

---

## Strategi Distribusi Beras Pada Perusahaan Perseorangan Padi Sejati di Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi

Tria Yulia Arfina<sup>1</sup>, Ika Sisbintari<sup>2</sup>, Djoko Poernomo<sup>3</sup> 

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu  
Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember

### *Abstract*

*This research aims to examine distribution strategies relating to the determination and management of distribution channels used by producers to distribute products so that they can reach consumers. This research uses descriptive research with a qualitative approach. The location of this research is the Padi Sejati Individual Company which is located on Jl. Raya Genteng, Melik, Parijatah Wetan, Srono District, Banyuwangi Regency, East Java. Data collection techniques were carried out using in-depth interviews, observation and documentation. The data analysis method uses domain analysis and taxonomy. This research is important to conduct to find out the distribution strategies carried out by real individual rice companies. The results of the research show that the Padi Sejati Individual Company uses an indirect distribution strategy which in its implementation uses the 4P elements, namely Product, Price, Promotion and Distribution (Place). Using this distribution strategy makes it easier for companies to distribute their products to consumers in the Banyuwangi area and areas outside the city.*

**Keywords:** *Distribution Strategy*

### *Abstrak*

*Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi distribusi yang berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang digunakan produsen untuk menyalurkan produk sehingga dapat sampai ke tangan konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian ini yaitu pada Perusahaan Perseorangan Padi Sejati yang terletak di Jl. Raya Genteng, Melik, Parijatah Wetan, Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis domain dan taksonomi. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui strategi distribusi yang dilakukan oleh perusahaan perseorangan padi sejati. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perusahaan Perseorangan Padi Sejati menggunakan strategi distribusi tidak langsung dimana dalam penerapannya menggunakan unsur 4P yaitu Produk (Product), Harga (Price), Promosi (Promotion), dan Distribusi (Distribution/Place). Penggunaan strategi*

*distribusi tersebut memudahkan perusahaan dalam menyalurkan produknya ke konsumen yang ada di wilayah banyuwangi maupun wilayah luar kota.*

***Kata kunci: Strategi Distribusi***

## 1. PENDAHULUAN

Kecamatan Srono merupakan salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Banyuwangi. Terdapat beberapa perusahaan penggilingan padi yang terletak di Kecamatan Srono yang ditunjukkan dalam tabel 1.1 yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Daftar Perusahaan Penggilingan Padi di Kecamatan Srono**

No.	Nama Perusahaan	Alamat
1.	Penggilingan Padi Anugrah Abadi	Sidorejo, Parijatah Kulon, Kec. Srono, Kab. Banyuwangi
2.	Penggilingan Padi Suka Tani	Pekulo, Kepundungan, Kec. Srono, Kab. Banyuwangi
3.	Padi Sejati	Jl. Raya Genteng, Melik, Parijatah Wetan, Kec. Srono, Kab. Banyuwangi
4.	Penggilingan Padi Bahro	Dusun Bongkoran, rt 01/rw 1, Kebaman, Kec. Srono, Kab. Banyuwangi
5.	PP Kahuripan/Dimas Putra	Jl. Prajurit Sakur, Kaligoro, Sukomaju, Kec. Srono, Kab. Banyuwangi

Sumber: *google* (data diolah oleh peneliti, 2024)

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah perusahaan penggilingan padi yang berada di Kecamatan Srono yaitu ada 5 perusahaan. Perusahaan Perseorangan Padi Sejati merupakan salah satu perusahaan penggilingan padi yang terletak di Kecamatan Srono. Lokasinya strategi yaitu berada di pinggir Jalan Raya Genteng sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dan juga merupakan gudang beras terbesar di Kecamatan Srono.

