Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
5 (3) 2025, Page: 27027-27037

Analisis Efektivitas Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan di UD Mitra 88 Kota Gunungsitoli

Utamakan Laia[1], Otanius Laia[2], Serniati Zebua[3], Heniwati Gulo[4]
[1,2,3,4] Program Studi Manajemen Universitas Nias
Corresponding Author: Utamakan Laia, e-mail: utamakanlaia@gmail.com

Published: Oktober, 2025

ABSTRAK

Saluran distribusi merupakan rangkaian aktivitas yang menghubungkan produsen dengan konsumen atau pengguna akhir, memastikan produk atau layanan dapat tersedia di tempat dan waktu yang tepat. Tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui efektivitas saluran distribusi dalam meningkatkan Volume penjualan di UD. Mitra 88 Kota Gunungsitoli, untuk mengetahui kendala-kendala yang menyebabkan keterlambatan pengiriman barang di UD. Mitra 88 Kota Gunungsitoli dan untuk menegatahui Strategi distribusi apa yang paling efektif untuk meningkatkan volume penjualan di UD. Mitra 88 Kota Gunungsitoli. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kualitatif. Adapun jumlah informan dalam peneltian ini ialah sebanyak 5 orang. Berdasarkan hasil dari penelitian ini ialah: Efektivitas saluran distribusi di UD. Mitra 88 dapat dikatakan cukup baik meskipun masih dilakukan secara manual. Koordinasi tim yang solid, sistem penjadwalan yang teratur, dan manajemen stok yang terjaga menjadi faktor utama dalam mendukung peningkatan volume penjualan. Kendala-kendala yang menyebabkan keterlambatan pengiriman barang di UD. Mitra 88 terutama berasal dari faktor eksternal seperti kondisi jalan dan cuaca, dan faktor internal seperti keterbatasan kendaraan dan komunikasi yang belum maksimal. Strategi distribusi paling efektif yang diterapkan UD. Mitra 88 untuk meningkatkan volume penjualan adalah pengelompokan wilayah pengiriman, penjadwalan pengiriman yang terencana, konsolidasi pengiriman, dan komunikasi yang efektif.

Kata Kunci: Strategi saluran distribusi, Volume penjualan

ABSTRACT

A distribution channel is a series of activities that connect producers with consumers or end users, ensuring that products or services are available at the right place and time. The objectives of this study are: to determine the effectiveness of distribution channels in increasing sales volume at UD. Mitra 88, Gunungsitoli City, to identify obstacles that cause delays in goods delivery at UD. Mitra 88, and to determine the most effective distribution strategy for increasing sales volume at UD. Mitra 88, Gunungsitoli City. The type of research used by the researcher is qualitative. The number of informants in this study was 5 people. Based on the results of this study: The effectiveness of distribution channels at UD. Mitra 88 can be said to be quite good, although it is still carried out manually. Solid team coordination, a regular scheduling system, and well-maintained stock management are the main factors supporting the increase in sales volume. The obstacles that cause delays in goods delivery at UD. Mitra 88's challenges stem primarily from external factors such as road and weather conditions, as well as internal factors such as limited vehicles and suboptimal communication. The most effective distribution strategies implemented by UD. Mitra 88 to increase sales volume include grouping delivery areas, planned delivery scheduling, consolidation of deliveries, and effective communication.

Keywords: Distribution channel strategy, Sales volume

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, di mana pasar semakin terhubung dan akses informasi menjadi lebih mudah, perusahaan-perusahaan di seluruh dunia menghadapi tantangan dan peluang yang signifikan dalam mengelola saluran distribusi mereka. Globalisasi telah memperluas jangkauan pasar secara drastis, memungkinkan perusahaan untuk menjual produk mereka ke konsumen di berbagai belahan dunia. Namun, hal ini juga berarti bahwa perusahaan harus menghadapi persaingan yang lebih ketat dan kompleksitas yang meningkat dalam sistem distribusi mereka. Efektivitas saluran distribusi menjadi kunci utama dalam memastikan produk mencapai konsumen akhir dengan cara yang paling efisien dan efektif.

Efektivitas saluran distribusi merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Distribusi adalah proses penyampaian produk dari produsen ke konsumen melalui berbagai saluran yang dapat mencakup distributor, agen, grosir, dan pengecer. Saluran distribusi yang efektif dapat memastikan produk tersedia di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam jumlah yang sesuai dengan permintaan pasar. Ketersediaan produk yang mudah diakses oleh konsumen berpotensi meningkatkan jumlah pembelian dan memperluas pangsa pasar, sehingga mendorong Dalam persaingan pasar yang semakin ketat, perusahaan dituntut untuk mengelola saluran distribusinya dengan efisien agar dapat bersaing dengan kompetitor. Saluran distribusi yang efisien memungkinkan produk tiba di konsumen akhir dengan biaya yang minimal tanpa mengorbankan kualitas dan waktu pengiriman. Hal ini penting karena distribusi yang lambat atau tidak teratur dapat menyebabkan ketidakpuasan konsumen dan berdampak pada menurunnya volume penjualan. Selain itu, biaya distribusi yang tinggi dapat mengurangi keuntungan perusahaan atau memaksa perusahaan untuk menaikkan harga produk, yang pada akhirnya dapat mengurangi daya tarik produk di mata konsumen.

Saluran distribusi yang baik juga memainkan peran krusial dalam membangun loyalitas konsumen. Ketika konsumen merasa puas karena produk selalu tersedia dan mudah diakses, mereka cenderung kembali membeli produk yang sama, yang berdampak positif pada penjualan jangka panjang. Misalnya, produk yang tersedia di berbagai titik penjualan atau dapat diakses melalui platform online akan lebih mudah ditemukan oleh konsumen, dibandingkan dengan produk yang hanya tersedia di lokasi terbatas. Dengan demikian, pengelolaan saluran distribusi yang efektif dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memastikan pertumbuhan penjualan yang berkelanjutan.

