

IDENTIFIKASI SALURAN DISTRIBUSI DALAM RANTAI PASOKAN BERAS, CABAI, BAWANG MERAH, DAGING SAPI DAN DAGING AYAM KOTA DEPOK

Sri Setiawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Bisnis Indonesia
Jl. Komjen Pol. M. Jasin (Akses UI) No. 89, Kelapa Dua Cimanggis, Depok 16951
Telp. 021 – 87716339, 87716556, Fax. 021 – 87721016

e-mail: Sri.Setiawati@stiemi.ac.id

Abstrak

Rantai pasokan yang merupakan suatu sistem yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan proses penjualan produk untuk memenuhi permintaan. Saluran distribusi yang merupakan hal yang penting dalam rantai pasokan, yang menyangkut dengan pemindahan barang dari suatu tempat ke tempat lain secara efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi saluran distribusi rantai pasokan beras, cabai, bawang merah, daging sapi dan daging ayam di Kota Depok. Metode analisis yang digunakan bersifat kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan proses saluran distribusi beras, cabai, bawang merah, daging sapi dan daging ayam yang terjadi di Kota Depok harus melewati beberapa tangan meliputi petani, produsen, distributor (pedagang), baru sampai ke tangan konsumen. Petani yang ada di Kota Depok sebaiknya memotong saluran distribusi yang ada dengan menjual langsung hasil panen kepada pedagang tanpa melalui para pengepul.

Kata Kunci: rantai pasokan, saluran distribusi, beras, cabai, bawang merah, daging sapi dan daging ayam

Abstract

process of products to meet the demand. Distribution channels are important in the supply chain, involving the transfer of goods from one place to another effectively and efficiently. The purpose of this study was to identify the distribution channels of the supply chain of rice, chili, shallot, beef and chicken meat in Depok. The analytical method used is qualitative. Data collection techniques by observation, interview and documentation. The results showed process distribution channels of rice, chili, shallot, beef and chicken meat in Depok must pass through several hands covering farmers, producers, traders, new to consumers. Farmers in Depok should cut the existing distribution channels by selling direct harvest to the traders without going through producers.

Keywords: *supply chain, distribution channels, rice, chili, shallot, beef and chicken meat*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan penduduk Indonesia yang terus mengalami peningkatan, berimplikasi pada peningkatan akan kebutuhan bahan pokok bagi masyarakat. Namun sayang petani Indonesia belum mampu memenuhi kebutuhan pokok tersebut baik secara kuantitas maupun kualitas. Sehingga untuk pemenuhan kebutuhan tersebut harus mendatangkan dari negara lain melalui kebijakan impor hasil-hasil pertanian.

Di Indonesia persoalan pendistribusian barang dan jasa, tidak hanya dipengaruhi oleh masalah internal perusahaan akan tetapi dipengaruhi oleh masalah eksternal perusahaan seperti masalah infrastruktur, misalnya kelancaran jalan, aspek teknologi dan lain sebagainya. Industri pertanian yang merupakan salah satu sector terpenting dalam perekonomian nasional, dimana pembangunan setor pertanian diarahkan pada peningkatan produksi pertanian guna memenuhi kebutuhan pangan dan kebutuhan industry dalam negeri.

Depok merupakan salah satu Kota Pemerintahan di Provinsi Jawa Barat, sebagai daerah yang berbatasan dengan ibukota negara depok dituntut untuk terus berbenah guna mengimbangi laju percepatan pembangunan di wilayah ibukota. Tentunya tantangan terberat dari daerah ini adalah bagaimana pemerintah daerah mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Depok bermula dari sebuah Kecamatan yang berada di lingkungan Kewedanaan (Pembantu Bupati) wilayah Parung Kabupaten Bogor, kemudian pada tahun 1976. Pembangunan perumahan mulai dibangun oleh Perum Perumnas maupun pengembang yang kemudian diikuti dengan dibangunnya kampus Universitas Indonesia (UI).

Dengan semakin pesatnya pembangunan serta meningkatnya perdagangan dan Jasa memerlukan kecepatan pelayanan terhadap persoalan-persoalan mendasar di daerah, maka

pada tahun 1981 Pemerintah membentuk Kota Administratif Depok berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 43 tahun 1981 yang peresmiannya pada tanggal 18 Maret 1982 oleh Menteri Dalam Negeri (H. Amir Machmud) yang terdiri dari 3 Kecamatan dan 17 Desa.

Dengan semakin pesatnya perkembangan serta tuntutan aspirasi masyarakat yang semakin mendesak, Pemerintah Kabupaten Bogor bersama Pemerintah Provinsi Jawa Barat mengusulkan kepada Pemerintah Pusat dan Dewan Perwakilan Daerah untuk menjadi Kotamadya dengan harapan agar pelayanan terhadap masyarakat menjadi lebih baik.

Sebagian besar produsen tidak langsung menjual barang mereka kepada pemakai akhir. Di antara produsen dan pemakai terdapat saluran distribusi, sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi dan menyandang berbagai nama. Beberapa perantara seperti pedagang besar dan pengecer membeli, mengambil alih hak, dan menjual kembali barang dagangan itu; mereka disebut pedagang (*merchants*).

Lainnya seperti pialang, perwakilan manufaktur, dan agen penjualan mencari pelanggan dan dapat bernegosiasi atas nama produsen tetapi tidak memiliki hak atas barang itu; mereka disebut agen. Yang lain lagi seperti perusahaan transportasi, gudang independen, bank, dan agen periklanan membantu proses distribusi namun tidak memiliki hak atas barang, tidak menegosiasikan pembelian atau pun penjualan; mereka disebut fasilitator.

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan barang atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Keputusan saluran distribusi merupakan salah satu keputusan paling kritis yang dihadapi manajemen. Saluran yang dipilih perusahaan sangat mempengaruhi semua keputusan pemasaran yang lain.

Penetapan harga perusahaan tergantung pada apakah perusahaan menggunakan pedagang massal atau butik yang bermutu tinggi. Keputusan tentang wiraniaga dan periklanan tergantung pada berapa banyak pelatihan dan motivasi yang dibutuhkan para penyalur. Lebih dari itu, keputusan saluran distribusi perusahaan melibatkan komitmen yang cukup lama terhadap perusahaan lain.

