi atau naik turunnya penjualan pada periode tahun 2018 dikarenakan keterlambatan dalam proses pengiriman barang ke konsumen, kesalahan penginputan data berupa nama dan kode barang yang dilakukan oleh perusahaan yang menyebabkan konsumen mengembalikan barang yang sudah diantarkan, dan juga sering terjadinya Turnover karyawan sehingga menyebabkan ketidaktahuan tempat pengiriman barang oleh karyawan baru di PT. Awet Sarana Sukses.

Dari permasalahan di atas, hal ini disebabkan belum maksimalnya proses atau sistem distribusi yang dilakukan oleh PT. Awet sarana sukses, khususnya karyawan yang terlibat langsung dalam proses penjualan. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul "Analisis Saluran Distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Gorontalo"

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Saluran Distribusi**

Menurut Kotler and Amstrong (Hafizk setyadi, Ahmad Fauzi, 2015: 3) Saluran distribusi merupakan sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau menggunakan bisnis.

### **Penentuan Saluran Distribusi**

Indikator saluran distribusi menurut Keegan dalam Koesworodjati (2016: 98) sebagai berikut (1) Tempat, yaitu ketersediaan produk atau jasa di suatu lokasi yang nyaman bagi pelanggan potensial. (2) Waktu, yaitu ketersediaan produk atau jasa yang diinginkan oleh seorang pelanggan. (3) Bentuk, yaitu produk diproses, disiapkan dan siap dimanfaatkan serta dalam kondisi yang tepat. (4) Informasi, yaitu jawaban atas pertanyaan dan komunikasi umum mengenai sifat-sifat produk yang berguna serata manfaat yang tersedia.

### **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi**

Hal-hal yang perlu dipertimbangkan menurut Tjiptono (2008) meliputi pertimbangan pasar, produk, perantara, dan perusahaan (1) Pertimbangan Pasar (2) Pertimbangan Produk (3) Pertimbangan Perantara (4) Pertimbangan Perusahaan.

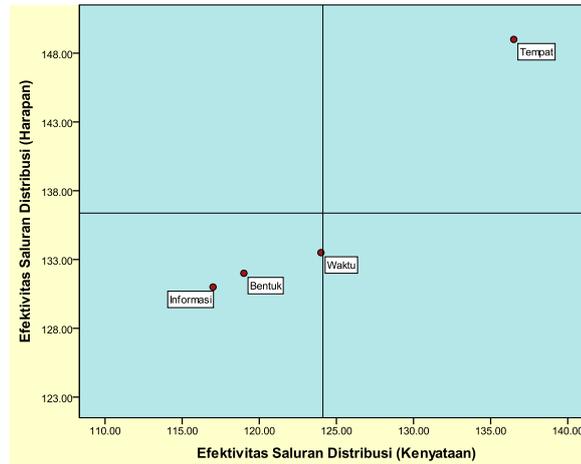
## **METODE PENELITIAN**

Lokasi penelitian di PT. Awet Sarana Sukses Cabang Gorontalo. Pengumpulan data diperoleh dari hasil observasi, kuisioner, wawancara dan dokumentasi. Kemudian analisis data menggunakan analisis deskriptif statistik

## HASIL

### Efektivitas saluran distribusi

Hasil analisis mengenai efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo disajikan berikut ini:



**Gambar 1: Hasil Analisis IPA efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo**

Berdasarkan gambar di atas maka dapat disusun rangkuman dari Efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo berikut ini:

**Tabel 2: Rangkuman Efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo**

No	Pernyataan				Indikator	
	Kinerja (Kenyataan)	Kepentingan (Harapan)	Capaian (%)	Kriteria Efektivitas	Capaian (%)	Kriteria Efektivitas
A1	131.00	149.00	87.92	Cukup Efektif	91.61	Efektif (Pertahankan Prestasi)
A2	142.00	149.00	95.30	Efektif		
A3	131.00	138.00	94.93	Efektif	92.81	Efektif (Prioritas rendah)
A4	117.00	129.00	90.70	Efektif		
A5	119.00	129.00	92.25	Efektif	90.20	Efektif (Prioritas rendah)
A6	119.00	135.00	88.15	Cukup Efektif		
A7	112.00	137.00	81.75	Cukup Efektif	89.68	Cukup Efektif (Prioritas rendah)
A8	122.00	125.00	97.60	Efektif		
<b>Total</b>	<b>993.00</b>	<b>1,091.00</b>	<b>91.02</b>		<b>Efektif</b>	