Efektivitas saluran distribusi tidak hanya bermanfaat bagi konsumen tetapi juga bagi para peritel dan distributor. Ketika distribusi produk berjalan lancar, distributor dan peritel akan lebih mudah dalam mengatur stok, merencanakan penjualan, dan mengelola permintaan konsumen. Keuntungan ini memungkinkan para mitra distribusi untuk mendukung perusahaan dengan lebih maksimal, misalnya melalui promosi bersama atau upaya peningkatan penjualan di titik penjualan (*point of sale*). Hubungan yang baik antara perusahaan dan mitra distribusi menjadi salah satu kunci keberhasilan distribusi yang efektif.

Perusahaan harus memperhatikan berbagai faktor yang memengaruhi efektivitas saluran distribusi, seperti jarak, teknologi, logistik, dan kerja sama antar pihak terkait. Kemajuan teknologi juga memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan saluran distribusi melalui sistem manajemen rantai pasokan yang canggih, seperti penggunaan software pemantauan stok dan pengiriman. Dengan teknologi ini, perusahaan dapat memantau ketersediaan produk secara real-time dan melakukan pengiriman tepat waktu. Hal ini membantu perusahaan untuk meminimalkan kekurangan stok di pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain teknologi, pengelolaan logistik yang baik juga sangat diperlukan dalam mendukung efektivitas saluran distribusi. Logistik mencakup proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran produk dari titik asal hingga ke konsumen akhir. Penanganan logistik yang efisien dapat mengurangi waktu tempuh dan biaya transportasi, yang pada akhirnya berdampak pada harga produk yang lebih kompetitif. Perusahaan yang memiliki logistik yang andal akan lebih mampu memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat waktu dan menjaga kualitas produk selama proses pengiriman.

Lebih lanjut, efektivitas saluran distribusi juga membutuhkan kerja sama yang kuat antara berbagai pihak yang terlibat dalam distribusi, termasuk produsen, distributor, pengecer, dan agen pengiriman. Kerja sama ini penting untuk memastikan bahwa setiap tahapan dalam rantai distribusi berjalan lancar tanpa hambatan yang berarti. Misalnya, komunikasi yang baik antara perusahaan dan distributor dapat membantu dalam mengantisipasi lonjakan permintaan produk dan mengatur distribusi dengan lebih baik. Dengan adanya kerja sama yang sinergis, perusahaan dapat memastikan bahwa produk selalu tersedia di pasar sesuai kebutuhan.

Perencanaan saluran distribusi yang baik sangatlah penting untuk mencapai efektivitas. Pemetaan strategi distribusi harus disesuaikan dengan karakteristik pasar, jenis produk, dan kebutuhan konsumen (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Saluran distribusi yang dirancang dengan memperhatikan faktor-faktor ini akan memudahkan proses penjualan karena produk lebih mudah diakses oleh konsumen sasaran. Dengan demikian, saluran distribusi yang efektif dan efisien bukan hanya berfungsi

mengantarkan produk tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang mendorong peningkatan volume penjualan secara langsung.

Saluran distribusi yang efektif juga membantu perusahaan mengelola stok dengan lebih baik, sehingga perusahaan dapat memastikan persediaan barang selalu mencukupi permintaan pasar. Pengelolaan stok yang baik, yang didukung oleh saluran distribusi yang efektif, memungkinkan perusahaan untuk meminimalisir kekurangan barang atau kelebihan stok (Yang & Chen, 2021). Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan distribusi dan menjaga kelancaran alur produk dari gudang ke pasar, yang pada akhirnya membantu meningkatkan volume penjualan.

Efektivitas saluran distribusi turut dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memilih mitra distribusi yang andal dan memiliki kapasitas untuk menjangkau pasar yang luas. Memilih mitra distribusi yang tepat dapat mengoptimalkan cakupan pasar, karena mitra yang berpengalaman dan profesional mampu mengelola pengiriman produk dengan cepat dan akurat (Heizer & Render, 2020). Kerja sama dengan mitra distribusi yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan berupa peningkatan akses ke konsumen di berbagai wilayah yang mungkin sulit dijangkau sendiri oleh perusahaan.

Perubahan teknologi dalam beberapa tahun terakhir juga telah mempengaruhi efektivitas saluran distribusi. teknologi digital seperti sistem manajemen rantai pasok (*supply chain management*) dan *platform* logistik *online* membantu meningkatkan efisiensi distribusi, karena perusahaan dapat memantau pergerakan barang secara *real-time* dan mengurangi risiko keterlambatan (Kim & Lee, 2022). Dengan bantuan teknologi, proses distribusi menjadi lebih transparan dan dapat dipantau dengan lebih baik, sehingga konsumen dapat memperoleh produk sesuai harapan dan meningkatkan volume penjualan.

Selain itu, efektivitas saluran distribusi tidak hanya bermanfaat bagi produsen tetapi juga bagi konsumen. Saluran distribusi yang baik dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh barang yang mereka butuhkan (Ballou, 2018). Hal ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan karena mereka merasa puas dengan ketersediaan produk yang cepat dan mudah diakses. Konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian berulang, yang pada akhirnya meningkatkan volume penjualan perusahaan secara berkelanjutan.

Saluran distribusi yang efektif merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan volume penjualan di suatu perusahaan. Saluran distribusi berfungsi sebagai perantara yang memungkinkan produk dapat sampai ke tangan konsumen dengan cepat, tepat waktu, dan dalam kondisi yang baik (Kotler & Keller, 2019). Hal ini sangat penting untuk perusahaan seperti UD. Mitra 88 di Kota Gunungsitoli yang beroperasi di wilayah dengan karakteristik geografis yang cukup menantang. Efektivitas distribusi sangat menentukan kemampuan perusahaan untuk mencapai target penjualan, karena distribusi yang lambat atau tidak efisien dapat mengurangi daya saing produk di pasar lokal.

Distribusi yang efektif mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, yang kemudian berdampak pada peningkatan volume penjualan. UD. Mitra 88 perlu mempertimbangkan hal ini karena pelanggan yang puas dengan ketersediaan produk cenderung akan melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Selain itu, Amalia dan Kusuma menekankan pentingnya evaluasi rutin terhadap jalur distribusi untuk memastikan semua proses berjalan dengan optimal dan sesuai dengan perkembangan kebutuhan pasar.