Bila suatu produsen mengontrak para penyalur independen untuk menjual produknya, produsen tidak dapat membeli keseluruhan saham mereka keesokan harinya dan mengganti mereka dengan toko-toko milik perusahaan itu sendiri (Kotler, 2002). Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa saluran distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan.

Dalam Undang Undang Nomor 18 Tahun 2012 pemerintah pusat dan daerah bertanggung jawab terhadap distribusi pangan sesuai dengan kewenangannya. Penyelenggaraan distribusi pangan yang lancar dan efisien merupakan salah satu syarat terwujudnya ketahanan pangan.

Salah satu upaya untuk mewujudkan ketahanan pangan baik ditingkat nasional maupun wilayah adalah kelancaran distribusi pangan dari produsen sampai konsumen. Dengan distribusi pangan yang baik diharapkan pangan dapat tersedia dalam jumlah yang cukup bagi masyarakat baik jumlah dan keragaman sepanjang waktu. Kecukupan pangajuan meliputi ketersediaan pangan secara terus menerus merata di setiap daerah dan terjangkau oleh daya beli masyarakat.

Oleh karena itu kegiatan distribusi pangan sebagai suatu proses mengalirkan pangan dari produsen yang di sertai perpindahan hak milik tempat dan bentuk yang dilakukan oleh lembaga distribusi atau pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih dari pemasaran.

Bervariasinya kemampuan produsen pangan antar wilayah antar musim merupakan tantangan dalam menjamin distribusi pangan agar tetap lancar sampai keseluruh wilayah sepanjang waktu. Pada banyak daerah kepedulian dan kemampuan mengelola kelancaran distribusi pangan terbatas sehingga sering terjadi ketidak stabilan pasokan dan harga pangan yang berdampak pada ketahanan pangan di wilayah bersangkutan. Kota Depok merupakan daerah perkotaan dengan luas sawah kurang lebih 101 Ha tidak bisa memenuhi kebutuhan pangan pokok, hal ini sangat tergantung pada daerah lain. Kebutuhan akan beras dalam 1 tahun sebanyak 182.000 Ton sedangkan produksi beras di Kota Depok kurang dari 1.000 Ton.

Terkait dengan komoditas cabai sampai saat ini belum ada kebijakan tata niaga komoditas cabai sehingga pergerakan harganya sangat ditentukan oleh mekanisme pasar. Fluktuasi harga cabai terjadi karena produksi cabe bersifat musiman. Lebih lanjut, komoditas cabai dapat berfluktuasi karena faktor hujan, biaya produksi dan panjangnya saluran distribusi. Sementara itu, disparitas komoditas cabai antar daerah terjadi karena pusat produksi cabai terkonsentrasi di luar kota Depok dan kualitas infrastruktur jalan yang kurang memadai.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Keamanan Pangan

Undang-undang No 7 tahun 1996 tentang keamanan pangan, Pangan adalah segala sesuatu yang berasal dari sumber hayati dan air, baik yang diolah maupun tidak diolah, yang diperuntukkan sebagai makanan atau minuman bagi konsumsi manusia, termasuk bahan tambahan pangan, bahan baku pangan, dan bahan lain yang digunakan dalam proses penyiapan, pengolahan, dan atau pembuatan makanan atau minuman. **Undang-undang no 18 tahun 2012 tentang pangan** Distribusi pangan adalah Suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan untuk menyalurkan pasokan pangan secara merata setiap saat guna memenuhi

kebutuhan pangan masyarakat. **Peraturan Pemerintah No 28 tahun 2004 tentang keamanan, mutu dan gizi pangan**, Mutu pangan adalah nilai yang ditentukan atas dasar kriteria keamanan pangan, kandungan gizi, dan standar perdagangan terhadap bahan makanan, makanan dan minuman. **Peraturan Pemerintah No 17 tahun 2015 tentang ketahanan Pangan dan gizi pangan Pasal 59** : “Pemerintah dan Pemerintah Daerah sesuai dengan kewenangannya bertanggungjawab terhadap Distribusi Pangan”, yaitu :

1. Pengembangan Sistem Distribusi Pangan yang menjangkau seluruh wilayah secara efektif dan efisien, meliputi : pengembangan infrastruktur, sarana dan kelembagaan distribusi pangan.
2. Pengelolaan Sistem Distribusi Pangan, yang dapat meningkatkan keterjangkauan pangan, mempertahankan keamanan, mutu, gizi, tidak bertentangan dengan agama, keyakinan dan budaya masyarakat, meliputi : pembinaan, pemantauan, pengawasan, pengendalian, fasilitasi dan pemberian insentif.
3. Perwujudan kelancaran dan keamanan Distribusi Pangan, meliputi pengaturan : (1) arus distribusi pangan antar pulau, antar provinsi dan antar kab/kota; (2) distribusi pangan dan atau mobilisasi cadangan pangan dari wil surplus ke wilayah yang kekurangan pangan; (3) bongkar muat di pelabuhan, bandar udara, stasiun dan terminal.

PENGERTIAN SALURAN DISTRIBUSI

Saluran distribusi merupakan masalah yang akan dihadapi perusahaan pada saat produk selesai diproses. Saluran distribusi ini menyangkut cara penyampaian produk ke tangan konsumen. Pimpinan perusahaan mempunyai peranan dalam mengevaluasi penampilan para penyalur, bila perusahaan merencanakan suatu pasar tertentu, yang pertama kali dipikirkan adalah siapa yang akan ditunjuk sebagai penyalur disana, atau berapa banyak yang bersedia untuk menjadi penyalur didaerah tersebut. (Hahury, 2010)

Salah satu aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah pemilihan saluran distribusi, karena kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini bisa memperlambat bahkan bisa menghambat penyaluran barang dari produsen ke konsumen. (Ika Lis Mariatun, 2017)

Menurut Walters dalam Dharmmesta (1999), saluran distribusi adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan nama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Kotler (2003), menyatakan, *Marketing channels are sets of interdependent organizations involved in the process of making a product or service available for use or consumption*. Pendapat lain juga menyatakan, *place* (distribusi) termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran (Kotler dan Armstrong, 1997).