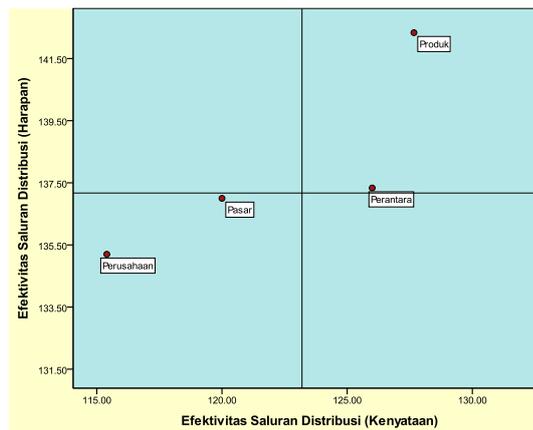
Sumber: Data diolah, 2022

Tabel Rangkuman di atas menunjukkan bahwa rata-rata skor efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 91,02% yang berada pada kriteria yang "efektif". Hal ini menunjukkan bahwa PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo mampu untuk melakukan distribusi dengan baik sesuai dengan target dimana saluran distribusi yang digunakan identik dengan saluran

distribusi intensif namun saluran distribusi selektif juga dilakukan dengan membentuk agen atau pedagang besar pada wilayah yang jangkauannya jauh.

#### Faktor yang mempengaruhi saluran distribusi

Hasil analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo dapat disajikan dalam gambar berikut ini:



**Gambar 2: Hasil Analisis IPA faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo**

Berdasarkan gambar di atas maka dapat disusun rangkuman dari Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo berikut ini:

**Tabel 2: Rangkuman Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo**

No	Pernyataan				Indikator	
	Kinerja (Kenyataan)	Kepentingan (Harapan)	Capaian (%)	Kriteria Efektivitas	Capaian (%)	Kriteria Efektivitas
B1	117.00	134.00	87.31	Cukup Efektif	87.62	Cukup Efektif (Prioritas Rendah)
B2	125.00	132.00	94.70	Efektif		
B3	101.00	139.00	72.66	Kurang Efektif		
B4	137.00	143.00	95.80	Efektif	89.67	Cukup Efektif (Pertahankan Prestasi)
B5	138.00	145.00	95.17	Efektif		
B6	117.00	142.00	82.39	Cukup Efektif	91.71	Efektif (Pertahankan Prestasi)
B7	128.00	140.00	91.43	Efektif		
B8	130.00	139.00	93.53	Efektif		
B9	117.00	135.00	86.67	Cukup Efektif	85.60	Cukup Efektif (Prioritas Rendah)
B10	131.00	138.00	94.93	Efektif		
B11	103.00	138.00	74.64	Kurang Efektif		
B12	100.00	140.00	71.43	Kurang Efektif		
B13	129.00	138.00	93.48	Efektif		
B14	122.00	129.00	94.57	Efektif	85.60	Cukup Efektif (Prioritas Rendah)
B15	123.00	131.00	93.89	Efektif		
<b>Total</b>	<b>1,818.00</b>	<b>2,063.00</b>	<b>88.12</b>	<b>Cukup Efektif</b>		

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel Rangkuman di atas menunjukkan bahwa rata-rata skor Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 88,12% yang berada pada kriteria yang "cukup efektif". Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mampu untuk membuat saluran distribusi menjadi efektif dan efisien, dimana untuk PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sangat bergantung bagaimana pada kinerja dari agen ataupun pedagang besar sehingga distribusi yang dilakukan akan lebih terpusat.

## **PEMBAHASAN**

### **Efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo**

Hasil penelitian ditemukan bahwa rata-rata skor efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 91,02% yang berada pada kriteria yang "efektif". Hal ini menunjukkan bahwa PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo mampu untuk melakukan distribusi dengan baik sesuai dengan target dimana saluran distribusi yang digunakan identik dengan saluran distribusi intensif namun saluran distribusi selektif juga dilakukan dengan membentuk agen atau pedagang besar pada wilayah yang jangkauannya jauh. Jenis Saluran Distribusi yang di terapkan PT. Awet Sarana Sukses adalah saluran distribusi intensif dimana strategi distribusi yang menempatkan produknya pada banyak outlet/toko dan pengecer diberbagai tempat. Distribusi intensif digunakan untuk mendistribusikan produk ke hampir semua saluran sehingga dapat mencapai tingkatan cakupan pasar untuk semua tipe konsumen. Distribusi intensif ini efektif digunakan untuk barang-barang convenience atau barang-barang kebutuhan sehari-hari yang tidak memakan tempat dan tidak memerlukan keahlian tenaga penjual, seperti rokok, sabun mandi, dan sembako