Perusahaan Perseorangan Padi Sejati merupakan salah satu perusahaan penggilingan padi yang memproduksi beras punel. perusahaan ini mulai diberi nama Padi Sejati pada tahun 1996 dan merupakan bisnis keluarga yang dikelola secara turun temurun. selain berlokasi di Banyuwangi Padi Sejati juga memiliki gudang di Sumbawa. Perusahaan perseorangan padi sejati memiliki peluang bisnis yang baik dibandingkan dengan pabrik beras yang sejenis dari segi pasar. Seperti yang diketahui bahwa pendistribusian produk beras pada Padi Sejati meliputi wilayah banyuwangi dan seluruh wilayah indonesia bagian timur serta Jakarta, Surabaya, dan Bali. Walaupun semakin banyak bisnis perusahaan sejenis di Kecamatan Srono, Perusahaan Perseorangan Padi Sejati masih bisa bertahan ditengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Tidak semua perusahaan bisa bersaing dan dapat menguasai pasar sesuai dengan target yang ditetapkan karena banyaknya pilihan perusahaan penggilingan padi. Hal tersebut membuat persaingan bisnis semakin ketat sehingga perlu adanya strategi distribusi untuk menyalurkan beras kepada konsumen akhir. Perusahaan harus mampu menghadapi persaingan dengan cara merumuskan strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam melangsungkan bisnisnya.

Beberapa penelitian terdahulu terkait strategi distribusi, yaitu Penelitian terdahulu Rohmah *et al.*, (2020) mengenai Strategi Distribusi Beras yang dilakukan oleh CV. Lahan Mas, Penelitian terdahulu Maulidina, (2019) mengenai Analisis Strategi Saluran Distribusi pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan, dan penelitian terdahulu Komariah, (2019) Analisis Strategi Distribusi Perusahaan Rokok Gagak Hitam dalam Meningkatkan Volume.

Untuk mencapai kemampuan dalam mempertahankan bisnisnya, perusahaan dapat memperhatikan strategi distribusi yang digunakan. Fandy Tjiptono (2015) menyatakan bahwa strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi yang dipergunakan oleh produsen untuk memasarkan barang dan jasa, sehingga produk dapat sampai ke tangan konsumen dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, waktu yang diperlukan, dan di tempat yang tepat. Saluran distribusi terdiri dari serangkaian lembaga yang melakukan semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dari produsen ke konsumen akhir (Michael J. Etzel dalam danang, 2019).

Saluran distribusi berkaitan dengan pendistribusian produk. saluran distribusi memudahkan perusahaan dalam menyampaikan produknya kepada konsumen. Perusahaan biasanya memanfaatkan agen ataupun *retailer* sebagai perantara dalam mendistribusikan produknya. Saluran distribusi merupakan rute perantara yang telah ditentukan oleh perusahaan untuk menyampaikan produk sampai kepada konsumen. Saluran distribusi yang dipilih dipengaruhi oleh unsur-unsur dalam pemasaran dan akan menjamin tersedianya produk di pasar. Unsur dalam pemasaran yang digunakan untuk mengetahui strategi distribusi yang digunakan perusahaan meliputi 4 elemen, yaitu Produk (*Product*), Harga (*Price*), Promosi (*Promotion*), dan Distribusi (*Distribution/Place*). Keempat elemen tersebut dapat membantu perusahaan dalam memaduka strategi distribusi menjadi lebih efektif. Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk meneliti **Strategi Distribusi yang digunakan oleh Perusahaan Perseorangan Padi Sejati di Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi.**

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian yaitu pada Perusahaan Perseorangan Padi Sejati di Kecamatan Srono, Kabupaten Banyuwangi. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis domain dan taksonomi.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi distribusi adalah cara sebuah perusahaan dalam menyebarluaskan produk kepada konsumen. Oleh karena itu setiap perusahaan perlu menerapkan strategi distribusi yang tepat untuk usahanya. Strategi distribusi yang digunakan oleh Perusahaan Perseorangan Padi Sejati yaitu bekerja sama dengan toko-toko yang menjual sembako yang mana nantinya akan menjual ke konsumen akhir. Saluran distribusi berperan sebagai suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai ke konsumen. Saluran distribusi pada Perusahaan Perseorangan Padi Sejati meliputi Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi. Oleh karena itu, penerapan setiap elemen dapat membantu Perusahaan Perseorangan Padi Sejati dalam memadukan strategi

distribusi menjadi lebih efektif dan efisien sehingga bisa bertahan dalam melangsungkan bisnisnya. Dalam hal ini maka peneliti menguraikan 4 elemen tersebut, yaitu:

### 1. Produk (*Product*)

Perusahaan perseorangan Padi Sejati merupakan perusahaan manufaktur yang menyediakan produk berupa beras. Perusahaan memperoleh bahan baku (gabah) dari pengepul, petani, dan juga dari lahan milik perusahaan perseorangan padi sejati. Ketika musim panen perusahaan perseorangan padi sejati akan menerima pemasukan padi sebesar 380 ton, sedangkan ketika tidak musim panen padi hanya akan masuk 180-200 ton. Kemudian perusahaan mulai melakukan proses produksi hingga penggilingan padi. Perusahaan perseorangan padi sejati sendiri selalu memperhatikan kualitas beras yang dihasilkan. karena kualitas produk menjadi penentu laku tidaknya produk tersebut. Proses pengolahan gabah menjadi beras oleh Perusahaan Perseorangan Padi Sejati, yaitu:

- 1) Padi dikeringkan menggunakan oven, setelah proses pengeringan padi selanjutnya yaitu proses penggilingan padi, setelah padi digiling selanjutnya dimasukkan ke mesin pemisah warna dan batu, setelah itu dimasukkan ke mesin kebi dan akan menghasilkan beras dengan kualitas premium.
- 2) Padi dikeringkan menggunakan oven, setelah proses pengeringan padi akan digiling dan selanjutnya akan menghasilkan beras dengan kualitas medium.

### 2. Harga (*Price*)

Harga merupakan salah satu elemen yang menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk membeli produk.

**Tabel 4.1 Harga Beras Padi Sejati**

Ukuran Kemasan	Harga	Total
padi sejati 25kg	Rp. 13. 900/kg	Rp. 347.500
padi sejati 20kg	Rp. 14. 000/kg	Rp. 280. 000
padi sejati 15kg	Rp. 14. 000/kg	Rp. 210. 000
padi sejati 10kg	Rp. 14. 000/kg	Rp. 140. 000
padi sejati 5kg	Rp. 14. 100/kg	Rp. 70. 500
padi sejati 2,5kg	Rp. 14. 300/kg	Rp. 35. 750

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2024)

Harga produk dapat berubah-ubah dikarenakan banyaknya permintaan beras akan tetapi persediaan beras hanya sedikit. Oleh karena itu perusahaan akan menjual stock produk yang awal karena menyesuaikan harga produk yang lebih awal atau belum mengalami kenaikan harga. Sehingga meminimalisir kenaikan harga beras yang terlalu tinggi.

### 3. Promosi (*Promotion*)

Promosi sangat penting dilakukan agar dapat menjangkau target pasar yang luas. Perusahaan perseorangan padi sejati mempromosikan produknya melalui media sosial seperti *facebook* untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat. Selain menggunakan media sosial seperti *facebook*, Perusahaan Perseorangan Padi Sejati juga menggunakan kenalan artis seperti grub band Padi's dan juga Syahnaz dan Jeje untuk mempromosikan produknya.

### 4. Distribusi (*Distribution*)

Distribusi merupakan proses penyampaian barang dari produsen kepada konsumen. Distribusi produk dapat membantu perusahaan untuk menyampaikan produknya ke konsumen akhir. Distribusi yang dilakukan oleh Perusahaan Perseorangan Padi Sejati bertujuan untuk menyalurkan produk beras kepada konsumen dan membantu pemenuhan kebutuhan konsumen akan beras. Proses distribusi produk beras Padi Sejati dilakukan dengan pengangkutan menggunakan alat transportasi seperti truk besar untuk pengangkutan beras bagi konsumen di wilayah luar kota dengan banyak pembelian.