Bowersox (2006:45-46), *American marketing association* atau asosiasi pemasaran Amerika mendefinisikan saluran distribusi sebagai struktur unit-unit organisasi antar perusahaan dan agen-agen dan dealer-dealer ekstra perusahaan, grosir, dan eceran, melalui nama komoditi, produk atau jasa-jasa dipasarkan. saluran distribusi merupakan suatu kelompok perantara yang berhubungan erat satu sama lain dan yang menyalurkan produk-produk kepada pembeli (Winardi, 1989:299). Dari pengertian para ahli di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa saluran distribusi merupakan suatu kegiatan perpindahan barang dari produsen ke konsumen secara efektif dan efisien di mana, proses penyaluran barang tersebut bisa melewati berbagai kerjasama antara produsen, agen, pedagang besar, dan pedagang kecil bahkan produsen bisa juga memotong jalur rantai pasok untuk menjual langsung kepada konsumen.

Nitisemito (1993 :102), Saluran Distribusi adalah lembaga-lembaga distributor atau lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Warren J. Keegan (2003) Saluran Distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.

Assauri (1990 : 3) Saluran distribusi merupakan lembaga-lembaga yang memasarkan produk, yang berupa barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Kotler (1991 : 279) Saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen.

Pujawan (2005:5) menjelaskan pada suatu rantai pasokan biasanya ada 3 macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu (upstream) ke hilir (down stream). Yang kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Yang ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya. Suatu proses bisnis dan informasi yang menyediakan produk atau layanan dari pemasok melalui proses pembuatan dan pendistribusian kepada konsumen (Schoeder, 2007:189). Dilihat dari pengertian beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa supply chain (rantai pasokan) merupakan suatu sistem yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk untuk memenuhi permintaan. Suplly chain didalamnya termasuk seluruh proses dan kegiatan yang terlibat didalam penyampaian produk tersebut sampai ke tangan pengguna akhir (konsumen). (Tulong, Tumbel, & Palandeng, 2016)

PENGERTIAN FUNGSI SALURAN DISTRIBUSI

Dalam suatu saluran distribusi, anggota saluran distribusi melaksanakan sejumlah fungsi (Kotler, 2002). Fungsi adalah pekerjaan/jabatan yang dilaksanakan, tindakan/kegiatan perilaku, atau juga dapat berarti kategori bagi aktivitas-aktivitas (Komarudin, 1994). Berdasarkan kedua pengertian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa fungsi saluran distribusi adalah aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan anggota saluran distribusi dalam memindahkan barang dari produsen ke konsumen dan menciptakan kegunaan produk tersebut bagi konsumen.

“Distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian produk (barang dan jasa) dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai (jenis, jumlah, harga, tempat dan waktu) dengan yang diperlukan”(Gun & Karlina, 2011)

SEMILAN FUNGSI SALURAN DISTRIBUSI

Beberapa fungsi utama yang dilaksanakan oleh anggota saluran distribusi antara lain: informasi, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan risiko, fisik, pembayaran, dan kepemilikan (Kotler, 2002).

1. Informasi

Lebih lanjut menurut Kotler (2003), *Marketing channels gather information about potential and current customers, competitors, and other actors and forces in the marketing environment.* Beberapa informasi penting yang dikumpulkan oleh saluran distribusi:

a. Pelanggan

Informasi mengenai pelanggan yang perlu dikumpulkan oleh anggota saluran distribusi: kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan. Beberapa informasi tentang pelanggan dapat diperoleh melalui: wawancara, kuesioner, survei, dan sumber

informasi lainnya (Kotler dan Armstrong, 1997).

b. Pesaing

Informasi mengenai pesaing yang perlu dikumpulkan oleh anggota saluran distribusi: jumlah dan pesaing (McCarthy, 1985), strategi pemasaran pesaing: apa yang menjadi sasaran dan strategi mereka? apa saja kekuatan dan kelemahan mereka? serta bagaimana mereka bereaksi terhadap strategi persaingan yang mungkin kita gunakan? (Kotler dan Armstrong, 1997).

c. Pemasok

Pemasok merupakan sebuah mata rantai penting dalam “sistem penyerahan nilai” kepada seluruh pelanggan dari sebuah perusahaan. Pemasok menyediakan sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa. Kenaikan harga pasok bisa memaksa perusahaan menaikkan harga yang dapat menurunkan volume penjualan (Kotler dan Armstrong, 1997).

2. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya (Kotler dan Armstrong, 1997).

Berikut ini dijelaskan bentuk-bentuk promosi yang dapat digunakan oleh saluran distribusi:

- a. Sampel: tawaran gratis atas sejumlah produk dan jasa.
- b. Kupon: sertifikat yang memberi hak kepada pemegangnya untuk mendapat pengurangan harga seperti yang tercetak bila membeli produk tertentu.
- c. Paket harga (transaksi potongan-rupiah): menawarkan kepada konsumen penghematan dari harga biasa dengan mendapatkan suatu produk yang tertera pada label atau kemasan.
 1. Paket pengurangan harga (*reduce-price pack*), yaitu paket tunggal

yang dijual dengan pengurangan harga (seperti: beli satu dapat dua).

2. Paket ikatan (*banded pack*), yaitu dua produk yang berhubungan digabungkan bersama (seperti: sikat gigi dan pasta gigi).

- d. Hadiah (kontes, undian, permainan): hadiah adalah tawaran kesempatan untuk memenangkan uang tunai, perjalanan atau barang karena membeli sesuatu.

3. Negosiasi

Menurut Kotler (2003), *marketing channels reach agreement on price and other terms so that transfer of ownership or possession can be effected.*

4. Pembiayaan

Menurut Kotler (2003), *marketing channels acquire the funds to finance inventories at different levels in the marketing channel.* Oleh karena fungsi pembiayaan ini merupakan salah satu faktor untuk tersedianya produk di saluran distribusi, maka anggota saluran distribusi perlu memperhatikan dasar pembentuk biaya distribusi (McDaniel dan Keegan, 1999):

- a. Fasilitas
- b. Persediaan
- c. Transportasi
- d. Komunikasi
- e. Unitisasi

5. Pengambilan Risiko

Anggota saluran distribusi mengambil beberapa risiko yang berhubungan dengan pendistribusian produk dari perusahaan sampai kepada konsumen akhir. Lebih lanjut menurut Saladin (1996), fungsi pengambilan risiko anggota saluran distribusi berhubungan dengan perkiraan mengenai risiko sehubungan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi. Beberapa risiko yang biasanya ditanggung oleh anggota saluran distribusi, antara lain dalam hal: pemrosesanpesanan, tempat penyimpanan persediaan, banyaknya persediaan yang disimpan serta pengiriman

barang pesanan kepada pelanggan (Dharmmesta, 1999 dan Kotler, 2002).