UD. Mitra 88 adalah sebuah usaha dagang yang berlokasi di Kota Gunungsitoli, berfokus pada penyediaan berbagai kebutuhan masyarakat lokal, mulai dari bahan pokok hingga produk kebutuhan sehari-hari. Usaha ini dikenal sebagai salah satu tempat yang dapat diandalkan dalam menyediakan barang berkualitas dengan harga yang terjangkau, menjadikannya pilihan favorit bagi warga Gunungsitoli. Dengan manajemen yang efisien dan pelayanan yang ramah, UD. Mitra 88 terus berupaya memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi pelanggan.

Selain itu, UD. Mitra 88 juga berperan aktif dalam mendukung perekonomian lokal melalui kemitraan dengan pemasok dan produsen di sekitar Nias, sehingga membantu menggerakkan roda ekonomi daerah. Usaha ini terus berinovasi dalam meningkatkan layanannya dengan memperhatikan kebutuhan pasar dan memberikan produk yang beragam. Dengan komitmen untuk mempertahankan kualitas dan harga yang kompetitif, UD. Mitra 88 bertujuan untuk terus berkembang dan melayani kebutuhan masyarakat Gunungsitoli dan sekitarnya.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, menemukan bahwa di UD. Mitra 88 Kota Gunungsitoli terdapat sejumlah permasalahan yang berdampak cukup besar terhadap efektivitas

saluran distribusi dan peningkatan penjualan. Salah satu masalah utama yang menonjol adalah keterlambatan pengiriman barang ke berbagai titik penjualan. Keterlambatan ini terjadi secara berulang dan disebabkan oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kendala dalam manajemen logistik dan rantai pasokan yang belum berjalan secara efisien. Proses pengadaan dan pengiriman barang tidak memiliki perencanaan yang terstruktur, sehingga waktu pengiriman sering meleset dari jadwal yang telah direncanakan. Kondisi ini menyebabkan sering terjadinya kekosongan stok di toko atau mitra penjualan, yang tentu saja berdampak langsung pada kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan datang untuk membeli barang, namun barang tersebut tidak tersedia, maka hal ini akan menurunkan kepercayaan pelanggan dan mereka bisa saja beralih ke tempat lain. Akibatnya, peluang untuk meningkatkan penjualan menjadi hilang, bahkan bisa berdampak pada penurunan omset usaha dalam jangka panjang. Selain itu, masalah transportasi juga menjadi kendala yang cukup serius. Jumlah kendaraan operasional yang dimiliki UD. Mitra 88 masih terbatas dan sebagian sudah dalam kondisi kurang baik. Hal ini menyebabkan pengiriman barang tidak bisa dilakukan secara fleksibel atau cepat. Jika ada lonjakan permintaan atau kondisi darurat, perusahaan kesulitan menanggapi dengan cepat karena kendaraan yang tersedia tidak mencukupi atau tidak layak pakai. Kendala ini memperlambat proses distribusi barang dari gudang ke pengecer atau pelanggan akhir. Permasalahan lain yang memperburuk situasi adalah kurangnya sistem pemantauan inventaris yang akurat dan belum optimalnya penggunaan teknologi dalam proses distribusi. Saat ini, pengelolaan stok masih dilakukan secara manual atau dengan sistem sederhana, yang rawan terhadap kesalahan pencatatan dan keterlambatan informasi. Akibatnya, staf sering tidak mengetahui dengan pasti jumlah stok yang tersedia atau kapan waktu ideal untuk melakukan pemesanan ulang. Hal ini memperbesar kemungkinan terjadinya overstock atau stockout, yang keduanya merugikan perusahaan.

METODOLOGI

Metode riset ini, hanya menggunakan jenis kualitatif. Lokasi riset berada di UD. Mitra 88 Kota Gunungsitoli, jalan Jl. Fondako No. 10 Gunungsitoli. Partsipan riset ini terdiri dari lima narasumber. Teknik pengumpulan data berlandaskan pengamatan, wawancara, dan dokumentasi. Narasumber pertama adalah Viktor Oktavianus Laoli, yang diwawancarai di tempat usaha pada 26 April 2025 dengan durasi 55 menit sebagai informan utama. Narasumber kedua adalah Anugerah Kasih Mendofa, seorang karyawan, yang diwawancarai di lokasi usaha pada 27 April 2025 selama 30 menit. Narasumber ketiga adalah Forin Cantri Yuniarman Dawolo, juga seorang karyawan, yang diwawancarai di lokasi usaha pada 2 Mei 2025 dengan durasi 25 menit. Narasumber keempat adalah Masrina Lase, seorang konsumen, yang diwawancarai di lokasi usaha pada 5 Mei 2025 selama 30 menit. Terakhir, narasumber kelima adalah Meyman Gambriel Zalukhu, seorang konsumen, yang diwawancarai di tempat usaha pada 11 Mei 2025 dengan durasi 20 menit. Teknik Analisis datanya melalui pereduksian, penyajian, dan membuat kesimpulan.