Produsen yang dimaksud adalah principal yang bekerjasama dengan agen yaitu PT. Awet Sarana Sukses dalam mendistribusikan produk-produk barang harian. Pengecer yang dimaksud adalah toko-toko besar dan kecil yang ada di setiap-setiap daerah. Dengan kata lain PT. Awet Sarana Sukses melayani pengecer dalam memesan suatu produk. Sedangkan pengecer disini adalah menyampaikan atau menjual produk yang telah diambil secara langsung pada PT. Awet Sarana Sukses atau yang telah dikirim oleh agen distributor. Distribusi yang digunakan oleh PT. Awet Sarana Sukses termasuk distribusi intensif.

PT. Awet Sarana Sukses merupakan suatu agen dari produsen, dimana produsen memilih agen sebagai penyalurnya. Agen menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasarannya penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer. Hasil ini sesuai dengan pendapat dari Tjiptono (2015) bahwa supaya mendapatkan keuntungan yang maksimal, maka membutuhkan strategi distribusi yang tepat supaya produk dapat sampai ke tangan konsumen. Perusahaan distributor, cenderung menggunakan strategi distribusi intensif agar lebih pendek dan manfaat margin pemasaran kembali pada perusahaan distributor tersebut. Dalam strategi ini akan menempatkan produk pada pengecer (retailer) serta beberapa distributor di berbagai tempat. Strategi ini cocok diterapkan dalam produk-produk kebutuhan sehari-hari, seperti sembako, sabun, rokok, dan lain-lain.

### **Urgensi faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo**

Hasil penelitian ditemukan bahwa rata-rata skor Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 88,12% yang berada pada kriteria yang "cukup efektif". Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat berbagai faktor yang mampu untuk membuat saluran distribusi menjadi efektif dan efisien, dimana untuk PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sangat bergantung bagaimana pada kinerja dari agen ataupun pedagang besar sehingga distribusi yang dilakukan akan lebih terpusat. Faktor penting dalam saluran distribusi adalah pasar, produk, perantara dan perusahaan dimana dari empat aspek ini faktor perantara dan produk sudah mencapai hasil yang terbaik (efektif), namun untuk pasar dan perusahaan masih belum maksimal. Faktor perusahaan menjadi paling krusial pengaruhnya karena perusahaan harus lebih optimal dalam melakukan manajemen dan pengendalian intern dalam saluran distribusi yang konkritnya dengan melakukan pemetaan saluran distribusi berdasarkan aspek geografis wilayah Provinsi Gorontalo dan mengadopsi dua cara dalam distribusi yakni intensif dan selektif serta meningkatkan sarana dan prasarana untuk distribusi yang lebih efektif dan efisien sehingga sumbangan margin pemasaran dapat diperoleh sebagai nilai tambah ekonomis bagi PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo.

Untuk optimalisasi sarana dan prasarana dalam perusahaan, berikut adalah Armada yang digunakan oleh Perusahaan PT. Awet Sarana Sukses untuk Penyaluran Barang ke Toko Grosir dan Warung Kecil.

**Tabel 3: Kendaraan PT. Awet Sarana Sukses**

No	Jenis Kendaraan	Jumlah
1.	Mobil Double Ban	17
2.	Mobil Engkel	15
3.	Fuso	2
4.	Motor	3

Dalam hal ini PT. Awet Sarana Sukses menyalurkan saluran distribusi barang dengan menggunakan armada seperti di atas, untuk pembagian penyaluran barang ke Outlet besar perusahaan menggunakan mobil Double ban dan mobil engkel, untuk pengecer atau toko-toko kecil perusahaan menggunakan motor dan mobil Fuso. Sarana dan prasarana di atas tentunya belum begitu memadai untuk sales motor padahal dengan sales ini wilayah untuk Kota Gorontalo, Bone Bolango dan Kabupaten Gorontalo yang dekat-dekat bisa dijangkau dan tentu akan lebih hemat biaya untuk saluran distribusinya terlebih lagi saluran distribusi menjadi lebih pendek dimana dari PT Awet Sarana Sukses langsung pada pengecer. Dalam menentukan wilayah distribusi PT. Awet Sarana Sukses membagi penyaluran barang di Kota Gorontalo menjadi kecamatan atau kelurahan, begitu juga dengan Kabupaten Gorontalo, Kabupaten Gorontalo Utara, Kabupaten Bone Bolango.

