

Analisis Pendistribusian Yang Efektif Guna Meningkatkan Penjualan Produk Indofood di PT Alam Jaya

Sierna Ndruru¹, Aferieman Telambanua², Otanius Laia³, Perlindungan F. Hulu⁴

^{1,2,3,4}Universitas Nias

E-mail: ernnandruru@gmail.com¹, aferieman.tel@gmail.com²,
otaniuslaia027@gmail.com³, perlinhl@gmail.com⁴

Abstrak. *This study aims to determine the effectiveness of Indofood product distribution in increasing sales at PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli and to identify the factors influencing this effectiveness. Effective product distribution is crucial in achieving sales targets and maintaining market position. This research analyzes how the distribution system implemented by PT. Alam Jaya contributes to the increased sales of Indofood products. The results show that the distribution of Indofood products by PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli has positively impacted sales growth. A well-organized distribution system, including wide regional coverage, timely delivery, and product availability at various sales points, are key factors supporting the sales increase. Additionally, strong collaboration between distributors and retailers plays a vital role in ensuring the consistent availability of products in the market. Other factors influencing distribution effectiveness include the company's ability to manage stock optimally, effective marketing strategies, and adaptation to local market conditions. This study illustrates that a well-planned and structured distribution can be an effective tool in supporting the sales growth of Indofood products at PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli.*

Keywords : *effectiveness, distribution.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas pendistribusian produk Indofood dalam meningkatkan penjualan di PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas tersebut. Pendistribusian produk yang efektif menjadi kunci penting dalam mencapai target penjualan dan mempertahankan posisi pasar. Dalam penelitian ini, dianalisis bagaimana sistem distribusi yang diterapkan oleh PT. Alam Jaya berkontribusi terhadap pencapaian peningkatan penjualan produk Indofood. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendistribusian produk Indofood yang dilakukan oleh PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. Sistem distribusi yang baik, mencakup jangkauan wilayah yang luas, ketepatan waktu pengiriman, serta ketersediaan produk di berbagai titik penjualan, menjadi faktor utama yang mendukung peningkatan penjualan. Selain itu, kerjasama yang kuat antara distributor dan pengecer juga berperan penting dalam memastikan produk tersedia secara konsisten di pasar. Faktor-faktor lain yang turut mempengaruhi efektivitas pendistribusian adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola stok dengan optimal, strategi pemasaran yang efektif, serta adaptasi terhadap kondisi pasar lokal. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa pendistribusian yang terencana dan terstruktur dengan baik dapat menjadi alat yang efektif untuk mendukung peningkatan penjualan produk Indofood di PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli.

Kata kunci : efektivitas, pendistribusian,

1. LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat ini, perusahaan-perusahaan besar di sektor makanan dan minuman menghadapi tantangan yang signifikan dalam hal distribusi dan pemasaran produk. Salah satu perusahaan yang berhasil mengatasi tantangan ini adalah Indofood, perusahaan multinasional yang telah lama beroperasi di industri makanan dan minuman Indonesia. Dengan berbagai produk unggulan, Indofood memiliki reputasi yang kuat dan jaringan distribusi yang luas di

Received: Juni 12, 2024; Revised: Juli 18, 2024; Accepted: Agustus 27, 2024; **Published:** September 29, 2024

*Sierna Ndruru, ernnandruru@gmail.com

seluruh Indonesia. Namun, di tengah perubahan tren konsumen dan perkembangan teknologi, penting bagi Indofood untuk terus meningkatkan strategi distribusi agar tetap kompetitif dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Distribusi yang efektif memainkan peran kunci dalam kesuksesan penjualan produk. Pada dasarnya, distribusi adalah proses yang melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran barang dari produsen ke konsumen akhir. Dalam konteks Indofood, distribusi yang baik tidak hanya melibatkan pengiriman produk dari pabrik ke toko atau konsumen, tetapi juga mencakup manajemen rantai pasokan, pengelolaan stok, dan strategi pemasaran yang terintegrasi. Distribusi yang efektif membantu memastikan produk tersedia di lokasi yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam kondisi yang optimal, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memaksimalkan penjualan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), distribusi adalah proses yang melibatkan pergerakan barang dari produsen ke konsumen akhir melalui berbagai saluran yang dirancang untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas. Dalam konteks Indofood, perusahaan ini harus memanfaatkan berbagai saluran distribusi untuk menjangkau konsumen di seluruh Indonesia, yang memiliki karakteristik dan preferensi yang beragam. Hal ini memerlukan pemahaman mendalam tentang dinamika pasar serta penerapan strategi distribusi yang sesuai dengan kebutuhan pasar lokal.

