

EVALUASI FUNGSI-FUNGSI SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. GOLDIE

Reynold Setiawan Cionander

Fakultas Manajemen Bisnis Universitas Ciputra Surabaya
E-mail: reynoldcionander@gmail.com

Abstract: *Goldie is a company that run business in food and beverage industry especially at snack. Goldie provide products in the form of cassava chips with fruit flavor such as grape, dragon fruit, and guava. Problems faced by Goldie company today is the number of distribution channels are constantly changing in each period and the performance of the distribution channel is not maximal, therefore, this study aimed to evaluate the functions of existing distribution channels in PT. Goldie. This research use qualitative methods, and using triangulation informant sources, they are two expert and two reseller from PT. Goldie. The result from this study found that PT. Goldie must keep ordering and physical system while improve and doing maintenance on information, promotion, negotiation, financing, risk taking, payment, and ownership so the functions of the distribution channel will be run well.*

Keywords: *Distribution channel, distribution channel function, distribution channel evaluation, food and beverage.*

Abstrak: Goldie adalah sebuah perusahaan di bidang food dan beverage terutama makanan ringan (snack). Goldie menyediakan produk berupa keripik singkong olahan dengan rasa buah yaitu Anggur, Buah Naga, dan Jambu. Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Goldie saat ini adalah jumlah saluran distribusi yang terus berubah setiap periodenya dan belum maksimalnya kinerja dari saluran distribusi tersebut sendiri, oleh karena itu penelitian ini ditujukan untuk mengevaluasi fungsi-fungsi saluran distribusi yang ada pada PT. Goldie. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan menggunakan sumber informan triangulasi, informan tersebut adalah dua orang expert dan dua orang reseller dari PT. Goldie. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa PT. Goldie perlu mempertahankan sistem ordering dan physical serta meningkatkan dan melakukan perbaikan pada bagian informasi, promosi, negosiasi, pembiayaan, pengambilan risiko, pembayaran dan kepemilikan supaya fungsi-fungsi saluran distribusi dapat berjalan dengan baik.

Kata kunci : saluran distribusi, fungsi-fungsi saluran distribusi, evaluasi saluran distribusi, makanan dan minuman.

PENDAHULUAN

Sektor makanan dan minuman merupakan sektor industri yang sangat berpotensi dan menguntungkan dalam jangka panjang pembangunan ekonomi maupun pemulihan ekonomi jangka pendek. Sektor makanan dan minuman menopang pertumbuhan industri pengolahan non migas, di mana pada kuartal I/2016 pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 7,55 persen (Antaranews.com, 2015). Hal ini disebabkan karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia yang menyebabkan industri ini akan terus berjalan dan dibutuhkan oleh seluruh masyarakat.

Sebagian besar produsen tidak langsung menjual barang mereka kepada konsumen. Di antara produsen dan konsumen terdapat saluran distribusi, sekumpulan perantara pemasaran yang melakukan berbagai fungsi, yang dimaksud dengan saluran distribusi menurut Sunyoto (2012) adalah sekelompok perantara yang saling berhubungan satu sama lain dan merupakan penyalur produk kepada konsumen. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2015) saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling berinteraksi dan terlibat dalam mengolah suatu barang atau jasa sehingga siap untuk dipakai atau dikonsumsi.

Goldie bergerak di Industri bidang *food and beverage* terutama makanan ringan (*snack*). *Goldie* menyediakan produk berupa keripik singkong olahan dengan rasa buah yaitu Anggur, Buah Naga, dan Jambu. Produk *Goldie* tidak berhenti sampai disitu saja, akan tetapi akan terus berinovasi dengan konsep yang sama yaitu berbahan dasar olahan singkong, jadi *Goldie* terus mencoba melakukan inovasi dan kreatifitas yang dimiliki supaya menciptakan produk baru yang bisa bersaing di pasaran.

Kini *Goldie* masih fokus ke arah perkembangan produk dengan terus berinovasi pada kemasan dan logo agar mengedepankan unsur segar dan *fresh* dari keripik buah yang ditawarkan. *Goldie* juga terus berusaha untuk menambah *reseller* agar produk semakin luas berada di masyarakat dan mempermudah konsumen untuk memperoleh produk yang ditawarkan.