6. Fisik

Anggota saluran distribusi mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir. Fungsi fisik yang dilaksanakan anggota saluran distribusi berhubungan dengan penyimpanan barang dan transportasi (Saladin, 1999).

Dalam hal kaitannya dengan transportasi/pengangkutan, Kotler (2002) menyatakan bahwa anggota saluran distribusi perlu memperhatikan keputusan pengangkutan. Pilihan pengangkutan akan mempengaruhi penetapan harga produk, kinerja pengiriman tepat-waktu, dan kondisi barang saat tiba di tujuan, semua itu akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lebih lanjut menurut McDaniel *et al.* (2001), saluran distribusi umumnya memilih suatu model transportasi berdasarkan beberapa kriteria:

- a. Biaya (*cost*)
- b. Waktu transit (*transit time*)
- c. Keterandalan (*reliability*)
- d. Kemampuan (*capability*)
- e. Jangkauan (*accessibility*)
- f. Penelusuran (*traceability*)

7. Pembayaran

Menurut Kotler (2003), *marketing channels provide for buyer's payment of their bills through banks and other financial institutions.* Kemudian menurut Saladin (2002), pembayaran adalah arus pembayaran/uang kepada penjual atas jasa atau produk yang telah diserahkan.

Berikut ini terdapat dua cara pembayaran yang dapat disediakan oleh saluran distribusi kepada pelanggan (Purwosutjipto, 1992):

- a. Cara "Cash Payment"
- b. Cara kredit

8. Kepemilikan

Fungsi terakhir yang dilaksanakan oleh anggota saluran distribusi adalah fungsi kepemilikan. Menurut Kotler (2003), *marketing channels oversee actual transfer of ownership from one organization or person to another.* Lebih lanjut, menurut Saladin (2002), kepemilikan yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga lain. Fungsi ini sangat penting karena fungsi inilah yang paling menentukan apakah barang sudah sampai ke konsumen akhir atau belum. Jika barang sudah sampai ke tangan konsumen akhir, maka pelaksanaan kegiatan saluran distribusi dari perusahaan sampai ke konsumen akhir sudah dapat dikatakan selesai.

Oleh karena itu, sebuah saluran distribusi yang efektif, pastilah dapat lebih menunjang pelaksanaan pemasaran yang efektif pula. Untuk dapat melaksanakan kegiatan distribusi yang efektif, anggota saluran distribusi perlu memperhatikan kesembilan fungsi saluran distribusi yang mereka lakukan. (Manajemen & Suwarno, 2006)

1. Dengan fungsi informasi, saluran distribusi dapat mengenali pelanggan, pesaing serta pemasok.
2. Dengan fungsi promosi, saluran distribusi dapat memperkenalkan produk kepada pelanggan sekaligus membujuk mereka untuk membelinya.
3. Dengan fungsi negosiasi, saluran distribusi dapat mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal-hal lain sehubungan dengan penawaran, sehingga perpindahan hak kepemilikan bisa dilaksanakan.
4. Dengan fungsi pemesanan, saluran distribusi dapat langsung merespon kebutuhan pelanggan, dengan melakukan pemesanan ke gudang atau pabrik.

5. Dengan fungsi pembiayaan, saluran distribusi dapat menentukan dasar pembentukan biaya beserta efisiensinya.
6. Dengan fungsi pengambilan risiko, saluran distribusi dapat memperkirakan risiko apa saja yang dihadapi sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan distribusi.
7. Dengan fungsi fisik, saluran distribusi dapat mengatur kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir.
8. Dengan fungsi pembayaran, saluran distribusi dapat menyediakan layanan (media dan cara) pembayaran kepada pelanggan.

3. METODE PELAKSANAAN

Kajian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Moleong (2007:3) mengemukakan bahwa metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif secara tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Metode pelaksanaan kegiatan kajian Distribusi Pangan di Kota Depok dengan sistem wawancara, survey dan studi pustaka selama 1 bulan. Esterberg (2002) dalam Sugiyono (2012 : 410 – 411) mendefinisikan interview sebagai berikut *“a meeting of two persons to exchange information and idea through question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”*. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian kualitatif, sering menggabungkan

teknik observasi partisipatif dengan wawancara mendalam. Selama melakukan observasi, tim konsultan juga melakukan interview kepada orang – orang yang ada di dalamnya.(Sugiyono 2012: 412)

- a. Sampel dalam kajian ini bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber, partisipan, atau informan. Informan dalam kajian ini adalah mereka yang merupakan para distributor bahan baku pangan. Informan penelitian ini menyalurkan hasil produksinya di kota Depok.
- b. Dalam rangka pengumpulan data, terdapat 3 (tiga) proses kegiatan yang dilakukan dalam kajian ini, yaitu :

1. Proses memasuki lokasi kajian (*Getting In*)

Sesuai dengan pendapat Moleong bahwa: *Informan legitimacy comes from their overall ability to convey an acceptable and trustworthy presence* (Legitimasi informan bersumber dari kemampuan menyeluruh para peneliti untuk menyampaikan kehadiran yang dapat diterima dan dipercaya).

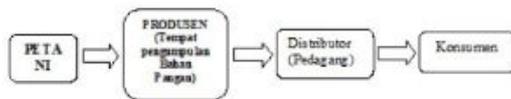
2. Ketika berada di lokasi kajian (*Getting along*)

Moleong menyatakan bahwa ... *a key to achieving accuracy and comprehensiveness is to build trust with respondents...* (membangun kepercayaan dengan para responden merupakan kunci sukses untuk mencapai dan memperoleh akurasi dan komprehensivitas).