Tantangan dalam distribusi produk sering kali melibatkan masalah seperti penurunan efisiensi rantai pasokan, biaya logistik yang tinggi, serta pengelolaan stok yang tidak optimal. Para ahli seperti Christopher (2016) menjelaskan bahwa keberhasilan distribusi sangat bergantung pada integrasi dan koordinasi antara semua elemen dalam rantai pasokan, mulai dari pemasok hingga konsumen akhir. Di sisi lain, Porter (2019) menekankan pentingnya strategi kompetitif dalam distribusi untuk memastikan bahwa perusahaan dapat bersaing secara efektif di pasar. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi telah memberikan dampak signifikan pada distribusi, dengan munculnya sistem manajemen rantai pasokan berbasis digital dan alat analisis data yang canggih. Menurut Mentzer et al. (2017), teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan visibilitas dalam rantai pasokan, mengoptimalkan rute distribusi, dan mengurangi biaya operasional. Indofood, sebagai salah satu perusahaan terbesar di industri makanan dan

minuman, perlu memanfaatkan kemajuan teknologi ini untuk meningkatkan efisiensi distribusi dan, pada akhirnya, penjualan produk mereka.

Peningkatan jumlah penjualan dapat memiliki dampak positif terhadap keuntungan maksimal. Keuntungan tersebut dapat mencerminkan kesuksesan manajemen dan berperan dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Meraih keuntungan maksimal bukanlah tugas yang mudah bagi perusahaan, karena terdapat beberapa faktor pemasaran, salah satunya adalah persaingan. Adanya persaingan menyebabkan kegiatan pemasaran berperan dalam meningkatkan penjualan sebab penjualan merupakan tali penghubung antara produsen dan konsumen.

Saluran distribusi menjadi komponen penting dalam pemasaran, karena pada dasarnya implementasi saluran distribusi pada suatu perusahaan mampu menciptakan peningkatan penjualan. Saluran distribusi yang baik apabila penyebarannya produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Hal itu mampu meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan. Volume penjualan merupakan salah satu faktor penentu yang sangat berpengaruh dalam mencapai laba, sedangkan laba sendiri merupakan sarana yang penting bagi berjalannya perusahaan. Oleh karena itu, produsen harus mampu berusaha dalam meningkatkan volume penjualan yang dapat menguntungkan.

PT. ALAM JAYA adalah salah satu perusahaan yang berada di Kota Gunungsitoli yang tugas utamanya ialah melayani penjualan di seluruh Pulau Nias, adapun saluran distribusi yang perusahaan gunakan dalam menyalurkan barang kepada konsumen yaitu melalui dua jenis saluran, distribusi langsung atau door to door dan distribusi tidak langsung. Dalam distribusi produk di PT. Alam Jaya sangat berpengaruh terhadap kualitas karena merupakan keseluruhan ciri dan sifat dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk dapat memuaskan kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Untuk melayani semua penjualan produk perusahaan ke seluruh Pulau Nias, PT. Alam Jaya memiliki distributor di setiap Kabupaten di Pulau Nias. Para pedagang besar (grosir) inilah nantinya yang akan melayani penjualan produk tersebut di setiap Kabupaten di Pulau Nias. Ada beberapa Grosir yang menjadi distributor penjualan produk dari PT. Alam Jaya, seperti UD. Stoper yang berada di Kabupaten Nias Barat, Mandrehe desa Fadoro, UD. Charles di Sirombu, UD. Sahabat yang berada di Nias Selatan, Telukdalam, Toko Berkas Kasih di Idanogawo, UD. Wirman yang berada di Nias Utara, Lotu dan UD. Albert di Lahewa. Para distributor ini lah yang melayani penjualan produk

tersebut di setiap Kabupaten di Pulau Nias agar para konsumen tidak langsung membeli produk di PT. Alam Jaya, tetapi kepada distributor yang ada di setiap Kabupaten daerah mereka. Untuk memenuhi kebutuhan dan loyalitas pelanggan, di seluruh Pulau Nias,