HASIL PEBELITIAN

Berdasarkan permohonan ijin melaksanakan penelitian UD Mitra 88, bahwa penelitian mulai di laksanakan pada tanggal 26 april 2025 sampai selesai. Peneliti telah berupaya dalam memperoleh data-data dan informasi yang berhubungan dengan topik pembahasan pada penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88, Apakah ada standar waktu pengiriman yang ditetapkan untuk setiap wilayah distribusi?. Sebagai Informan ke-1 mengatakan bahwa:

> *Standar waktu yang kami gunakana dalam hal pengiriman barang dengan berpatokan pada kesepakatan pelang, adapun yang kami lakukan dalam melakukan pengirim barang jika wilayah yang dituju terlalu jauh, maka kami dari pihat toko akan menginformasikan kepada pelanggan. Dan setelah itu kami selalu menjaga kepercayaankonsumen untuk tujuan jangga panjang.*

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88Apa tantangan utama dalam menjaga ketepatan waktu pengiriman? Mengatakan bahwa:

Yang menjadi tantangan bagi kami adalah masalah cuaca yang sering hujan dan infrastruktur jalan yang masuih belum bagus, apalagi bila kami melakukan pengantaran barang di wilayah nias barang, dan mabilisasi yang masih terbatas.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88Bagaimana sistem pemantauan pengiriman yang diterapkan di UD Mitra 88? Sebagai informan ke 1 mengatakan:

Sistem yang selama ini kami gunakan ialah melakuakn pemantauan secara langsung melalui via telpon kepada pelanggan yang telah mealkuakan pemesanan barang dan memastikan bilang barang yang kami kirim telah sampai dengan tepat waktu.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Apakah ada kebijakan kompensasi jika terjadi kesalahan atau keterlambatan dalam pengiriman. Sebagai informan pertama, mengatakan bahwa:

Sejauh ini kami masih belum mengalami masalah terutama dalam melakukan pengirimnan barang kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88Bagaimana perhitungan biaya pengiriman yang diterapkan di UD Mitra 88?. Sebagai informan pertama, mengatakan bahwa:

Kami membebani biaya tambahan kepada pelanggan sesaui dengan wilayah dan biasanya kisaran lima ratus ke atas.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Apakah ada upaya untuk menekan biaya pengiriman tanpa mengurangi kualitas layanan? Sebagai inrman pertama, mengatakan bahwa:

Biasanya ada pengurangan biaya, bila konsumen membeli dalam kapasitas yang banyak.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Apa yang menjadi prioritas utama dalam layanan distribusi di UD Mitra 88?, sebagai informan pertama bahwa:

Yang menjadi prioritas utama kami adalah pelanggan yang telah berulang membeli dan pelanggan baru.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Bagaimana cara Anda menilai kepuasan pelanggan terhadap layanan distribusi?. Mengatakan bahwa:

Kami menilai kepuasan konsumen berdasarkan tingkat keseringan dalam membeli dan mengorder barang kepada kami, dan kami juga menyediakan kotak saran.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Bagaimana strategi UD. Mitra 88. Sebagai informan pertama, mengataka bahwa:

Dalam meningkatkan volume penjualan melalui saluran distribusi? Strategi yang kami gunakan adalah melakukan promosi dan memberikan infomasi melalui pemanfaat media social dan melakukan potongan harga bila membeli dalam kapasitas banyak. Hal ini kami lakukan untuk meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Apakah ada kendala utama dalam mencapai target penjualan melalui distribusi? Jika ada, bagaimana cara mengatasinya?. Sebagai informan pertama mengatakan bahwa:

Ya, kami mengalami kendala dalam mencapai target yaitu minimnya pengetahuan tentang pemanfaat media sosial dan tentu kami masih memiliki tenaga kerja masih masih belum terlatih dalam memasarkan barang pada usaha kami. Adapun cara mengatasi yang kami lakukan adalah dengan memasarkan barang memlaui media sosial.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Seberapa besar kontribusi strategi distribusi terhadap profitabilitas usaha?. Sebagai informan pertama, mengatakan bawa:

Dari pemahaman kami bahwa strategi distribusi sangat besar kontribusi bila benar-benar diterapkan, salah satunya adalah meningkatnya volume penjualan dan keuntungan yang didaptkan juga semakin tinggi.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Viktor Oktavianis Laoli pada tanggal 26 April 2024, selaku pemilik usaha UD Mitra 88. Sejauh mana teknologi atau sistem manajemen distribusi telah diterapkan untuk menunjang perkembangan bisnis?. Sebagai informan pertama, mengatakan bahwa:

Kami masih belum menerapkan sepenuhnya penggunaka teknologi karna keterbatasan sumber daya manusia dan keterbatasan dana yang kami peroleh, namun demikain kami sudah menerapka manajemen distribusi dengan membangun hungan kepada pelanggan, melalui penciptaan nilai kepada pelanggan melalui pelayan diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan Bagaimana sistem manajemen stok yang diterapkan untuk memastikan ketersediaan barang tepat waktu?. Dengan informan kedua, dimana beliau menjawab bahwa:

Sistem manajemen stok yang kami lakukan selama ini dengan melihat jumah barnag keluar lewat penjualn, namun kami masih kewlayan dalam melakukan manajemen stok terutama saat pembeli berjumlah banyak, terkkang barang tidak tersedia.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan Apa tantangan utama dalam menyiapkan barang untuk pengiriman tepat waktu? Dia beliau menjawab bahwa:

Tantangan yang kami alami ialah terjadi kesalahan saat mengirim barang kepada konsumen ini diakibatkan karna tenaga kerja yang masih tergolong sediki, dan juga masih yang kami punya saat ini masih kurang.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan: Apakah ada langkah efisiensi yang diterapkan dalam pengelolaan pengiriman barang?. Dimana beliau menjawab bahwa:

Yang kami lakukan ialah Optimasi Rute Pengirima Penerapan Transportation Management System (TMS) membantu merancang rute paling efisien, mempertimbangkan kondisi lalu lintas, cuaca, dan jarak tempuh—mengurangi biaya bahan bakar dan waktu antar dan pembagian wilayan Menggabungkan pengiriman dari beberapa pelanggan ke satu rute atau kendaraan (konsolidasi pengiriman) membuat proses lebih hemat biaya, dan mengelompokkan wilayah untuk distribusi lebih sistemati.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 dengan pertanyaan: Bagaimana pengaruh biaya logistik terhadap efisiensi distribusi di UD Mitra 88? Jawaban:

Biaya logistik sangat berpengaruh terhadap efisiensi distribusi di UD Mitra 88. Ketika biaya logistik, seperti bahan bakar, sewa kendaraan, atau biaya pengemasan naik, itu otomatis akan meningkatkan total biaya distribusi. Hal ini bisa mengurangi margin keuntungan dan memaksa kami untuk mencari cara-cara efisiensi lain, seperti mengatur ulang rute pengiriman agar lebih hemat bahan bakar atau menggabungkan pengiriman ke beberapa pelanggan sekaligus.