LANDASAN TEORI

Penelitian Terdahulu

Wijaya (2013) untuk mengetahui pengaruh promosi, citra merek, dan saluran distibusi terhadap keputusan pembelian jasa Terminix di kota Manado. Penelitian ini bermanfaat untuk penulis sebagai referensi pengetahuan tentang seberapa besar pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian para konsumen.

Andrejic dan Kilibarda (2014) untuk mengetahui cara pemilihan saluran distribusi dengan pendekatan PCA-DEA. Penelitian ini memberikan manfaat referensi serta wawasan bagi penulis supaya mengetahui lebih dalam lagi tentang saluran distribusi dan cara pendekatannya.

Haghhighinasab et al (2013) dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor dan fungsi dari saluran distribusi yang efektif dalam kualitas hubungan dengan para konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi *Ordinary Least Square* (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi dan fungsi dari saluran distribusi sangat penting dan berdampak positif bagi penjualan yang ada. Sangat dibutuhkan juga untuk membuat kebijakan keuangan dan penentuan harga serta informasi dalam promosi.

Saluran Distribusi

Definisi saluran distribusi menurut Sunyoto (2012) adalah, sekelompok perantara yang saling berhubungan satu sama lain dan merupakan penyalur produk kepada konsumen, sedangkan menurut Kotler dan Keller (2015) mendefinisikan bahwa saluran distribusi adalah sekumpulan organisasi yang saling berinteraksi dan terlibat dalam mengolah suatu barang atau jasa sehingga siap untuk dipakai atau dikonsumsi. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi merupakan suatu organisasi pemasaran yang bertugas untuk menyalurkan produk ke konsumen.

Kedudukan saluran distribusi di dalam jaringan pemasaran merupakan bagian dari jaringan pemasaran yang fungsinya untuk membantu perusahaan untuk mendistribusikan produknya supaya bisa sampai ke tangan konsumen. Tugas saluran distribusi meliputi penyebaran promosi, transportasi dan sebagainya.

Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi

Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen, maka perusahaan dalam menentukan dan menjaga relasi dengan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan yang baik. Dalam usaha menjaga relasi tersebut perlu diperhatikan fungsi-fungsi dari saluran distribusi, menurut Kotler dan Keller (2015) berikut adalah fungsi-fungsi dari saluran distribusi yang membentuk jalinan relasi dengan produsen : (1) informasi (*information*), yaitu informasi riset pemasaran mengenai potensi dan kemampuan pasar, pesaing dan kekuatan-kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran sehingga dengan sejumlah informasi dapat diukur seberapa jauh

kepentingan penjual atau lembaga lain dalam saluran distribusi; (2) promosi (*promotion*), yaitu salah satu sarana pendukung dalam kegiatan bisnis terutama dalam hal pemasaran. Perusahaan harus dapat memilih bentuk-bentuk promosi yang tepat agar tujuan promosi dapat dicapai; (3) negoisasi (*negotiation*), merupakan usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga, dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan; (4) pemesanan (*ordering*), adalah hal yang juga penting dalam kegiatan bisnis. Di mana proses pemesanan memegang peranan supaya produk dapat terdistribusikan dan memudahkan para distributor untuk melakukan pemesanan barang kepada produsen; (5) pembiayaan (*financing*), merupakan hal krusial yang dapat dikatakan nomor satu dalam berbisnis. Modal, perputaran uang serta keuntungan menjadi pondasi dasar supaya usaha dapat tetap berdiri dengan baik, semua elemen pasti membutuhkan pembiayaan yang baik mulai dari produsen hingga ke distributor; (6) pengambilan risiko (*risk taking*), dalam berbisnis pasti tidak lepas dari namanya resiko, baik dari resiko tertipu, resiko rugi, resiko barang rusak, dan lain-lain. Oleh karena itu harus ada pembagian tanggung jawab dan resiko yang jelas antara produsen dengan para distributor supaya ketika terjadi resiko di lapangan menjadi jelas siapa yang akan bertanggung jawab; (7) fisik (*physical*), Tempat penyimpanan dan cara mengirimkan barang dengan transportasi menjadi sesuatu yang sangat sepele akan tetapi penting demi menjaga suatu produk agar tahan lama atau tetap terjaga kualitas dan bentuknya; (8) pembayaran (*payment*), dalam kegiatan bisnis pasti ada proses pembayaran di mana proses pembayaran ini bertujuan supaya arus perputaran barang dapat menjadi lancar di lapangan; (9) kepemilikan (*ownership*), yaitu arus kepemilikan dari suatu institusi pemasaran ke institusi lain. Fungsi ini sangat penting karena fungsi ini yang paling menentukan apakah barang sudah sampai kepada para distributor atau belum. Jika barang sudah sampai kepada para distributor, maka pelaksanaan kegiatan saluran distribusi dari produsen kepada para distributor dapat dikatakan selesai.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena (Bungin, 2012). Menurut Bodgan dan Taylor dalam (Moleong, 2012), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, sehingga penelitian ini tidak menghasilkan data statistik angka melainkan data berupa kata-kata dan gambar. Metode penelitian kualitatif deskriptif diharapkan oleh peneliti untuk mendapatkan jawaban yang dapat menjelaskan cara penjalinan relasi dengan saluran distribusi bagi PT. Goldie.