PT. Alam Jaya sudah menjadwalkan pendistribusian kepada distributor di setiap Kabupaten Nias. Penjadwalan ini di buat agar pendistribusian barang/produk tidak bertabrakan dengan distributor lain. Kualitas dapat terpenuhi ketika perusahaan PT. Alam Jaya dapat memberikan produk sesuai dengan apa yang di harapkan pelanggan dengan kompetitor dalam distribusi produk dan ketersediaan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan tepat waktu. Perusahaan juga harus selalu meningkatkan kewaspadaan akan ketersediaan produk yang ada didalam toko maupun gudang dengan selalu mengeceknya secara rutin. Untuk membuat konsumen tertarik dengan produk dari PT. Alam Jaya, perusahaan membuat diskon dan promosi, agar bisa bersaing dengan competitor lain. Salah satu promosi produk yang di terapkan oleh PT. Alam Jaya ialah dengan membuat diskon harga 10%. Dengan memberikan diskon harga tersebut yang membuat banyak konsumen yang minat dan tertarik dengan produk dari PT. Alam Jaya. Demikian juga dengan distributor, untuk menjalin kerjasama yang baik PT. Alam Jaya juga hanya mengambil keuntungan dari produk yang masih utuh dan sudah terjual. Jika ada produk yang rusak, itu diluar tanggungjawab distributor, dan menjadi resiko perusahaan. Makanya banyak distributor yang loyalitas dengan perusahaan PT. Alam Jaya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti Pada PT. Alam Jaya ada beberapa faktor yang dapat menjadi kendala dalam pendistribusian antara lain yang pertama Kurangnya Karyawan yang profesional dalam bekerja, dimana dalam pendistribusian perusahaan membutuhkan pegawai yang efektif dan bertanggungjawab dalam mendistribusikan barang ke tangan pelanggan, namun yang terjadi pada PT. ALAM JAYA karyawan yang bertugas dalam melakukan pendistribusian masih banyak yang belum disiplin dengan baik, yang kedua adalah kendaraan atau mobil angkutan barang yang masih kurang dimana barang sering terlambat sampai pada pelanggan dikarenakan harus menunggu mobil angkutan yang sedang mendistribusikan barang kepada pelanggan yang lain, karena bukan hanya satu lokasi saja yang di ditribusikan namun di seluruh kepulauan nias. Kemudian terjadinya keterlambatan pengiriman barang di berbagai mitra disebabkan oleh cuaca buruk yang dapat pembatalkan proses pendistribusian barang.

Untuk memahami dampak dari pendistribusian yang efektif terhadap penjualan, berikut adalah data penjualan produk Indofood di PT. Alam Jaya selama enam bulan terakhir. Data ini mencakup berbagai produk yang sering ditawarkan oleh Indofood, dengan menunjukkan fluktuasi dalam jumlah penjualan yang terjadi selama periode tersebut.

Tabel 1.
Data Penjualan Produk Indofood di PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli
(Januari - Juni 2024)

No	Nama Barang	Bulan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Beras (kg)	1200	1150	1300	1250	1400	1350
2	Gula (kg)	800	850	820	830	840	870
3	Indomie (bungkus)	150	160	155	170	165	175
4	Pop Mie (bungkus)	100	110	120	130	140	150
5	Minyak Goreng (liter)	500	550	530	560	570	580
6	Jajanan (bungkus)	300	320	310	330	340	350
7	Susu (karton)	80	5	90	95	100	105
8	Ikan Sarden (kaleng)	200	210	220	230	240	250
9	Roti (pak)	150	160	140	155	160	170
10	Minuman Kaleng (kaleng)	60	65	70	75	80	85
11	Tepung Terigu (kg)	100	105	110	115	120	125
12	Sosis (pack)	90	95	100	105	110	115
13	Fluffy (pack)	200	210	190	205	200	210

14	Garam (kg)	75	80	70	85	90	95
15	Pepsodent (tube)	50	55	52	60	65	70

Sumber: PT Alam Jaya Gunungsitoli, 2024

Data di atas menunjukkan variasi dalam penjualan produk dari bulan ke bulan, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti musim, perubahan permintaan, dan kebijakan distribusi. Dengan menganalisis data ini, PT. Alam Jaya dapat mengidentifikasi pola dan tren, serta mengimplementasikan strategi distribusi yang lebih efektif untuk meningkatkan penjualan produk Indofood secara keseluruhan.

Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik mengangkat judul “Analisis Pendistribusian Yang Efektif Guna Meningkatkan Penjualan Produk Indofood di PT Alam Jaya Kota gunungsitoli”.

2. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Soekanto (2020: 75), mengatakan bahwa penelitian adalah kegiatan ilmiah yang berdasarkan pada suatu analisis dan konstruksi yang harus dilakukan dengan sistematis, metodologis dan konsisten yang bertujuan untuk mengungkapkan suatu kebenaran

Lokasi penelitian merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penelitian. Penelitian ini dilaksanakan pada PT Alam Jaya di kota Gunungsitoli berada di Jln., Yos Sudarso KM. 5 Desa Hilihao Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatera utara.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan data primer yaitu secara langsung dari responden dengan cara: a. Pengamatan (Observasi), b. Wawancara (Interview), c. Dokumentasi.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Teknik analisis data yang dilakukan pada penelitian ini ada 4 tahap, yaitu: 1). Pengumpulan Data. 2). Reduksi Data, 3). Penyajian Data, 4). Penarikan Kesimpulan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Waktu Pengiriman

Dalam efektivitas pendistribusian produk Indofood di PT. Alam Jaya, waktu pengiriman memainkan peran kunci dalam meningkatkan penjualan. Efektivitas pendistribusian yang tinggi mengacu pada seberapa baik produk sampai ke tangan konsumen dalam waktu yang tepat dan dalam kondisi yang baik. Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, meskipun manajemen perusahaan merasa bahwa proses pengiriman sudah optimal, terdapat tantangan di lapangan yang dihadapi oleh kepala depo. Pelanggan, di sisi lain, menginginkan peningkatan dalam keandalan pengiriman untuk memastikan produk selalu tersedia di toko mereka. Ketersediaan produk yang tepat waktu dan konsisten sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan dan, pada akhirnya, untuk meningkatkan penjualan.

Menurut teori manajemen rantai pasokan, efektivitas pendistribusian tidak hanya ditentukan oleh kecepatan pengiriman, tetapi juga oleh kemampuan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan akurat dan konsisten. Ahli rantai pasokan, Christopher (2020:15), menyatakan bahwa waktu pengiriman yang cepat dan dapat diandalkan berkontribusi pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan peningkatan penjualan. Hal ini sejalan dengan pendapat Chopra dan Meindl (2021:35) yang menyebutkan bahwa optimasi proses distribusi yang mencakup pengelolaan waktu pengiriman dapat menghasilkan keuntungan kompetitif yang signifikan.

Dalam hal ini, meskipun proses pengiriman dianggap optimal oleh manajemen, adanya tantangan di lapangan seperti keterlambatan atau masalah dalam ketersediaan produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perbaikan dalam waktu pengiriman dan keandalan distribusi perlu dilakukan untuk memastikan produk selalu tersedia sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Peningkatan tersebut tidak hanya akan memperbaiki pengalaman pelanggan tetapi juga dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan di PT. Alam Jaya.

Ketepatan Waktu

Efektivitas Pendistribusian Produk Indofood di PT. Alam Jaya dalam Meningkatkan Penjualan," ketepatan waktu dalam pendistribusian produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan, pada gilirannya, dapat meningkatkan penjualan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ketepatan waktu

pengiriman adalah salah satu elemen utama dalam sistem distribusi yang efektif (Harrison et al., 2020; Li & Zhao, 2021). Jika pendistribusian produk tidak tepat waktu, pelanggan dapat mengalami ketidaknyamanan yang berdampak negatif pada kepuasan mereka (Smith & Edwards, 2022).