Selanjutnya peneliti bertanya kepada informan ketiga atas nama Forin Cantri Yuniarman Dawolo sebagai informan utama dengan pertanyaan yang sama dimana beliau menjawab bahwa:

Biaya logistik juga sangat berpengaruh terhadap barang ayang akan di distribusikan berdasarkan jarak barang dikirim, biasanya kami akan mengutamakan efesiensi biaya.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan, Bagaimana sistem komunikasi antara tim gudang dan tim distribusi? Beliau menjawab bahwa:

Sistem komunikasi antara tim gudang dan tim distribusi di UD Mitra 88 berjalan cukup baik dan terkoordinasi. Kami menggunakan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp sebagai media komunikasi utama untuk penyampaian informasi secara cepat, terutama terkait kesiapan barang, jadwal pengiriman, dan perubahan mendadak di lapangan.

Selanjutnya peneliti bertanya kepada informan utama, dimana beliau menjawab bahwa: *komunikasi yang kami lakukan selama ini adalah memanfaat media seperti whatsapp sebagai saluran komunikasi. Selain itu, setiap pagi biasanya dilakukan briefing singkat antara kepala gudang dan koordinator distribusi untuk memastikan semua data pengiriman sudah lengkap, termasuk jumlah barang, alamat tujuan, dan waktu pengiriman. Komunikasi juga tercatat secara manual melalui form atau*

lembar kontrol yang ditandatangani kedua pihak sebagai bukti koordinasi. Walaupun masih sederhana, sistem ini cukup efektif untuk memastikan alur kerja antara gudang dan distribusi berjalan lancar tanpa banyak kendala.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan Bagaimana cara menilai keberhasilan dalam layanan distribusi?. Dimana beliau menjawab bahwa:

Keberhasilan layanan distribusi di UD Mitra 88 dinilai dari beberapa indikator utama. Pertama, dari ketepatan waktu pengiriman. Kalau barang bisa sampai ke pelanggan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan, itu sudah jadi salah satu tanda bahwa distribusi berjalan baik. Kedua, kami lihat dari tingkat kepuasan pelanggan. Kalau tidak ada komplain soal keterlambatan, kerusakan barang, atau salah kirim, berarti layanan distribusi sudah dianggap berhasil. Biasanya kami menerima feedback langsung dari pelanggan setelah pengiriman.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan Bagaimana sistem penyimpanan dan pengelolaan stok di gudang memengaruhi volume penjualan? Dimana beliau menjawab bahwa:

Sistem penyimpanan dan pengelolaan stok di gudang sangat berpengaruh terhadap volume penjualan di UD Mitra 88. Kalau stok barang tertata rapi dan mudah diakses, proses pengambilan barang jadi lebih cepat, sehingga pengiriman ke pelanggan juga bisa lebih cepat. Ini membuat pelanggan puas dan cenderung melakukan repeat order. Selain itu, pengelolaan stok yang baik membantu kami mencegah kekurangan atau kelebihan stok. Misalnya, dengan pencatatan stok yang akurat, kami bisa tahu kapan harus restok barang, jadi tidak sampai kehabisan saat ada permintaan tinggi. Kalau barang tidak tersedia saat dibutuhkan pelanggan, tentu itu bisa menurunkan penjualan. Kami juga menerapkan sistem pencatatan manual yang rutin diperbarui, meskipun belum digital sepenuhnya. Tapi dengan pengawasan yang ketat, sistem ini masih cukup efektif untuk menjaga ketersediaan barang dan mendukung kelancaran penjualan.

Berdasarkan hasil wawancara yang di tanyakan kepada bapak Anugerah Kasih Mendofa pada tanggal 27 Juni 2025, selaku karyawan UD Mitra 88 denga pertanyaan Apakah ada tantangan dalam pengadaan barang yang dapat menghambat pertumbuhan UD. Mitra 88?. Dimana beliau menjwab bahwa:

Ya, tentu ada beberapa tantangan dalam pengadaan barang yang bisa berdampak pada pertumbuhan UD. Mitra 88. Salah satu yang paling sering kami hadapi adalah keterlambatan dari pihak pemasok. Kalau pengiriman bahan atau barang dari supplier terlambat, itu bisa mengganggu stok di gudang dan akhirnya mempengaruhi kelancaran distribusi ke pelanggan. Selain itu, fluktuasi harga juga jadi tantangan. Kadang harga barang dari supplier naik tiba-tiba, sementara kami sudah berkomitmen harga ke pelanggan. Ini bisa mengurangi margin keuntungan atau bahkan membuat kami harus menunda pembelian.

Selanjutnya, peneliti bertanya kepada informan berbeda dengan pertanyaan yang sama. Dimana beliau menjawab bahwa:

Tantangan yang diahadi dalam pengadaan barnag tentu ada, salah satunya keterlambatan dari pihak pemasok, hal ini membuat kami kesulitan untuk mendistribusikan barang bahkan kami kami kewalahan dalam menjawab pesanan dari para pelanggan kamu.

Berdasarkan jawaban informan diatas dapat disimpulkan bahwa tantangan yang dihadipi oleh UD Mitra 88 adalah soal keterlambatan pengiriman barang dari pemasak dan fluktuasi harga yang berubah-ubah. Hal ini mengakibatkan kepuasan para pelanggan dalam memesan barang pada UD Mitra 88 dan harga dari pihak supplier yang berubah-ubah sementara harga barang kami sudah berkomitmen kepada para pelanggan yang melakukan pemesanan. Selanjutnya peneliti bertanya kepada informan pendukung dalam hal ini adalah pelanggan yang membeli pada UD Mitra 88, dengan pertanyaan: Bagaimana sistem penjadwalan pengiriman yang diterapkan untuk mengoptimalkan waktu?. Dimana beliau menjawab bahwa:

Untuk sistem penjadwalan pengiriman di UD Mitra 88 masih dilakukan secara manual, tapi sudah cukup teratur. Biasanya kami buat jadwal pengiriman harian berdasarkan data pesanan yang masuk sehari sebelumnya. Kami kelompokkan tujuan pengiriman berdasarkan wilayah agar satu armada bisa mengirim ke beberapa lokasi yang berdekatan dalam satu rute. Kami juga mempertimbangkan jam operasional pelanggan, jadi pengiriman disesuaikan supaya barang datang di waktu yang tepat dan tidak

mengganggu kegiatan mereka. Koordinasi antara bagian gudang dan sopir dilakukan setiap pagi sebelum keberangkatan, supaya semua barang yang akan dikirim sudah dicek dan disusun sesuai urutan pengantaran.