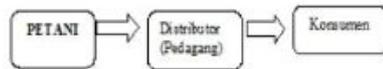
3. Pengumpulan data (*Logging the data*)

- c. Kompilasi dan tabulasi data dengan menggunakan data wawancara dengan menggunakan tipe saluran distribusi pangan, terdiri dari 2 tipe

b. Langsung Ke Pemasok



c. Langsung Ke Pasar Tradisional



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

BERAS

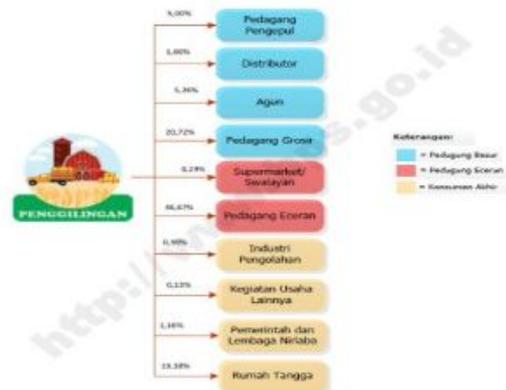
Beras merupakan komoditas strategis yang berperan sangat penting terhadap ketahanan pangan di Indonesia. Hal tersebut dikarenakan beras adalah pangan pokok utama bagi masyarakat Indonesia. Pangan pokok utama adalah pangan pokok yang dikonsumsi oleh sebagian besar penduduk serta dalam situasi normal tidak dapat diganti oleh jenis komoditas lain.

Berdasarkan data BPS tahun 2015, rata-rata konsumsi beras terhadap konsumsi tanaman sumber karbohidrat secara keseluruhan mencapai 89,20 persen. Tanaman sumber karbohidrat yang dimaksud adalah beras, jagung, ketela pohon (singkong) dan ketela rambat (ubi)

Sentra produksi padi di Pulau Jawa terpusat di Provinsi Jawa Barat, Provinsi Jawa Tengah, dan Provinsi Jawa Timur. Jumlah produksi padi dari ketiga provinsi tersebut mencapai 47,52 persen dari total jumlah produksi padi Indonesia. Selain di Pulau Jawa, di luar Jawa pun banyak terdapat sentra-sentra produksi padi. Provinsi-provinsi di luar Jawa yang merupakan sentra produksi padi nasional, antara lain Sumatera Utara, Sumatera Barat, Sumatera Selatan, Lampung, Nusa Tenggara Barat, Kalimantan Selatan, dan Sulawesi Selatan. Sebaran sentra produksi yang tidak merata menyebabkan setiap wilayah berusaha untuk memenuhi kebutuhannya dengan melakukan perdagangan antar wilayah. Wilayah non sentra produksi membeli beras

dari wilayah sentra produksi beras. Aktivitas perdagangan tersebut membentuk rantai distribusi dari produsen penghasil beras hingga konsumen akhir.

Survei BPS (2016) terhadap perusahaan penggilingan padi di Indonesia menghasilkan informasi bahwa rata-rata penjualan hasil produksi terbesar tertuju kepada pedagang eceran (46,67%). Setelah itu diikuti pedagang grosir (20,72%) dan rumah tangga (19,38%). Sementara sisanya dijual ke pedagang pengepul, distributor, agen, supermarket/swalayan, industri pengolahan, kegiatan usaha lainnya, dan pemerintah serta lembaga nirlaba.

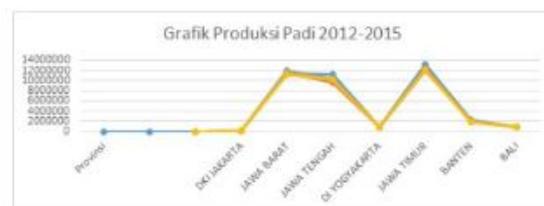


Gambar 1. Pola Distribusi Beras Nasional (BPS, 2016)

Tabel 1. Produksi Padi menurut provinsi periode 2012-2015

Provinsi	Produksi (Ton)			
	2015	2014	2013	2012
DKI JAKARTA	6,361.00	7,541.00	10,268.00	11,044.00
JAWA BARAT	11,373,144.00	11,644,899.00	12,083,162.00	11,271,861.00
JAWA TENGAH	11,301,422.00	9,648,104.00	10,344,816.00	10,232,934.00
DI YOGYAKARTA	945,136.00	919,573.00	921,824.00	946,224.00
JAWA TIMUR	13,154,967.00	12,397,049.00	12,049,342.00	12,198,707.00
BANTEN	2,188,996.00	2,045,883.00	2,083,608.00	1,865,893.00
BALI	853,710.00	857,944.00	882,092.00	865,553.00

Grafik 1. Produksi Padi 2012-2015



CABAI MERAH

Luas panen adalah luas tanaman sayuran, buah-buahan, biofarmaka dan tanaman hias yang yang diambil hasilnya/dipanen pada periode pelaporan. Luas panen untuk tanaman sayuran: luas tanaman yang dipanen sekaligus/habis/dibongkar dan luas tanaman yang dipanen berkali-kali (lebih dari satu kali)/belum habis.

- Tanaman yang dipanen sekaligus/habis/dibongkar adalah tanaman yang sehabis panen langsung dibongkar/dicabut, terdiri dari bawang merah, bawang putih, bawang daun, kentang, kol/kubis, kembang kol, petsai/sawi, wortel, lobak dan kacang merah.
- Tanaman yang dipanen berkali-kali (lebih dari satu kali)/belum habis adalah tanaman yang pemanenannya lebih dari satu kali dan biasanya dibongkar apabila panen terakhir sudah tidak memadai lagi, terdiri dari : kacang panjang, cabe besar, cabe rawit, jamur, tomat, terung, buncis, ketimun, labu siam, kangkung, bayam, melon, semangka dan blewah.

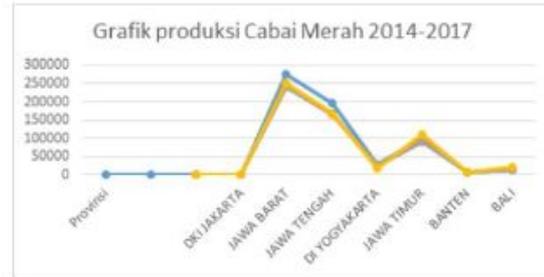
Produksi adalah hasil menurut bentuk produk dari setiap tanaman sayuran, buah-buahan, biofarmaka dan tanaman hias yang diambil berdasarkan luas yang dipanen pada bulan/triwulan laporan.