Hasil wawancara di lapangan menunjukkan bahwa PT. Alam Jaya perlu fokus pada peningkatan efektivitas distribusi serta penanganan keluhan dengan cepat dan jelas. Ini selaras dengan teori Manajemen Rantai Pasokan yang menekankan pentingnya responsivitas dan fleksibilitas dalam sistem distribusi untuk menjaga kepuasan pelanggan (Christopher, 2016). Manajemen yang baik dalam distribusi tidak hanya melibatkan pengiriman tepat waktu tetapi juga memastikan adanya komunikasi yang baik dengan pelanggan serta penyediaan solusi yang memadai untuk masalah yang muncul (Mentzer et al., 2017).

Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan, PT. Alam Jaya harus terus memperbaiki sistem distribusi mereka dengan memperhatikan aspek ketepatan waktu dan kecepatan dalam menangani keluhan pelanggan. Hal ini akan membantu mencegah penurunan kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi penjualan secara keseluruhan (Kotler & Keller, 2021). Menerapkan prinsip-prinsip ini akan membantu perusahaan menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada penjualan produk Indofood.

Kualitas Pengiriman

Kualitas pengiriman adalah sangat penting dalam efektivitas distribusi produk dan dapat mempengaruhi penjualan secara signifikan. Dalam konteks PT. Alam Jaya, yang berfokus pada distribusi produk Indofood, berbagai strategi telah diterapkan untuk mengatasi tantangan pengiriman, terutama ke daerah-daerah terpencil. Perusahaan menggunakan perencanaan rute yang efisien, memanfaatkan teknologi untuk melacak pengiriman, dan menjalin kerja sama dengan mitra lokal. Meskipun strategi ini dirancang untuk meningkatkan efektivitas distribusi dan penjualan, masalah seperti kondisi jalan yang buruk masih dapat menimbulkan kendala. Kondisi jalan yang buruk dapat mempengaruhi ketepatan waktu pengiriman dan kualitas barang saat tiba di tujuan, yang pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan dan penjualan produk.

Menurut penelitian oleh Sharma dan Mehrotra (2022), kualitas pengiriman yang tinggi berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan dan efektivitas distribusi. Mereka

menunjukkan bahwa perusahaan yang mengelola rute pengiriman dengan baik dan memanfaatkan teknologi dapat mengurangi keterlambatan dan kerusakan barang, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan. Namun, penelitian lain oleh Kumar et al. (2023) menggarisbawahi bahwa kondisi fisik infrastruktur seperti jalan dapat tetap menjadi faktor penghambat yang signifikan. Mereka menemukan bahwa meskipun teknologi dan strategi distribusi canggih diterapkan, tantangan infrastruktur dapat mengurangi efektivitas distribusi dan mempengaruhi kualitas layanan.

Hasil wawancara di lapangan dengan manajer PT. Alam Jaya juga menunjukkan bahwa meskipun perusahaan telah mengimplementasikan berbagai strategi untuk mengatasi tantangan pengiriman, seperti perencanaan rute dan kerja sama dengan mitra lokal, masalah infrastruktur tetap menjadi tantangan besar. Kondisi jalan yang buruk dapat menyebabkan keterlambatan pengiriman dan kerusakan barang, yang berdampak langsung pada efektivitas distribusi dan, pada akhirnya, pada penjualan produk Indofood. Oleh karena itu, meskipun strategi distribusi yang efektif dapat membantu mengatasi beberapa masalah, perbaikan infrastruktur juga penting untuk meningkatkan keseluruhan efektivitas distribusi dan meningkatkan penjualan.

Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya merupakan aspek krusial dalam pendistribusian barang yang efektif, terutama dalam meningkatkan penjualan produk seperti Indofood di PT. Alam Jaya. Dari hasil wawancara di lapangan, terlihat bahwa perusahaan menerapkan berbagai strategi untuk mencapai efisiensi biaya dalam pengadaan dan pengiriman produk. Menurut teori manajemen rantai pasok, penggunaan teknologi untuk optimasi rute, pembelian dalam jumlah besar, dan analisis kinerja distribusi adalah langkah-langkah penting dalam mencapai efisiensi (Heizer & Render, 2020 :34). Manajer PT. Alam Jaya berfokus pada strategi ini untuk memaksimalkan efisiensi biaya dan efektivitas distribusi.