Selanjutnya peneliti bertanya kepada informan pendukung dengan pertanyaan yang sama, dimana informan atas nama Meyman Gambriel Zalukhu beliau menjawab bawhwa:

Dimana sistem yang digunakan UD Mitar 88 masih menggunakan sistem manual, dan hal ini kami merasa tidak terganggu karna pengataran barang yang mereka lakukan masih tepat waktu, walaupun masih ada keterlambatan biasanya kamu malum karna situasi yang tidak mendukung.

Berdasarkan jawab responden diatas peneliti menyimpulkan bahwa sistem penjadwalan pengiriman barang masih menggunakan manual namun, dalam pengantaran barang masih sesuai dengan mengutakan pesanan yang duluan dan biasanya mereka melakukan pencatan masih mengguankana manual. Lanjut, masih dengan informan sebelumnya, ditanyakan: Apa hambatan utama dalam proses distribusi barang ke pelanggan?. Beliau menjawab:

Selama ini yang kami alami hanya soal keterlambatan namun, barang yang kami pesan akan tiba walaupun terlambat, keterlambatan juga diakibatkan karena cuaca yang kurang mendukung hal ini disampai pihak dari UD Mitra 88 melalui pesan yang dikirim.

Lanjut, masih dengan informan sebelumnya, ditanyakan: Bagaimana sistem pelacakan pengiriman untuk memastikan keakuratan tujuan?. Beliau menjawab:

Hanya melalui sistem komunikasi dalam hal ini ialah masih menggunakan manual seperti via SMS melalui WhatsApp.

Lanjut, masih dengan informan sebelumnya, ditanyakan: Bagaimana kebijakan perusahaan dalam menekan biaya distribusi?. Beliau menjawab:

Beberapa kebijakan perusahaan dalam menekan biaya ialah dengan menggabungkan pengiriman dengan wilayah yang satu arah dan memberikan diskon bila membeli dalam kapasitas yang banyak.

Selanjutnya peneliti bertanya kepada informan pendukung dengan pertanyaan yang sama, dimana beliau menjawab bahwa:

Kebijakan peruahaan dalam menekan biaya dengan menerapkan system pemesana sesuai denga jadwal atau melakukan pemesanan dua hari sebelum barang diantar hal ini didasarkan dengan alasan perusahan agara menekan biaya dengan mengikutsertakan barang yang satu arah dengan wilayan tersebut.

Berdasarkan jawaban kedua informan dalam hal ini informan pendukung bahwa upaya yang dilakukan perusahaan dalam menekan biaya distribusi dengan melakukan pemesan terlebih dahulu agar perusahaan dapat mengatur jadwal pendistribuisan guna menekan biaya dalam melakukan pendistribusian apalagi bila pelanggan memesan dalam kapasitas yang sedikit.

Lanjut, masih dengan informan sebelumnya, ditanyakan: Apakah biaya distribusi sering menjadi kendala dalam pengiriman?. Beliau menjawab:

Berdasarkan yang saya alami bahwa, terkadang menjadi kendala dalam menerima barang dari perusahaan apalagi jika saya memesan barang dalam kapasitas sedikit, sehingga barang akan datang terlambat, kami juga memaklumi dikarenaknan karna pesanan kami yangsmasih sedikit dan biasanya pihak perusahaan dalam hal ini UD Mitra 88 selalau berkoordinasi kepada kami yang melakukan pemesanan.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang digunakan oleh UD. Mitra 88 telah memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan volume penjualan, meskipun masih terdapat beberapa kendala yang perlu diperbaiki.

Pertama, sistem penjadwalan pengiriman. Sistem penjadwalan pengiriman di UD. Mitra 88 dilakukan secara manual, namun sudah terstruktur. Pengelompokan pengiriman berdasarkan wilayah menjadi strategi utama dalam efisiensi rute. Meskipun belum berbasis digital, cara ini dinilai cukup efektif dalam menghemat waktu dan biaya operasional. Ketepatan waktu pengiriman turut berperan dalam menjaga kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang.

Kedua, efisiensi dan koordinasi internal. Efektivitas saluran distribusi juga terlihat dari koordinasi yang baik antara tim gudang dan tim distribusi. Komunikasi dilakukan melalui *briefing* harian dan media

seperti *WhatsApp* untuk memastikan semua barang dikirim sesuai jadwal. Hubungan kerja yang terjalin antar tim meminimalkan kesalahan dalam pengiriman dan membantu mempercepat proses distribusi.

Ketiga, tantangan distribusi. Walaupun sistem distribusi dinilai efektif, terdapat beberapa hambatan seperti kondisi jalan, cuaca buruk, keterbatasan armada, dan informasi pelanggan yang tidak lengkap. Hambatan-hambatan ini dapat menyebabkan keterlambatan dan memengaruhi persepsi pelanggan. Namun, tim di lapangan cukup responsif dalam menanggapi situasi mendadak, yang menunjukkan bahwa sistem distribusi masih dapat diandalkan.

Keempat, pengaruh terhadap volume penjualan. Saluran distribusi yang berjalan efektif memberikan dampak positif terhadap peningkatan volume penjualan. Dengan pengiriman yang tepat waktu dan minim kesalahan, pelanggan merasa puas dan cenderung melakukan pemesanan ulang. Selain itu, ketersediaan barang di gudang yang terjaga juga mempercepat proses pemenuhan permintaan pasar. Semua ini mendukung peningkatan penjualan secara berkelanjutan.