Pada hasil analisis faktor yang mempengaruhi saluran distribusi faktor yang paling kurang optimal adalah perusahaan, dimana aspek perusahaan yang dimaksud adalah manajemen perusahaan dalam hal finansial pemasaran, operasional dan pengembangan SDM. Analisa pengelolaan usaha distribusi dilakukan dengan menganalisa jalannya fungsi manajemen yang ada di PT. Awet Sarana Sukses.

#### 1. Pemasaran

Aktivitas pengorganisasian pada bagian pemasaran PT. Awet Sarana Sukses dilakukan dengan adanya pembagian wewenang beserta pekerjaan antara supervisor dan tenaga penjual (salesman). Selain itu juga terdapat pembagian area pemasaran untuk setiap tenaga penjual yang ada. Hal ini dimaksudkan untuk membagi wilayah secara adil dan memastikan jangkauan pemasaran perusahaan sendiri. Koordinasi pekerjaan antara tenaga penjual dengan supervisor dilakukan dengan cara membagi target omzet yang secara keseluruhan yang kemudian oleh supervisor, target tersebut dibagi berdasarkan jumlah tenaga penjual yang ada.

PT. Awet Sarana Sukses mengkaji beberapa alternatif saluran dan memutuskan rancangan saluran yang terbaik, maka perusahaan harus mengimplementasikan dan mengelola saluran yang telah dipilih tersebut. Manajemen saluran menuntut diadakannya pemilihan dan pemberian motivasi kepada masing-masing anggota saluran dan pengevaluasian kinerja mereka dari waktu ke waktu. Memilih anggota saluran distribusi Produsen berbeda dalam kemampuannya menarik perantara yang memenuhi syarat dalam saluran pemasaran yang berkualitas. Produsen yang merasa mudah atau sulit mendapatkan perantara, setidaknya mereka harus menentukan karakteristik apa yang membedakan perantara yang lebih baik.

Menurut Kotler dan Keller (2007) bahwa Perusahaan perlu memandang perantaranya sebagaimana ia memandang pengguna akhirnya. Perantara harus dimotivasi untuk melakukan tugasnya dengan baik. Syarat-syarat yang membawa mereka untuk bergabung dalam saluran pemasaran itu sebagai pendorong, namun hal ini harus ditambah dengan pelatihan, supervisi, dan desakan. Namun PT. Awet Sarana Sukses ada cara tersendiri untuk memotivasi anggota dengan cara memberikan insentif yaitu mengaitkan gaji dengan produktivitas, berupa penghargaan bentuk uang yang diberikan kepada mereka yang dapat bekerja dengan baik atau melampaui batas yang telah ditentukan, jadi selain ada gaji pokok ada juga insentif-insentif yang dapat merangsang kinerja mereka agar lebih baik dalam berkerja.

Perusahaan harus mengevaluasi kinerja anggota berdasarkan standar seperti pencapaian kuota penjualan, tingkat persediaan rata-rata, waktu pengiriman kepada pelanggan, penanganan barang rusak dan hilang, dan kerja sama dalam program promosi dan pelatihan. Menurut Kotler

dan Keller 2007 bahwa Perantara yang tidak berkinerja bagus perlu dinasihati, dilatih kembali, dimotivasi kembali, atau diberhentikan sama halnya dengan PT. Awet Sarana Sukses.

2. Operasional

Pengorganisasian pada fungsi operasional dilakukan dengan melakukan pembagian antara bagian gudang, administrasi dan delivery (pengiriman barang). Pada bagian gudang, dikepalai oleh kepala gudang yang bertanggung jawab atas semua barang digudang beserta tata letak barang dan jumlah barang yang keluar masuk gudang. Kepala gudang membawahi administrasi gudang, sopir dan helper. Administrasi gudang bertanggung jawab atas jumlah barang yang keluar masuk gudang, bongkar-muat barang serta kesesuaian antara stok fisik dan stok di komputer. Sopir dan helper bertanggung jawab atas barang beserta proses pengiriman barang kepada outlet yang bersangkutan.