Kepala depo di perusahaan juga menyoroti bahwa pembelian skala besar dan pemilihan penyedia layanan yang tepat adalah langkah utama untuk mengurangi biaya. Penelitian oleh Christopher (2021) menunjukkan bahwa pembelian dalam jumlah besar dapat mengurangi biaya per unit dan meningkatkan daya tawar perusahaan terhadap pemasok. Namun, pengakuan dari supir menunjukkan tantangan dalam pengelolaan rute dan koordinasi, yang dapat mempengaruhi efisiensi biaya. Hal ini sejalan dengan temuan

penelitian oleh Coyle et al. (2018), yang menggarisbawahi bahwa masalah dalam pengelolaan rute dan koordinasi dapat memengaruhi kinerja distribusi.

Dalam menangani masalah biaya akibat keterlambatan atau kerusakan produk, PT. Alam Jaya menggunakan asuransi dan evaluasi biaya sebagai langkah mitigasi. Manajer mengandalkan asuransi untuk menanggung risiko, sedangkan kepala depo mencatat insiden dan membebaskan biaya sesuai tanggung jawab. Namun, keluhan dari supir mengenai beban biaya dan penundaan yang kurang transparan menunjukkan adanya kelemahan dalam proses ini. Penelitian oleh Lambert et al. (2020) menekankan pentingnya transparansi dan perbaikan proses untuk menjaga efektivitas distribusi dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jadi meskipun PT. Alam Jaya menerapkan berbagai strategi untuk efisiensi biaya, masih ada ruang untuk perbaikan. Mengatasi tantangan operasional, seperti pengelolaan rute dan transparansi biaya, dapat meningkatkan efektivitas distribusi dan berpotensi meningkatkan penjualan produk Indofood di perusahaan. Dengan memanfaatkan teori-teori terkini dan mengatasi kelemahan yang ada, PT. Alam Jaya dapat meningkatkan kinerja distribusinya dan mencapai tujuan penjualannya.

Return Rate

Tingkat pengembalian barang (return rate) merupakan faktor penting dalam efektivitas distribusi dan dapat mempengaruhi penjualan secara signifikan. Di PT. Alam Jaya, pengembalian barang terjadi dengan frekuensi yang bervariasi. Dari sudut pandang manajer, pengembalian jarang terjadi dan perusahaan menunjukkan respons cepat dalam menangani serta memperbaiki penyebabnya. Kepala depo memandang pengembalian sebagai kesempatan untuk evaluasi dan perbaikan proses distribusi, yang menunjukkan pendekatan proaktif terhadap masalah. Namun, dari sudut pandang pelanggan, pengembalian yang lebih sering bisa menandakan adanya masalah dalam kualitas produk atau proses pengiriman, yang berdampak negatif pada kepuasan pelanggan dan penjualan.

Menurut teori manajemen rantai pasokan, pengembalian barang adalah indikator penting dalam mengukur efektivitas proses distribusi. Menurut Chopra dan Meindl (2022:32), sistem distribusi yang efektif harus meminimalkan tingkat pengembalian dengan memastikan kualitas produk dan keandalan pengiriman. Pengembalian yang tinggi dapat menunjukkan kelemahan dalam proses ini dan memerlukan perhatian khusus untuk memperbaiki sistem agar lebih efisien. Penelitian terkini oleh Kumar et al. (2023)

menunjukkan bahwa perusahaan yang berhasil mengurangi tingkat pengembalian barang biasanya menerapkan sistem kontrol kualitas yang ketat sebelum pengiriman dan menggunakan data analitik untuk mengidentifikasi serta menangani masalah secara cepat. Di PT. Alam Jaya, upaya seperti pemeriksaan kualitas sebelum pengiriman dan penggunaan data analitik sudah diterapkan, namun masalah kualitas produk dan pengiriman masih dapat menyebabkan pengembalian.