Kelima, sistem pengelolaan stok. Sistem pengelolaan stok yang dilakukan secara manual, meski sederhana, cukup membantu dalam menjaga ketersediaan barang. Adanya pencatatan stok secara rutin mencegah kekurangan barang yang dapat menghambat distribusi. Dengan stok yang selalu tersedia, pesanan pelanggan dapat dipenuhi dengan cepat, yang secara langsung berdampak pada peningkatan volume penjualan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakuakan oleh peneliti bahwa strategi saluran distribusi pada UD mitra 88 masih menggunakan manual hal ini dapat di lihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi, diketahui bahwa ketika perusahaan mulai melakukan evaluasi distribusi secara berkala dan menerapkan sistem pengendalian armada pengiriman, volume penjualan produk meningkat secara bertahap. Efisiensi biaya distribusi dan penguatan hubungan kerja sama dengan mitra distribusi lokal menjadi kunci dalam keberhasilan strategi ini.

Efektivitas saluran distribusi di UD. Mitra 88 dapat dikatakan cukup tinggi meskipun masih dilakukan secara manual. Koordinasi tim yang solid, sistem penjadwalan yang teratur, dan manajemen stok yang terjaga menjadi faktor utama dalam mendukung peningkatan volume penjualan. Namun, untuk mendukung pertumbuhan yang lebih besar, UD. Mitra 88 perlu mempertimbangkan penggunaan sistem distribusi berbasis digital dan penambahan armada agar distribusi bisa lebih optimal lagi.

Penelitian ini mengkaji berbagai kendala yang menjadi penyebab keterlambatan pengiriman barang di UD. Mitra 88 Kota Gunungsitoli. Dari data yang diperoleh melalui wawancara dengan informan dan observasi lapangan, ditemukan beberapa faktor utama yang berkontribusi terhadap masalah keterlambatan tersebut.

Pertama, kondisi jalan dan infrastruktur. Salah satu kendala utama yang sering dihadapi adalah kondisi jalan yang kurang mendukung, terutama di daerah-daerah yang jalannya rusak, sempit, atau rawan banjir. Kondisi infrastruktur yang kurang baik ini menyebabkan armada pengiriman harus melaju dengan kecepatan rendah demi keselamatan, sehingga waktu tempuh menjadi lebih lama dan menyebabkan keterlambatan.

Kedua, cuaca ekstrem. Cuaca buruk seperti hujan deras atau angin kencang juga sangat memengaruhi kelancaran pengiriman. Cuaca ekstrem menyebabkan risiko kecelakaan dan kerusakan barang meningkat, sehingga pengiriman sering harus ditunda atau dilakukan dengan hati-hati yang memperlambat proses distribusi.

Ketiga, keterbatasan armada dan sumber daya. Keterbatasan jumlah kendaraan dan sopir menjadi faktor signifikan dalam keterlambatan pengiriman, terutama saat volume pesanan meningkat. Armada yang terbatas menyebabkan proses pengiriman harus dilakukan bergiliran atau dijadwalkan ulang, yang berpotensi menunda waktu pengantaran barang kepada pelanggan.

Keempat, kkomunikasi dan koordinasi yang kurang optimal. Kendala komunikasi antara tim gudang, tim distribusi, dan pelanggan juga menjadi faktor penghambat. Informasi yang terlambat atau tidak lengkap, seperti perubahan alamat pengiriman atau ketidaksesuaian jadwal, mengakibatkan waktu tunggu yang lebih lama dan kesulitan dalam penyesuaian rute pengiriman.

Kelima, keterlambatan pengadaan barang. Selain faktor distribusi, keterlambatan dalam pengadaan barang dari pemasok turut memengaruhi pengiriman. Jika barang tiba terlambat di gudang, maka proses pengiriman ke pelanggan otomatis ikut tertunda, sehingga menimbulkan efek domino pada keseluruhan rantai distribusi.

Kendala-kendala yang menyebabkan keterlambatan pengiriman barang di UD. Mitra 88 terutama berasal dari faktor eksternal seperti kondisi jalan dan cuaca, dan faktor internal seperti keterbatasan armada dan komunikasi yang belum maksimal. Untuk mengurangi keterlambatan, perlu dilakukan perbaikan koordinasi internal, penambahan armada, serta strategi antisipasi terhadap kondisi cuaca dan infrastruktur jalan yang kurang memadai.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi distribusi yang paling efektif dalam meningkatkan volume penjualan di UD. Mitra 88, Kota Gunungsitoli. Berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara dengan pengelola, staf distribusi, dan observasi lapangan, ditemukan beberapa strategi distribusi yang diterapkan serta efektivitasnya dalam mendukung peningkatan penjualan.

Pertama, pengelompokan wilayah pengiriman (*regionalisasi rute*). Strategi utama yang diterapkan UD. Mitra 88 adalah pengelompokan pengiriman berdasarkan wilayah geografis. Dengan membagi rute distribusi ke dalam beberapa zona atau cluster wilayah, perusahaan dapat mengoptimalkan rute pengiriman sehingga armada dapat menjangkau banyak pelanggan dalam satu perjalanan.

Strategi ini efektif karena mengurangi waktu tempuh dan biaya bahan bakar, yang secara langsung menurunkan biaya operasional distribusi. Efisiensi biaya ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan harga yang lebih kompetitif atau meningkatkan margin keuntungan. Pengelompokan wilayah juga memudahkan perencanaan jadwal pengiriman yang tepat waktu, sehingga pelanggan merasa puas dan berpotensi meningkatkan loyalitas serta volume pembelian ulang.

Kedua, penjadwalan pengiriman yang terencana. UD. Mitra 88 menerapkan sistem penjadwalan pengiriman yang disusun setiap hari berdasarkan data pesanan yang masuk sebelumnya. Penjadwalan ini mempertimbangkan prioritas pelanggan dan waktu operasional mereka, sehingga pengiriman dapat dilakukan pada waktu yang paling efisien dan sesuai kebutuhan pelanggan.