Tabel 2. Produksi Cabai Merah menurut provinsi periode 2014-2017

Provinsi	Produksi Tanaman Sayuran			
	Cabai Besar (Ton)			
	2017	2016	2015	2014
DKI JAKARTA	-	-	-	-
JAWA BARAT	274,311	242,114	240,865	253,296
JAWA TENGAH	195,571	164,980	168,412	167,795
DI YOGYAKARTA	29,516	24,484	23,389	17,760
JAWA TIMUR	100,977	95,541	91,135	111,022
BANTEN	6,464	8,404	6,608	6,798
BALI	12,700	12,966	14,138	20,349

Sumber : BPS 2018

Grafik 2. Produksi Cabai Merah menurut provinsi periode 2014-2017



BAWANG MERAH

Bawang merah merupakan jenis tanaman umbi-umbian yang sering dimanfaatkan oleh masyarakat Indonesia sebagai bahan masakan. Selain digunakan sebagai bumbu utama masakan, kandungan gizi yang ada di dalam bawang merah juga memiliki berbagai manfaat kesehatan. Di antaranya adalah untuk meningkatkan nafsu makan, mencegah penyempitan pembuluh darah, kaya akan antioksidan dan ekstraknya dipercaya berkhasiat menyembuhkan flu serta sesak nafas. Komoditas jenis sayuran ini termasuk jenis komoditas yang memiliki nilai ekonomis tinggi, ditinjau dari sisi pemenuhan konsumsi nasional, sumber penghasilan petani, maupun potensinya sebagai penghasil devisa negara.

Di Indonesia sendiri, secara umum kebutuhan akan bawang merah sudah cukup terpenuhi oleh produksi dari petani dalam negeri. Sempat mengalami krisis bawang merah di penghujung 2014 hingga mendekati pertengahan 2015 karena pengaruh cuaca (el-nino), kini Indonesia justru mulai melakukan ekspor bawang merah ke beberapa negara seperti Malaysia, Singapura, dan Vietnam. Ekspor tersebut dilakukan sebagai upaya pemerintah dalam menjaga kestabilan harga bawang merah yang sedang surplus produksi. Sementara itu, jika ditinjau dari aktivitas impor, terhitung dari tahun 2009 ada kecenderungan penurunan kontribusi volume impor bawang merah terhadap produksi bawang merah dalam negeri. Hal ini dapat dikatakan wajar mengingat hasil produksi dalam negeri yang terus mengalami peningkatan dan mampu mengakomodir kebutuhan dalam negeri.

Sentra produksi bawang merah hingga saat ini masih terpusat di wilayah Pulau Jawa,

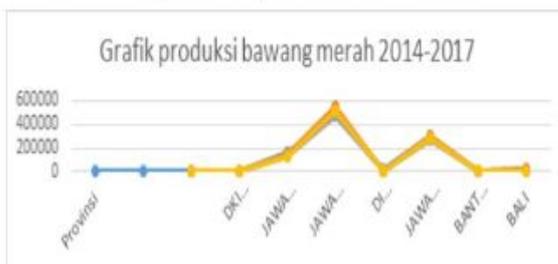
dimana Jawa Tengah menjadi provinsi dengan hasil panen terbesar setiap tahunnya.

Tabel 3. Produksi Bawang Merah menurut provinsi periode 2014-2017

Provinsi	Produksi Tanaman Sayuran Bawang Merah (Ton)			
	2017	2016	2015	2014
DKI JAKARTA	-	47	-	-
JAWA BARAT	166,865	141,504	129,148	130,083
JAWA TENGAH	476,337	546,686	471,169	519,356
DI YOGYAKARTA	13,980	12,241	8,799	12,360
JAWA TIMUR	306,316	304,521	277,121	293,179
BANTEN	994	701	687	1,675
BALI	20,287	18,024	10,148	11,884

Sumber : BPS 2018

Grafik 3. Produksi Bawang Merah menurut provinsi periode 2014-2017



Sumber : BPS 2018

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa Pulau Jawa masih menjadi kawasan paling potensial yang mampu menyumbangkan tiga perempat pasokan bawang merah Indonesia. Provinsi Jawa Tengah merupakan provinsi yang paling produktif (produksi hampir 546.685 ton di tahun 2016), dengan Kabupaten Brebes sebagai kontributor utama dan dikenal sebagai lumbung bawang merah berkualitas (mampu mensuplai sekitar 30 persen kebutuhan nasional).

Bawang merah merupakan sayuran unggulan Jawa Tengah. Sentra tanaman bawang merah di Jawa Tengah adalah Kabupaten Brebes. Produksi bawang merah tahun 2015 di Brebes yaitu sebesar 311.296 ton atau 66,07% memberikan kontribusi terhadap total produksi bawang merah di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten penghasil bawang merah terbesar lainnya adalah Kabupaten Demak, Kendal dan Tegal. Keempat kabupaten ini memberikan kontribusi sebesar 86,43% terhadap provinsi Jawa Tengah.

Pada tahun 2018 harga bawang merah cukup tinggi pada bulan Mei sampai Juli, kemudian

pada Bulan Agustus mulai menunjukkan trend menurun.

DAGING AYAM BROILER DAN DAGING SAPI POTONG

Kebutuhan masyarakat akan protein hewani yang murah dan terjangkau menjadi salah satu faktor terus meningkatnya kebutuhan daging unggas, diantaranya daging ayam broiler atau daging ayam ras dan Sapi potong. Daging ayam ras merupakan salah satu komoditas yang tergolong paling populer dalam dunia agribisnis peternakan di Indonesia. Sampai saat ini, daging ayam ras telah menggeser komoditas ternak lainnya dalam memenuhi kebutuhan protein asal ternak karena harganya yang terjangkau. Selain itu, usaha daging ayam ras cukup prospektif karena selera masyarakat terhadap komoditas ini sangat tinggi di semua lapisan. Daging sapi potong juga merupakan komoditas yang cukup populer karena merupakan komoditas hewani yang mampu membuat para peternak memiliki omzet yang cukup baik terkait menjamurnya usaha di bidang hewani ini khususnya daging sapi potong seperti usaha dagang olahan daging.

Peningkatan kebutuhan masyarakat akan komoditas daging ayam ras dan sapi potong berkorelasi positif dengan perkembangan jumlah industri dan usaha perdagangan daging ayam ras dan sapi potong. Hal ini juga berdampak positif bagi perkembangan ekonomi Indonesia, karena industri peternakan dapat dilakukan sampai ke pedesaan. Industri ini dapat memberikan lapangan pekerjaan serta pendapatan yang cukup bagi para pelaku usaha karena industri daging ayam ras dan sapi potong mampu menghasilkan swasembada daging maupun telur. Di samping itu, industri ini juga merupakan faktor penggerak industri terkait lainnya di bidang pertanian, antara lain usaha budidaya jagung, dedak padi, dan sebagainya.