Subjek dan Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini bagaimana evaluasi fungsi-fungsi saluran distribusi pada PT. Goldie sedangkan subyek penelitian ini adalah sumber pihak lain yang merupakan narasumber yang menjadi sumber data dan informasi untuk menjawab permasalahan dari penelitian, oleh karena itu subyek penelitian yang digunakan sebagai informan adalah *reseller* dan juga *expert* (orang yang berpengalaman di bidangnya).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Menurut Moleong (2012), pengertian wawancara adalah suatu percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan kepada terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Metode wawancara ini dilakukan dengan tujuan memperoleh informasi dari informan sehingga mengetahui bagaimana penjalinan relasi dengan saluran distribusi bagi PT. Goldie. Proses wawancara dilakukan secara individual, yang mana peneliti terlebih dahulu membuat janji dengan pihak informan untuk melakukan wawancara. Setelah pihak informan setuju, maka akan dipilih waktu dan tempat yang tepat untuk melakukan proses wawancara. Setelah proses wawancara selesai, peneliti membuat rekapitulasi hasil wawancara yang telah dilakukan untuk dianalisis.

Teknik Dokumentasi menurut Sugiyono (2013), dokumen merupakan catatan peristiwa

yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), kriteria, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Metode Analisis Data

Penyajian data merupakan sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2013). Dalam melakukan penyajian data tidak semata-mata mendeskripsikan secara naratif, akan tetapi disertai proses analisis yang terus menerus sampai proses penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, *coding* yang digunakan untuk penyajian data adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan tujuan dan target dilakukannya analisis.
2. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

I	: <i>Information</i>
Pr	: <i>Promotion</i>
N	: <i>Negotiation</i>
O	: <i>Ordering</i>
F	: <i>Financing</i>
Rt	: <i>Risk Taking</i>
Ph	: <i>Physical</i>
Py	: <i>Payment</i>
Ow	: <i>Ownership</i>
3. Melakukan tafsiran data dalam memakai *coding*, berikut adalah proses membaca *coding* :

Contoh <i>coding</i>	: (RC-I, A-5)
Cara membaca	: Reynold Cionander menjelaskan seberapa banyak informasi tentang pasar yang dia tahu, yang terdapat dalam lampiran A halaman 5.
Keterangan, RC-I	: Menginformasikan nama responden dan indicator
A-5	: Menginformasikan lampiran dan halaman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

1. *Information*

Dalam hasil wawancara dan analisis data menunjukkan bahwa informasi sangatlah penting dalam menjalankan suatu bisnis, tidak hanya dari pendapat *expert* yang sudah memiliki bisnis dalam skala besar, lama dan berpengalaman, akan tetapi pihak toko pun menyatakan hal yang sama bahwa mengumpulkan informasi sangat berkaitan dengan kesuksesan bisnis supaya kita mengetahui keadaan yang terjadi di lapangan mulai dari potensi pasar, tren yang sedang terjadi hingga daya beli konsumen. Berbagai informasi mengenai pelanggan, pesaing, dan pemasok sangat diperlukan untuk merancang suatu strategi pemasaran, secara khusus dalam hal distribusi barang yang memungkinkan konsumen mudah mengakses produk perusahaan.