Penjadwalan yang terencana membantu mengurangi risiko keterlambatan dan ketidaksesuaian pengiriman, yang dapat menurunkan kepercayaan pelanggan. Dengan pengiriman yang konsisten tepat waktu, pelanggan menjadi lebih puas dan cenderung melakukan pembelian lebih banyak.

Ketiga, konsolidasi pengiriman (penggabungan order). Strategi konsolidasi pengiriman, yakni menggabungkan beberapa pesanan dengan tujuan yang berdekatan dalam satu armada, juga diterapkan untuk meningkatkan efisiensi distribusi. Dengan mengurangi jumlah perjalanan yang dilakukan, perusahaan dapat menekan biaya transportasi sekaligus mempercepat pengiriman barang ke pelanggan. Hal ini berkontribusi langsung terhadap penurunan biaya logistik dan peningkatan volume penjualan karena harga jual bisa lebih kompetitif dan layanan lebih cepat diterima pelanggan.

Keempat, penggunaan media komunikasi yang efektif. Komunikasi yang lancar antara tim gudang, distribusi, dan pelanggan menjadi salah satu faktor penentu efektivitas distribusi. UD. Mitra 88 menggunakan aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp* untuk koordinasi *real-time* dan penyesuaian jadwal pengiriman jika ada perubahan mendadak. Komunikasi yang efektif membantu mencegah kesalahan pengiriman dan mempercepat penanganan masalah, sehingga meningkatkan kepercayaan pelanggan dan potensi pembelian ulang.

Kelima, pengelolaan stok yang terintegrasi. Walaupun sistem pengelolaan stok di UD. Mitra 88 masih dilakukan secara manual, pencatatan yang rutin dan akurat memungkinkan ketersediaan barang yang memadai sesuai permintaan pasar. Ketersediaan stok yang terjaga sangat penting untuk mendukung strategi distribusi, karena pelanggan dapat memperoleh barang yang mereka butuhkan tanpa penundaan.

Hal ini berdampak positif terhadap peningkatan volume penjualan karena tidak ada hambatan dalam pemenuhan pesanan (Kartini et al., 2025; Maemunah et al., 2021; Prima et al., 2024; Teresia & Soeprapto, 2025). Dari hasil penelitian, bahwa strategi distribusi paling efektif yang diterapkan UD. Mitra 88 untuk meningkatkan volume penjualan adalah pengelompokan wilayah pengiriman, penjadwalan pengiriman yang terencana, konsolidasi pengiriman, komunikasi yang efektif, dan pengelolaan stok yang baik. Kombinasi strategi ini berhasil meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya distribusi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mendorong kenaikan volume penjualan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada UD mitra 88 tentang strategi distribusi dalam meningkatkan volume penjualan dapat disimpulakn sebagai berikut:

1. Efektivitas saluran distribusi di UD. Mitra 88 dapat dikatakan cukup baik meskipun masih dilakukan secara manual. Koordinasi tim yang solid, sistem penjadwalan yang teratur, dan manajemen stok yang terjaga menjadi faktor utama dalam mendukung peningkatan volume penjualan. Namun, untuk mendukung pertumbuhan yang lebih besar, UD. Mitra 88 perlu mempertimbangkan penggunaan sistem distribusi berbasis digital dan penambahan armada agar distribusi bisa lebih optimal lagi.
2. Kendala-kendala yang menyebabkan keterlambatan pengiriman barang di UD. Mitra 88 terutama berasal dari faktor eksternal seperti kondisi jalan dan cuaca, dan faktor internal seperti keterbatasan kendaraan dan komunikasi yang belum maksimal. Untuk mengurangi keterlambatan, perlu dilakukan perbaikan koordinasi internal, penambahan kendaraan, dan strategi dalam menghadapi kondisi cuaca dan infrastruktur jalan yang kurang memadai.
3. Strategi distribusi paling efektif yang diterapkan UD. Mitra 88 untuk meningkatkan volume penjualan adalah pengelompokan wilayah pengiriman, penjadwalan pengiriman yang terencana, konsolidasi pengiriman, komunikasi yang efektif, dan pengelolaan stok yang baik. Kombinasi strategi ini berhasil meningkatkan efisiensi operasional, menekan biaya distribusi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya mendorong kenaikan volume penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

Ballou, R. H. (2018). *Business Logistics/Supply Chain Management: Planning, Organizing, and Controlling the Supply Chain*. New York: Pearson.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. New York: Pearson.

Heizer, J., & Render, B. (2020). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management*. New York: Pearson.

Kartini, E., Mimbar, L., & Rusdi, R. (2025). Strategi Implementasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada UMKM Jagung Marning UD. Karya Indah Desa Gelogor. *Valid Jurnal Pengabdian*, *3*(1), 58–71. https://journal.stieamm.ac.id/vjp/article/view/513

Kim, Y., & Lee, H. (2022). *Digital Supply Chain Management: Concepts and Cases*. New York: Springer.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. New York: Pearson.

Maemunah, A. S., Basari, A., & Nursolih, E. (2021). Peran Chanel Distribution (Saluran Distribusi) dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Suatu Studi pada PT. Sinar Sosro KP Tasikmalaya). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, *34*, 109–122. https://jurnal.unigal.ac.id/bmej/article/view/5921

Prima, A., Erly, R., Atiah, I. N., & Tirtayasa, S. A. (2024). Analisis Implementasi 3P (Promotion, People, Process) Syariah dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Citra Elektrindo Mandiri. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*(5), 3891–3917. https://doi.org/10.30651/jms.v9i5.24890

Teresia, T., & Soeprapto, V. S. (2025). Strategi Pemasaran Marketing Mix 7p terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Ecaps Restoran, Kemang, Jakarta. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, *02*(10), 250–263. https://doi.org/10.23969/jp.v10i02.30736

Yang, H., & Chen, J. (2021). *Inventory Management in the Digital Era*. New York: Springer.