Tabel 4. Populasi Ayam Ras Pedaging menurut provinsi periode 2014-2017

Provinsi	Populasi Ayam Ras Pedaging menurut Provinsi (Ekor)			
	2,017.00	2,016.00	2,015.00	2,014.00
DKI JAKARTA	-	-	-	-
JAWA BARAT	686,058,761	649,829,868	631,154,917	643,321,729
JAWA TENGAH	180,791,433	180,484,258	126,102,735	108,195,894
DI YOGYAKARTA	7,190,865	7,114,685	7,076,467	6,716,730
JAWA TIMUR	203,306,274	200,895,528	194,064,874	179,830,682
BANTEN	61,934,093	61,364,886	74,903,983	63,324,448

Sumber : BPS 2018



Sumber : BPS 2018

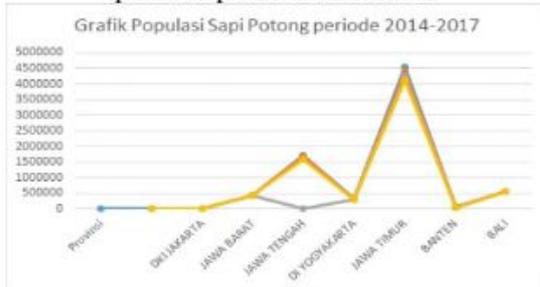
Sentra daging berada di enam provinsi, yakni Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, DKI Jakarta, Banten, dan Kalimantan Selatan

Tabel 6. Populasi Sapi Potong menurut provinsi periode 2014-2017

Provinsi	Produksi Daging Ayam Ras Pedaging menurut Provinsi (Ton)			
	2017	2016	2015	2014
DKI JAKARTA	142,284	138,089	129,315	102,794
JAWA BARAT	622,322	719,820	530,423	543,765
JAWA TENGAH	191,234	187,965	158,673	130,357
DI YOGYAKARTA	34,974	34,627	35,536	37,367
JAWA TIMUR	225,329	219,833	203,139	198,016
BANTEN	89,799	87,217	73,488	96,554
BALI	9938.54.00	9865.54.00	10,454	8888.00.00

Sumber : BPS 2018

Grafik 6. Populasi Sapi Potong menurut provinsi periode 2014-2017



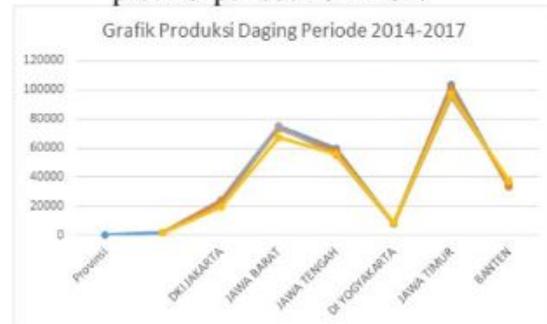
Sumber : BPS 2018

Tabel 7. Produksi Daging Sapi menurut provinsi periode 2014-2017

Provinsi	Produksi Daging Ayam Ras Pedaging menurut Provinsi (Ton)			
	2017	2016	2015	2014
DKI JAKARTA	142,284	138,089	129,315	102,794
JAWA BARAT	622,322	719,820	530,423	543,765
JAWA TENGAH	191,234	187,965	158,673	130,357
DI YOGYAKARTA	34,974	34,627	35,536	37,367
JAWA TIMUR	225,329	219,833	203,139	198,016
BANTEN	89,799	87,217	73,488	96,554
BALI	9938.54.00	9865.54.00	10,454	8888.00.00

Sumber : BPS 2018

Grafik 7. Produksi Sapi Potong menurut provinsi periode 2014-2017



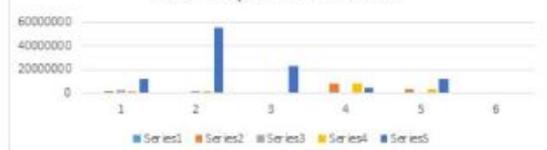
Sumber : BPS 2018

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan kajian ini terdapat beberapa kesimpulan yang dapat disampaikan yakni sesuai dengan tabel kebutuhan pasokan komoditas 5 bahan utama tersebut adalah:

No	Komoditas	Produksi	Konsumsi	Kekurangan Pasokan	Pasokan
1	Beras	1.518.000	2.687.136,137	1.169.136	11.534.750
2	Bawang Merah	0	1.063.304,316	1.063.304,316	55.504.925
3	Cabai Merah	0	96.370,633	96.370,633	23.248.925
4	Daging Sapi Potong	7.906.444	43.504,140	7.862.940	4.346.200
5	Daging Ayam Ras	3.632.149	464.481,663	3.167.667	11.310.000

Diagram Pasokan 5 Bahan Pangan Di Kota Depok tahun 2018



1. Pada umumnya sumber pasokan beras Kota Depok berasal dari Karawang dan Pasar Induk Cipinang, walaupun ada beberapa yang pemasoknya langsung dari daerah Sawangan, Beji dan Depok 2. Pedagang besar, grosir besar, menengah dan kecil pada umumnya langsung membeli beras dari Karawang, sedangkan untuk toko beras dengan omset kecil, yakni 1 s.d 2 ton/hari membeli ke Pasar Induk Cipinang.
2. Berdasarkan pengamatan dan informasi yang didapat, di Kota Depok untuk stok beras perhari adalah 32.700 kg atau 32,7 ton perhari perputarannya sehingga dalam pertahun sebanyak 11.534.750 kg
3. Sumber pasokan Cabai Merah di Kota Depok terutama dari Pasar Induk Kramat

Jati. Meskipun ada juga pedagang yang berhubungan langsung dengan pedagang besar dari Blitar dan Banyuwangi. Sumber pasokan dari Pasar Kramat Jati lebih menjadi pilihan mengingat ketersediaannya yang lebih pasti dan harga yang murah.

Pelaku usaha yang membeli ke Pasar Induk Kramat Jati bervariasi, baik pedagang besar, grosir menengah maupun grosir kecil. Kemudahan transportasi membuat para pelaku usaha mendapatkan akses yang relatif sama dalam menjangkau Pasar Induk Kramat Jati dan beberapa di Pasar Kemang Bogor maupun Pasar Induk Cibitung-Bekasi.