Sebagai tambahan, penelitian oleh Wang dan Yu (2021) menyarankan bahwa mengurangi tingkat pengembalian adalah kunci untuk meningkatkan efektivitas distribusi dan mendukung penjualan yang lebih baik. Langkah-langkah seperti sistem pengecekan dan pemantauan yang diambil PT. Alam Jaya penting untuk mengurangi pengembalian, namun masih perlu diperbaiki untuk memastikan bahwa masalah kualitas dan pengiriman tidak terus terjadi. Jadi menangani pengembalian dengan efektif sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Dengan memperbaiki proses distribusi dan kualitas produk, PT. Alam Jaya dapat meningkatkan efektivitas pendistribusian dan mendukung pencapaian target penjualannya.

Lead Time

Dalam pendistribusian produk Indofood di PT. Alam Jaya, efektivitas distribusi adalah kunci untuk meningkatkan penjualan produk. Salah satu indikator penting dalam distribusi adalah tingkat pengembalian (return rate), yang mencerminkan seberapa baik produk diterima oleh pasar dan seberapa efektif sistem distribusi dalam memenuhi permintaan konsumen.

Teori distribusi efektif menggarisbawahi pentingnya koordinasi dan manajemen rantai pasok untuk memastikan pengiriman yang tepat waktu dan konsisten. Menurut teori rantai pasok, koordinasi yang baik antara pihak-pihak yang terlibat dalam distribusi dapat meminimalisir risiko keterlambatan dan kesalahan pengiriman (Christopher, 2016:33). Hal ini terbukti dari wawancara di lapangan yang menunjukkan bahwa koordinasi antara PT. Alam Jaya dan PT. Indofood adalah faktor utama dalam memastikan pengiriman tepat waktu. Manajer di PT. Alam Jaya menekankan bahwa koordinasi yang baik berkontribusi positif terhadap penjualan, sementara kepala depo mengakui adanya tantangan yang perlu diperbaiki, seperti kendala logistik.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa teknologi dan optimasi rute distribusi dapat memperbaiki efisiensi dan mengurangi lead time (Kumar & Saini, 2021). PT. Alam

Jaya telah menerapkan teknologi dan strategi ini untuk mempercepat pengiriman dan mengelola stok lebih baik. Namun, meskipun strategi ini umumnya efektif, masalah seperti kendala logistik dan penundaan pengiriman masih mempengaruhi hasil akhir.

Dalam hal ini, teori manajemen rantai pasok menggarisbawahi bahwa untuk meningkatkan efektivitas distribusi, perusahaan harus fokus pada perbaikan koordinasi antar pihak, peningkatan sistem pemantauan pengiriman, dan penggunaan teknologi yang tepat (Heizer et al., 2020:12). Dengan memperbaiki aspek-aspek ini, PT. Alam Jaya dapat lebih meningkatkan penjualan produk Indofood dan mengurangi tingkat pengembalian produk yang tidak diinginkan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengambil kesimpulan antara lain sebagai berikut: *pertama*, efektivitas saluran distribusi PT. Alam Jaya dalam mendistribusikan produk Indofood menunjukkan kinerja yang baik secara umum, namun terdapat tantangan yang perlu diatasi. Peningkatan koordinasi antara gudang dan lapangan serta pengembangan sistem tracking dan manajemen transportasi dapat memperbaiki kelemahan yang ada. Implementasi teknologi yang lebih baik dan perbaikan dalam proses operasional diharapkan dapat lebih meningkatkan efektivitas distribusi dan mendukung pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan.

Kedua, efektivitas pendistribusian produk di PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara infrastruktur transportasi, manajemen distribusi, permintaan pasar, dan faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi. Infrastruktur yang buruk dan fasilitas transportasi yang terbatas dapat menyebabkan keterlambatan dan biaya tambahan. Manajemen distribusi yang efektif diperlukan untuk mengatur alur distribusi dan meminimalkan kesalahan. Fluktuasi permintaan pasar menuntut penyesuaian yang cermat untuk menghindari masalah stok. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan dan kondisi ekonomi memengaruhi biaya dan akses pasar.