Terdapat saluran distribusi produk yang digunakan perusahaan perseorangan padi sejati sebagai berikut:

#### 1. Saluran distribusi tidak langsung



Saluran distribusi ini produsen menggunakan kios sebagai perantara dalam menyalurkan produknya kepada konsumen akhir. Jenis saluran distribusi ini dilakukan oleh perusahaan perseorangan padi sejati untuk penjualan wilayah luar kota seperti seluruh wilayah indonesia bagian timur, jakarta, surabaya, dan juga bali. Pengiriman beras kepada kios dilakukan melalui kesepakatan antara kios dengan Perusahaan Perseorangan Padi Sejati. Apabila pesanan beras lebih dari 5 ton maka akan dikirim oleh perusahaan, sedangkan kurang dari 5 ton bisa diambil oleh agen itu sendiri. Pengiriman beras ke wilayah luar kota dilakukan menggunakan truk perusahaan dengan tambahan biaya 500-600 rupiah per kilogram.

### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Strategi distribusi yang digunakan oleh Perusahaan Perseorangan Padi Sejati yaitu distribusi tidak langsung, dimana untuk saluran tidak langsung terdapat perantara seperti toko-toko sembako sebelum produk sampai ke konsumen akhir. Strategi distribusi yang digunakan berkaitan dengan produk yaitu perusahaan senantiasa memperhatikan ketersediaan produk untuk menjaga pendistribusian produk yang sudah berjalan selama ini. perusahaan juga memperhatikan stabilitas harga agar harga produk tidak mempengaruhi proses distribusi yang dilakukan perusahaan. perusahaan juga melakukan promosi untuk terus menjaga kepercayaan konsumen mengingat banyaknya perusahaan sejenis yang menawarkan layanan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Artikel Jurnal

- Jatmiko. (2020). Strategi Distribusi Produk Teh Botol Sosro Oleh Pt. Sinar Sosro Cabang Kendari. *Jurnal Komastie Vol 1, No.1 April 2020*, Pp. 15 - 27, 1(1), 15–27. <https://media.neliti.com/media/publications/344669-strategi-distribusi-produk-teh-botol-sos-378d5e5e.pdf>
- Laoli, E. et al. (2022). No Title. *Jurnal Manajemen*, Vol.1 No.3.
- Pu, X., Sun, S., & Shao, J. (2020). Direct Selling, Reselling, or Agency Selling? Manufacturer's Online Distribution Strategies and Their Impact. *International Journal of Electronic Commerce*, 24(2), 232–254. <https://doi.org/10.1080/10864415.2020.1715530>
- Rohmah, S. N., Ani, H. M., & Kantun, S. (2020). Strategi Distribusi Pada Cv. Lahan Mas Di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. *Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 14(2), 294–298. <https://doi.org/10.19184/jpe.v14i2.15854>
- Widyastutie, D. I., Sahara, S., & Kirbrandoko, K. (2021). Formulasi Strategi Distribusi Produk Susu Bubuk Di Pt Xyz. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 7(3), 665–680. <https://doi.org/10.17358/jabm.7.3.665>

### Buku

- Ardianto, E. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Simbiosis Rekatama Media.
- Burta, F. S. (2018). Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Survey Pada Pedagang Batik Di Pasar Beringharjo Yogyakarta). 1, 430–439.
- Chanda, K. (2018). Distribution Channels Used in Apple Distribution in Himachal Pradesh. 6(9), 32–36.
- Dani, A. S. (2023). Strategi Distribusi Film Dokumenter The Endgame.
- Ilham Chanra Putra. (2023). Peningkatan Volume Penjualan Melalui Strategi Distribusi Dalam Ekonomi Syariah. 4(1), 51–67.
- Komariah, S. (2019). Analisis Strategi Distribusi Perusahaan Rokok Ggagak Hitam dalam Meningkatkan Volume Penjualan.
- Maulidina, H. (2019). Analisis Strategi Saluran Distribusi pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan. 2, 1–13.
- Mulyana, M. (2019). Inisiasi Vii Strategi Distribusi. Materi Tutorial Online ekma 4216 Manajemen Pemasaran, 51–56.
- Nunung Nurnilasari, Adie Irwan Kusumah, dan D. K. (2021). Analisis Distribusi Produk Buah-Buahan Terhadap. 79–94.
- Sari, D. (2022). Strategi Distribusi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. 153.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi, 2015.