2. *Promotion*

Dalam hasil wawancara dan analisis data menunjukkan bahwa dari sisi *expert* selaku produsen atau orang yang mempunyai usaha, mereka melakukan penggunaan sarana promosi walaupun bentuknya tidak terlalu nampak dan besar, dikarenakan mereka sadar akan pentingnya pemakaian sarana promosi dalam bisnis mereka. Lain halnya dengan para *reseller* atau pihak toko, mereka tidak akan melakukan kegiatan promosi atau menawarkan produk dari produsen apabila para produsen tidak memberikan sarana dan fasilitas apapun kepada mereka.

3. Negotiation

Dalam hasil wawancara dan analisis data dapat dilihat satu pendapat dari bapak Alexander Wahyudi selaku *expert* dan juga dari Bu Erlin selaku *reseller* bahwa hal yang paling sering dinegoisasikan yaitu diskon harga. Hal ini dikarenakan semakin besar diskon harga yang didapat oleh distributor maka semakin besar pula *income* yang mereka dapatkan, dikarenakan *profit* dari suatu produk akan menjadi lebih tinggi nilainya, oleh karena itu para distributor akan bersedia menjual lebih apabila ada keuntungan lebih yang mereka dapatkan, oleh karena itu para produsen harus rutin memberikan promo diskon harga supaya para distributor dapat memaksimalkan penjualan produk.

4. Ordering

Dalam hasil wawancara dan analisis data dapat dilihat bahwa proses pemesanan sampai sekarang masih kebanyakan menggunakan telepon walaupun jaman sudah semakin modern, hal ini dikarenakan kesannya lebih sopan, formal dan tepat sasaran sehingga menghindari terjadinya miskomunikasi. Selain telepon biasanya dapat langsung datang ke pabrik atau tempat pengambilan barang secara langsung. Hal ini memang dikarenakan tradisi yang telah terbentuk, akan tetapi para produsen dapat mengatur dengan menugaskan satu orang khusus untuk bagian yang menerima pesanan barang dari para distributor supaya pesanan dapat tersampaikan dengan baik.

5. Financing

Dari hasil wawancara dan analisis data menunjukkan bahwa jawaban dari Bapak Alexander Wahyudi selaku *expert* mengatakan ya pinjam dari bank, akan tetapi dana yang didapatkan dari bank tidak dibuat untuk modal kerja. Modal kerja dari perusahaan didapat dari modal dengan *partner* bisnis, dan dana yang didapat dari bank digunakan untuk membeli barang investasi. Sedangkan jawaban dari Ibu Erlin selaku pihak *reseller* atau toko menyatakan bahwa tidak mendapatkan pembiayaan secara kredit dari bank maupun lembaga keuangan lainnya, hanya mengandalkan perputaran uang dalam usaha saja. Fungsi saluran distribusi ini menjadi penting untuk diperhatikan bagi produsen dikarenakan dari kondisi pembiayaan para saluran distribusi kita dapat mengetahui sejauh mana kekuatan pembelian produk dari mereka dan kita dapat membatasi sesuai dengan kemampuan mereka.

6. Risk Taking

Dalam hasil wawancara dan analisis data menunjukkan bahwa Bapak Teddy Saputra selaku *expert* menjawab bahwa pembagian resiko dalam kegiatan bisnisnya berada di tangan distributor semuanya, hal ini dikarenakan produknya yang berupa kepala ikan berharga murah. Kemudian dari jawaban Bapak Lucky Wijaya sebagai pihak *reseller* atau toko adalah bahwa ada beberapa produsen yang menanggung resiko. Dari hal tersebut masalah penanggungan resiko berarti tergantung dari produk yang dijual dan perjanjian di awal antara produsen dan para distributor.

7. Physical

Dalam hasil wawancara dan analisis data dapat dilihat bahwa dari jawaban Bapak Alexander Wahyudi selaku *expert* bahwa para distributor menyediakan transportasi sendiri dan tempat penyimpanan berupa gudang, akan tetapi menurut Ibu Erlin selaku pihak *reseller* mengatakan bahwa tidak menyediakan transportasi dan tempat penyimpanan khusus.