3. Sumber Daya Manusia

Perencanaan pada bagian sumber daya manusia di PT. Awet Sarana Sukses dilakukan dengan adanya analisa kebutuhan karyawan. Untuk gaji, uang makan dan uang lembur juga sudah ada standar tertentu yang ditentukan oleh perusahaan sendiri. Penentuan gaji disesuaikan dengan standar kota Gorontalo untuk masing-masing jabatannya. Sedangkan untuk uang makan diberikan kepada sopir dan helper setiap harinya yang sudah termasuk kedalam biaya pengiriman. Aktivitas pengarahan pada fungsi sumber daya manusia dilakukan dengan pemberian motivasi yang disesuaikan dengan bagiannya. Misalkan untuk bagian pemasaran diberikan insentif, kepala gudang dan administrasi gudang juga menggunakan insentif. Selain motivasi, juga dilakukan suatu aktivitas yang dapat meningkatkan kebersamaan dan kedekatan antar karyawan satu dengan lain.

Aktivitas pengendalian pada bagian sumber daya manusia di PT. Awet Sarana Sukses dilakukan dengan melihat hasil kerja dari masing-masing bagian. Bila sampai terjadi kerugian perusahaan akibat ketelodoran karyawan berarti kinerja karyawan kurang baik. Pada bagian sumber daya manusia, kekuatan yang nampak adalah adanya pelatihan bagi karyawan meskipun pelatihan disini hanya sebatas secara internal saja jadi karyawan senior mengajari karyawan baru yang akan bergabung di PT. Awet Sarana Sukses. Namun kelemahan yang nampak dari sumber daya manusia di PT. Awet Sarana Sukses ini adalah tidak adanya standar minimum pendidikan bagi calon karyawan baru.

Hasil analisa lingkungan internal menunjukkan beberapa kekuatan dan kelemahan yang ada pada PT. Awet Sarana Sukses. Kekuatan yang nampak adalah jangkauan wilayah pemasaran melebihi 50% dari area pemasaran di Provinsi Gorontalo, kemampuan tenaga penjual untuk mencapai omzet setiap bulan, gudang dalam kapasitas maksimal, loyalitas karyawan tinggi. Kondisi lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi usaha distribusi produk pada PT. Awet Sarana Sukses meliputi ancaman masuknya pendatang baru dengan skala ekonomis yang bisa dilihat bahwa sampai saat ini pun belum terdapat suatu standar tertentu untuk minimal omzet yang harus didapat pada sekali pengiriman order. Untuk produk yang didistribusikan oleh PT. Awet Sarana Sukses ini termasuk kategori produk yang tidak terdiferensiasi, karena mengingat untuk jenis makanan ringan dan minuman seperti yang didistribusikan ini juga sudah banyak perusahaan manufaktur yang memproduksinya. Hanya saja dari segi rasa, harga dan kualitas pelayanan yang dapat menarik minat lebih konsumen atau outlet.

Pelayanan kepada outlet merupakan kunci utama untuk keberhasilan usaha distribusi ini. Seperti yang dikatakan bapak Romi selaku kepala personalia bahwa pelayanan kepada pelanggan menyangkut hal yang luas dalam usaha distribusi secara keseluruhan. Tidak hanya dari tenaga penjual yang berhubungan langsung dengan outlet, tetapi bagian delivery, gudang, hingga admin juga berkaitan erat dengan pelayanan ini. Sehingga dapat dikatakan pelayanan kepada pelanggan ini berpengaruh luas kepada sebuah perusahaan distribusi karena menyangkut performa organisasi secara keseluruhan.

Secara keseluruhan hasil ini sesuai dengan pendapat dari Oentoro (2010), distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dari produsen sampai ke tangan konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu yang dibutuhkan. Dalam kegiatan distribusi, terdapat aspek fisik dan non fisik supaya alur pemasarannya lancar. Aspek fisik berkaitan dengan lokasi pemindahan atau penyaluran produk. Sementara aspek non fisik berkaitan dengan pengetahuan penjual (produsen) mengenai apa yang diinginkan oleh konsumen dan konsumen juga harus mengetahui produk apa

yang dijual oleh produsen. Dalam distribusi sangatlah penting untuk dilakukan upaya manajemen distribusi agar saluran distribusi menjadi lebih pendek dan memberikan manfaat yang lebih banyak bagi perusahaan distributor tersebut.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat beberapa simpulan yakni:

1. Rata-rata skor efektivitas saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 91,02% yang berada pada kriteria yang "efektif". Hal ini menunjukkan bahwa PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo mampu untuk melakukan distribusi dengan baik sesuai dengan target dimana Jenis saluran distribusi yang di terapkan PT. awet Sarana Sukses adalah saluran distribusi intensif dimana strategi distribusi yang menempatkan produknya pada banyak outlet/toko dan pengecer diberbagai tempat. Distribusi intensif ini efektif digunakan untuk barang-barang convenience atau barang-barang kebutuhan sehari-hari yang tidak memakan tempat dan tidak memerlukan keahlian tenaga penjual, seperti rokok, sabun mandi, dan sembako
2. Rata-rata skor Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi di PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo sebesar 88,12% yang berada pada kriteria yang "cukup efektif". Hasil ini menunjukkan bahwa faktor penting dalam saluran distribusi adalah pasar, produk, perantara dan perusahaan dimana dari empat aspek ini faktor perantara dan produk sudah mencapai hasil yang terbaik (efektif), namun untuk pasar dan perusahaan masih belum maksimal. Faktor perusahaan menjadi paling krusial pengaruhnya karena perusahaan harus lebih optimal dalam melakukan manajemen dan pengendalian intern dalam saluran distribusi yang konkritnya dengan melakukan pemetaan saluran distribusi berdasarkan aspek geografis wilayah Provinsi Gorontalo dan mengadopsi dua cara dalam distribusi yakni intensif dan selektif serta meningkatkan sarana dan prasarana untuk distribusi yang lebih efektif dan efisien sehingga sumbangan margin pemasaran dapat diperoleh sebagai nilai tambah ekonomis bagi PT. Awet Sarana Sukses Kota Gorontalo.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan penelitian, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saluran distribusi yang diterapkan PT. Awet Sarana Sukses sudah baik, yaitu saluran distribusi intensif. Sebaiknya perusahaan lebih mengoptimalkan saluran distribusi tersebut.
2. Menyiapkan strategi-strategi pemasaran untuk mengantisipasi factor-faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi besar kecilnya volume penjualan.
3. Untuk menjangkau masyarakat/konsumen luar khususnya di daerah-daerah bisa dengan memperluas daerah pemasaran serta menambah jumlah agen-agen terdekat

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Basu Swastha dan Irawan, 2005, Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Gitosudarmo, Indriyo, 2012. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Jurnal Ainur mansururi Fadli, Ahmac Fauzi, Dahlan Fanani, (2014) " Efektivitas Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Penjualan". Di Download dari file:///C:/Users/Notebook/Downloads/Documents/307-1280-1-PB.pdf
- Jurnal M. Hafizk Setyadi, Ahmad Fauzi (2015) " Analisis Rancangan, Seleksi, Dan Pelaksanaan Saluran Distribusi Internasional Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Luar Negeri" Di download dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/926/1110>
- Jurnal Samun Jaja Raharja, Ria Arifianti (2015). " Analisis Saluran Distribusi Hypermarket Di Kota Bandung" Di download dari <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/11542/5333>
- Kotler & Armstrong, 2001, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. (2007). Manajemen Pemasaran. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip, 2002, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prehalindo.

Marius P. Angipora, SE, 2002, Dasar-Dasar Pemasaran. Cet.2. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Philip Kotler, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, Chin Tiong Tan. 1996, Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Education Asia Pte. Ltd

Sastradipoera, Komarrudin. 2003, Manajemen Marketing, Bandung: KAPPA-SIGMA

Skripsi Amalia Rahmah. (2015). " Saluran Distribusi Pada PT. Astra International TBK. Honda Cabang Yogyakarta", Didownload dari [https://eprints.uny.ac.id/28107/1/AmaliaRahmah\\_128081013420.pdf](https://eprints.uny.ac.id/28107/1/AmaliaRahmah_128081013420.pdf)

Skripsi Oky Ardianta. (2013). "Analisis Strategi Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Salama Nusantara". <https://eprints.uny.ac.id/16159/1/Oky%20Ardiyanta.pdf> pada tanggal 4 januari 2019 di Gorontalo

Sugiyono, 2010. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: ALFABETA

William M. Pride dan O.C. Ferrell, 1995, Pemasaran: Teori dan Praktek Sehari-hari Jilid 1. Alih Bahasa: Danial Wirajaya.