4. Berdasarkan pengamatan dan informasi yang didapat, di Kota Depok untuk stok Cabai Merah perhari adalah 64.580 kg atau 64,58 ton perhari perputarannya sehingga dalam setahun sebanyak 23.248.925 kg
5. Sumber pasokan bawang merah di Kota Depok terutama dari Pasar Induk Kramat Jati. Meskipun ada juga pedagang yang berhubungan langsung dengan pedagang besar dari Brebes. Sumber pasokan dari Pasar Kramat Jati lebih menjadi pilihan mengingat ketersediaannya yang lebih pasti dan harga yang murah. Pelaku usaha yang membeli ke Pasar Induk Kramat Jati bervariasi, baik pedagang besar, grosir menengah maupun grosir kecil. Kemudahan transportasi membuat para pelaku usaha mendapatkan akses yang relatif sama dalam menjangkau Pasar Induk Kramat Jati maupun Pasar Induk Cibitung-Bekasi.
6. Pada umumnya sumber pasokan Bawang Merah Kota Depok berasal dari Pasar Kramat Jati dan Pasar Kemang Bogor, yang mereka langsung mendapatkan dari petani di daerah Brebes dan Nganjuk.
7. Berdasarkan pengamatan dan informasi yang didapat, di Kota Depok untuk stok bawang merah perhari adalah 154.180 kg atau 154,18 ton perhari perputarannya sehingga dalam setahun sebanyak 55.504.925 kg
8. Distribusi daging Sapi Potong di kota Depok melalui beberapa jaringan Perdagangan. Pada umumnya ayam segar yang beredar di pasar tradisional berasal dari RPH (Rumah Potong Hewan) kecil yang banyak tersebar di Kota Bogor, antara

lain di RPH Tapos Bogor dan Cibinong yang pada umumnya langsung dari Petani

9. Berdasarkan pengamatan dan informasi yang didapat, di Kota Depok untuk stok Daging Sapi Potong perhari adalah 12.070 kg perhari perputarannya sehingga dalam setahun sebanyak 4.346.200 kg
10. Distribusi daging ayam ras di kota Depok melalui beberapa jaringan Perdagangan. Pada umumnya ayam segar yang beredar di pasar tradisional berasal dari RPU (Rumah Potong Unggas) kecil yang banyak tersebar di Kota Depok, antara lain di HBTB Arja Mukti Depok, Kranggan dan Cilangkap yang pada umumnya langsung dari Petani
11. Berdasarkan pengamatan dan informasi yang didapat, di Kota Depok untuk stok daging ayam ras perhari adalah 31.417 ekor perhari perputarannya sehingga dalam setahun sebanyak 11.310.000 ekor
12. Saluran distribusi komoditas pangan di kota Depok secara umum adalah :



PENGAKUAN

Dengan ini saya mengakui bahwa artikel jurnal ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali kutipan dan ringkasan tiap tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

Pengakuan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan norma yang berlaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Bowersox, Donald J. 2006. *Manajemen Logistic, Integrasi Sistem-sistem Manajemen Distribusi Fisik dan Manajemen Material*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.

- Crask *et al.* 1995. *Marketing Research: Principles and Applications*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prenticehall.
- Dharmmesta, B.S. 1999. *Saluran Pemasaran: Konsep dan Strategi Analisis Kuantitatif*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- Komaruddin. 1994. *Ensiklopedia Manajemen*. Edisi kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler, Armstrong, 1997. *Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan)*. Edisi 7e. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran (Terjemahan)*. Edisi millennium 2. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. 2003. *Marketing Management*. Eleventh edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prenticehall.
- Kotler and Keller, 2006. *Marketing Management*. Twelfth edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prenticehall
- Keegan, Warren, J., 2003. Saluran Distribusi; All Management Insight, Catatan Perkuliahan. <http://www.informasiku.com/2011/04/saluran-distribusi-definisi-fungsi-dan.html>. Di akses : 5 Desember 2012
- Kotler, Philip, 1991. Saluran Distribusi; All Management Insight, Catatan Perkuliahan. <http://www.informasiku.com/2011/04/saluran-distribusi-definisi-fungsi-dan.html>. Di akses : 5 Desember 2012
- Maleong, Lexy J. 2007. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- McCarthy, J.E. 1985. *Dasar-dasar Pemasaran (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- McDaniel, Keegan. W. 1999. *Marketing Plans that Work (Terjemahan)*. Jakarta: Erlangga.
- McDaniel *et al.* 2001. *Pemasaran (Terjemahan)*. Buku kedua. Jakarta: Salemba 4.
- Nitisemito, 1993. Saluran Distribusi; All Management Insight, Catatan Perkuliahan. <http://www.informasiku.com/2011/04/saluran-distribusi-definisi-fungsi-dan.html>. Di akses : 5 Desember 2012
- Purwosutjipto, 1992. *Pengertian Pokok Hukum Dagang Indonesia*. Jilid 4. Jakarta: Djambatan.
- Saladin, D, 1996. *Unsur-unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV.Mandar Maju.
- Saladin, D, 2002. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya.
- Gun, G., & Karlina, Y. (2011). *Pengaruh Biaya Distribusi dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan*. Vol 10(September 2010), 151–175.
- Hahury, H. D. (2010). *PENENTUAN SALURAN DISTRIBUSI OVEN PADA UD. SWAN JAYA DI KOTA AMBON Hendri. IV(12–21)*.
- Ika Lis Mariatun, M. P. (2017). Pengaruh Saluran Distribusi, Harga Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Home Industri Tempe Putra KI Kecamatan Socah Tahun 2016. *Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi-Sosial ISSN (2597-7806)*, 1(1), 31–45.
- Manajemen, J., & Suwarno, H. L. (2006). *Sembilan Fungsi Saluran Distribusi : Kunci Pelaksanaan Kegiatan*. 6(1), 79–87.
- Tulong, S. R., Tumbel, A. L., & Palandeng, I. D. (2016). Identifikasi Saluran Distribusi dalam Rantai Pasokan Kentang Di Kecamatan Modinding (Studi di Desa Linelean). *Jurnal EMBA*, 4(1), 1562–1569. <https://doi.org/ISSN 2303-1174>
- Sugiyono, 2012. *Penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Penerbit CV Alfabeta, Bandung.
- BPS. (2017, April 1). Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi dan Tabel Dinamis, Ed. 9 Desember 2018. BPS. Jakarta. Diunduh dari www.bps.go.id/aboutus.