Hal ini tergantung dari produk apa yang dijual, seperti Bapak Alexander Wahyudi, beliau menjelaskan bahwa para distributor menyiapkan gudang dikarenakan barangnya tahan lama dan dalam jumlah besar, berbeda dengan Ibu Erlin yang menjual makanan ringan yang tidak tahan lama oleh karena itu pengambilannya dalam jumlah kecil dan tidak membutuhkan tempat penyimpanan khusus. Hal ini menjadi penting supaya barang yang dijual para saluran distribusi dapat berjalan dengan efisien dan efektif tanpa mengalami kerugian apapun.

8. Payment

Dalam hasil wawancara dan analisis data dapat dilihat bahwa terdapat dua jawaban berbeda dari Bapak Teddy Saputra selaku *expert* yang menjawab bahwa pihak distributor membayar secara langsung di tempat atau *cash* dikarenakan barangnya sangatlah murah sehingga harus langsung dilunasi dan dari jawaban Bapak Lucky Wijaya yang mengatakan bahwa mereka sebagai pihak *reseller* membayar secara 75% kredit dan 25% tunai, dikarenakan barang yang dijual tersebut membutuhkan modal banyak dan untuk melakukan pembayaran harus melakukan perputaran uang terlebih dahulu. Oleh karena itu di awal kita harus membuat perjanjian dengan para distributor

mengenai bagaimana sistem pembayaran yang akan diterapkan sesuai dengan kondisi produk dan perusahaan.

9. *Ownership*

Dalam hasil wawancara dan analisis data dapat dilihat bahwa dari jawaban bapak Alexander Wahyudi, sistem yang digunakan adalah beli putus karena para distributor juga langsung mengirimkan ke pabrik. Sedangkan dari jawaban Ibu Erlin sebagai distributor sistem konsinyasi, di mana para produsen mengirimkan barang masuk ke toko dan ada juga yang masih sistem titip. Arus kepemilikan berpindah dari produsen hingga sampai kepada distributor dengan cara yang berbeda-beda, semua tergantung dari jenis usaha dan perjanjian di awal antara pihak produsen dan distributor.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka simpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Para saluran distribusi juga mengumpulkan informasi bagi perkembangan usaha
2. Distributor belum melakukan fungsi promosi, oleh karena itu PT. Goldie perlu mendukung serta menyediakan sarana promosi yang tepat supaya produk yang ditawarkan mengena dan dapat diterima di hati konsumennya.
3. PT. Goldie harus rutin memberikan promo diskon harga karena hal inilah yang paling sering dinegoisasi.
4. Pemesanan yang paling nyaman digunakan oleh distributor adalah melalui telepon dan datang langsung ke tempat.
5. Pembiayaan keuangan para distributor masih berupa modal sendiri. Namun harus diantisipasi jika ke depan ada yang menggunakan kredit sebagai pembiayaan.
6. Masih belum ada pembagian pengambilan risiko antara distributor dan produsen.
7. Masih belum ada transportasi dan penyimpanan khusus yang disediakan baik oleh distributor maupun produsen.
8. Sistem pembayaran masih berupa *cash*, namun banyak harapan dari distributor untuk adanya sistem kredit.
9. *Ownership* masih berada ditangan produsen sepenuhnya sehingga perlu dipertimbangkan pembagian risiko kedepannya.

Keterbatasan dan Saran

Adapun ketebatasan penelitian yang ada dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, antara lain adalah penelitian ini dilakukan dalam usaha *food and beverages*. Maka dari itu hasil penelitian ini perlu dikaji kembali jika ingin diterapkan dalam usaha bidang lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapat, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan

PT. Goldie dapat memperbaiki dan memaksimalkan apa yang masih kurang berdasarkan hasil dari evaluasi fungsi-fungsi saluran distribusi pada PT. Goldie sesuai pada implikasi manajerial. Diharapkan dengan perbaikan dibidang *information, promotion, negotiation, ordering, financing, risk taking, physical, payment*, dan *ownership* para distributor dapat lebih aktif dalam menyalurkan produk dari PT Goldie.