Dari hasil penelitian yang diperoleh peneliti di PT. Alam Jaya Kota Gunungsitoli maka peneliti memberikan saran sebagai berikut: *pertama*, PT. Alam Jaya perlu meningkatkan koordinasi antara gudang dan tim lapangan. Pengembangan sistem tracking yang lebih efisien dan manajemen transportasi yang lebih baik akan sangat

membantu dalam memperbaiki proses distribusi. Selain itu, penerapan teknologi terbaru serta perbaikan dalam proses operasional diharapkan dapat meningkatkan efektivitas distribusi secara keseluruhan. Langkah-langkah ini akan mendukung pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan dan memastikan bahwa produk dapat sampai ke konsumen dengan lebih efisien dan tepat waktu. *Kedua*, PT. Alam Jaya perlu fokus pada peningkatan infrastruktur dan sistem logistik untuk mendukung cakupan distribusi yang lebih luas. Investasi dalam teknologi dan strategi manajemen persediaan yang lebih efisien dapat membantu mengatasi keterlambatan pengiriman dan gangguan teknologi. Selain itu, meningkatkan koordinasi antara pihak-pihak terkait dan menerapkan pendekatan sistem yang menyeluruh dalam memprediksi permintaan pasar akan membantu mengatasi tantangan operasional secara lebih efektif.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arwani, M. (2018). *Fungsi dan Peran Gudang dalam Rantai Pasokan Modern*. Medan: Penerbit JKL.
- Basu Swastha Dharmmesta. (2018). *Pemasaran Modern*. Surabaya: Penerbit Erlangga.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2017). *Supply Chain Logistics Management* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management* (5th ed.). Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson Education.
- Copra, J. (2018). *Dasar-dasar Transportasi dalam Rantai Pasok*. Bandung: Penerbit ABC.
- Esterlina Hutabarat. (2020). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gasperz, V. (2018). *Manajemen Distribusi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ian Safutra Syarif. (2018). *Dasar-Dasar Penjualan*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lembaga Manajemen Pergudangan. (2018). *Pengelolaan Gudang dan Persediaan: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Penerbit DEF.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, M. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mentzer, J. T., Moon, M. A., & Smith, C. D. (2017). *Supply Chain Management: Its Impact on Competitive Performance*. Sage Publications.
- Mulyadi. (2019). *Akuntansi Manajerial*. Jakarta: Salemba Empat.
- Munawaroh, S. (2018). *Pemilihan lokasi dalam strategi bisnis: Analisis dan aplikasinya*. Medan: Penerbit JKL.
- Nickels, W. G. (2019). *Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi*.
- Nurani, S. (2020). *Fungsi dan Efektivitas Saluran Distribusi*. Bandung: Penerbit Sinar Jaya.

- Porter, M. E. (2019). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Soekanto, Soerjono. (2020). *Pengantar Penelitian Sosial*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sofjan Assauri. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Solomon, Michael. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson, 2020.
- Stanton, R. (2019). *Manajemen Fisik Distribusi: Proses dan Tugas*. Jakarta: Penerbit XYZ.
- Stanton, W.J., 2019. *Principles of Marketing*. 15th ed. Publisher.
- Stevenson, W. J. (2019). *Operations Management*. Bandung.
- Sugiono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Praktis untuk Ilmu Sosial dan Bahasa*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sukandarrumidi. (2019). *Metode Penelitian*. Penerbit Pustaka Setia.
- Sunyoto. (2012). *Manajemen Persediaan: Konsep, Teknik, dan Kasus*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Swastha, B. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Yogyakarta:
- Tipjono, A. (2018). *Strategi Efisiensi dan Efektivitas Distribusi Fisik*. Yogyakarta: Penerbit
- Tjiptono, Fandy. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-4. Yogyakarta: Andi.
- Uma, S, (2018). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Walker, B. and Mullins, G., 2018. *Physical Distribution Management: A Comprehensive Guide*. Publisher.
- Warman, S. (2019). *Gudang dan Sistem Pergudangan: Konsep dan Aplikasi*. Surabaya: Penerbit GHI.
- Yamit. (2020). "Manajemen Persediaan: Teori dan Praktik." Pene
- Zabidi, M. (2019). *Manajemen Distribusi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Penerbit Cemerlang.