2. Saran bagi penelitian selanjutnya

Pada penelitian selanjutnya, disarankan supaya lebih memfokuskan hanya pada satu indikator saja yaitu *ownership* dan menggali lebih dalam sehingga hasilnya bisa lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrejic, M., & Kilibarda, M. 2014. Distribution Channels Selection Using PCA-DEA. *International Journal for Traffic And Transport Engineering* , 74-80.
- Antaranews.com.2015.kemenperin.go.id.Retrievedfromkemenperin.go.id:<http://www.kemenperin.go.id/artikel/15441/Sektor-makanan-dan-minuman-topang-pertumbuhan-Industri>
- BPS. 2015. Retrieved from <https://www.bps.go.id/index.php/publikasi/1032> diakses pada Juni 2016
- Bungin, B. 2012. *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Haghhighinasab, M., Ebrahimi, M., Sattari, B., & Roghanian, P. 2013. The Effect of Channel Function Performance on Relationship Quality with Organizational Buyers. *International Journal of FundamentalPhysical Sciences* , 42-47.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L.2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran : Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Wijaya, M. H. 2013. Promosi, Citra Merek dan Saluran Distribusi Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 , 105-114.

LAMPIRAN

Tabel 1 Rata-rata Pertumbuhan Industri Manufaktur Tahun 2010-2014

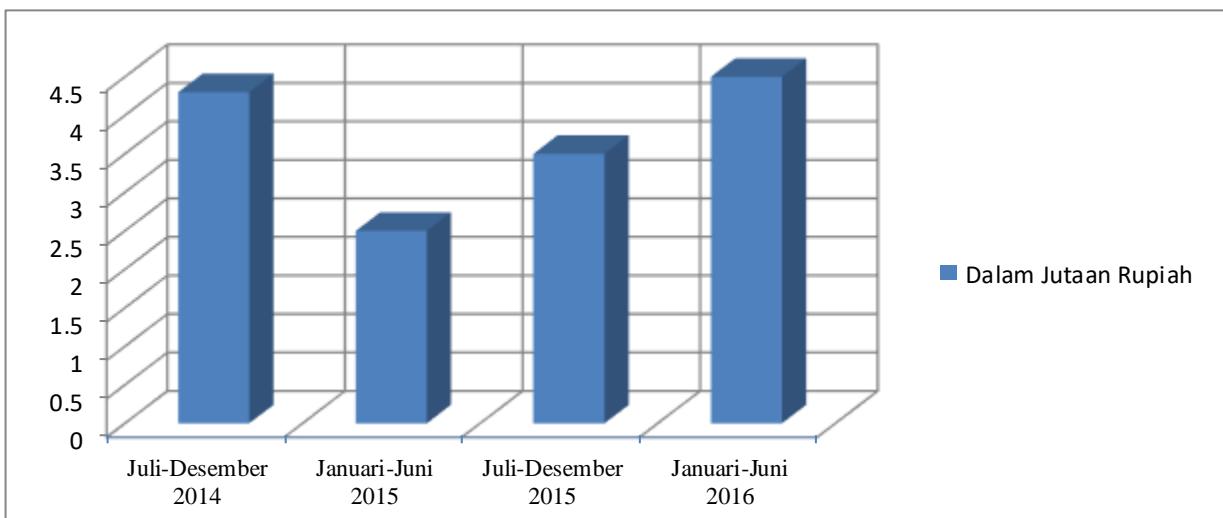
No.	Kelompok Perusahaan Manufaktur	Rata-rata Pertumbuhan (%)
1.	Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman	8,7
2.	Sub Sektor Elektronik	8,1
3.	Sub Sektor Industri Logam dan Sejenisnya	7,4
4.	Sub Sektor Industri Tekstil dan Garmen	5,2
5.	Sub Sektor Industri Mesin dan Alat Berat	2,7
6.	Sub Sektor	2,2

Sumber : (BPS, 2015)

Tabel 2 Data Jumlah Distributor
Jumlah Distributor

Periode	Distributor	Baru	Lama
Juli-Desember 2014	10	10	0
Januari-Juni 2015	5	0	5
Juli-Desember 2016	7	2	5
Januari-Juni 2016	9	2	7

Sumber : diolah



Gambar 1 Grafik rata-rata pendapatan per semester

Sumber : diolah