



ANALISIS EFISIENSI SALURAN DISTRIBUSI PADA INDUSTRI RUMAH TANGGA
KERUPUK SEBLAK DI DUSUN KARANG BUCU DESA BAGIK POLAK

Oleh

I Wayan Nuada¹, Asri Oktiani², Aish Jusmaliyah³

^{1,2}Dosen Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram
Mataram, Nusa Tenggara Barat

³Mahasiswa Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

E-mail: ¹wayannuada@gmail.com, ²asrioktiani84@gmail.com, ³aishjusma@gmail.com

Abstrak

Industri rumah tangga (IRT) saat ini berkembang dengan pesat sehingga diperlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang ada. Saluran distribusi merupakan faktor yang mendukung berhasilnya pemasaran sebuah produk industri rumah tangga. Industri rumah tangga Keripik Seblak merupakan industri rumahan yang menerapkan 2 saluran distribusi yakni distribusi langsung dan tidak langsung. IRT Keripik Seblak masih belum menentukan saluran distribusi yang efisien sehingga berdampak pada omset penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efisiensi saluran distribusi yang ditetapkan oleh IRT ini. Dari hasil analisis kedua saluran distribusi menunjukkan hasil bahwa saluran distribusi langsung memiliki presentase lebih kecil dari pada saluran distribusi tidak langsung. Penelitian ini merekomendasikan bahwa IRT Keripik Seblak menggunakan saluran distribusi langsung yang membutuhkan biaya rendah dengan omset yang tinggi.

Kata Kunci: Efisiensi, Saluran Distribusi, Efisiensi Distribusi

PENDAHULUAN

Produk yang dihasilkan oleh produsen tujuan akhirnya akan sampai ke tangan konsumen melalui beberapa proses dan tahapan. Proses

efisien dalam industri diawali dari perencanaan produk, mengelola bahan baku menjadi barang jadi. Barang yang sudah jadi akan di salurkan kepada konsumen dan hal ini yang biasa dikenal dengan kegiatan distribusi. Proses distribusi barang diawali pada saat barang mulai dipasarkan dengan berbagai macam tipe saluran distribusi yang digunakan oleh produsen.

Distribusi merupakan bentuk kegiatan produsen menyampaikan barang dan jasa kepada pemakai akhir atau konsumen, Saluran distribusi merupakan sebuah tahapan dan bagian terpenting dalam sebuah perusahaan. Karena hal ini akan mempengaruhi keputusan yang akan dibuat oleh manajer perusahaan.

Dengan distribusi konsumen diberikan kemudahan dan kecepatan memperoleh barang atau produk yang diinginkan juga dibutuhkan. Hal ini bisa dipenuhi jika produsen menerapkan kegiatan distribusi yang efektif (Ramadhan & Laksito, 2019). Dengan distribusi yang efektif dan efisien perusahaan dapat mengatasi kesenjangan antara produsen dan konsumen. Produsen dituntut untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, saluran distribusi yang tepat harus dipilih oleh produsen sebagai salah satu strategi pemasaran dengan memberikan pelayanan yang baik. Pemilihan saluran distribusi harus tepat penggunaannya jika terjadi kesalahan dalam memilih saluran distribusi maka proses pemasaran barang akan terhambat sehingga produsen akan mengalami kerugian (Sarjito, 2006).

Besar kecilnya margin pemasaran ditentukan banyaknya lembaga pemasaran yang terlibat dalam pemasaran sehingga akan



mempengaruhi panjang pendeknya rantai pemasaran (saluran distribusi) dan besarnya biaya pemasaran (Rozi, 2019).

Saluran distribusi berperan penting dalam proses menyalurkan produk kepada konsumen. Saluran distribusi berperan dalam meningkatkan omset penjualan yang ditargetkan oleh perusahaan. Oleh karena itu saluran distribusi menjadi strategi yang sangat penting dalam pemasaran sebuah produk (Etzel., 2013). Hal ini akan mengharuskan perusahaan menganalisis perbandingan pengeluaran biaya dengan omset penjualan yang diperoleh. Pemilihan saluran distribusi membuat produk sampai ke tangan konsumen dan mampu bersaing dengan produsen lain (Kotler, 2016).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan menjadi rujukan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Rozi (2019) yang menunjukkan bahwa saluran distribusi yang paling efektif adalah saluran distribusi dari produsen langsung ke konsumen. Penelitian kedua dilaksanakan oleh Takalamingan et al., (2017) menjelaskan bahwa saluran distribusi yang paling efisien adalah saluran distribusi 1 dengan tingkat efisiensi 6.47% dan memiliki biaya transaksi paling rendah.

Penelitian ini tentang efisiensi saluran distribusi yang digunakan oleh Industri Rumah Tangga (IRT) Keripik Seblak untuk mengetahui efisiensi saluran distribusinya yang sebaiknya nanti akan digunakan untuk memaksimalkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membandingkan tingkat efisiensi saluran distribusi antara saluran distribusi langsung dan tidak langsung dengan menggunakan rumus efisiensi saluran distribusi.

Riset Gap dalam penelitian ini dengan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah ingin menemukan metode efisiensi saluran distribusi yang rumah tangga (IRT).

LANDASAN TEORI

Pemasaran

Menurut Kotler (2016) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan yang menjadi kebutuhan dan keinginan dengan cara menciptakan dan pertukaran produk dengan pihak lain. Pemasaran merupakan suatu proses penukaran produk atau perpindahan hak milik, dalam hal ini adalah pertukaran benda-benda yang bernilai bagi manusia berupa barang dan jasa serta uang untuk kelangsungan hidupnya.

Alma (2018) menjelaskan bahwa pemasaran berkaitan langsung dengan identifikasi bagaimana memenuhi kebutuhan manusia. Definisi singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan konsumen dengan tujuan memperoleh keuntungan.

Lebih lanjut Alma (2018) mengungkapkan pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Manajemen Pemasaran

Sebuah perusahaan akan sukses dan bertahan jika didalamnya terdapat aktifitas manajemen yang baik. Manajemen pemasaran dijadikan pedoman untuk menjalankan keberlanjutan operasional perusahaan.

Manajemen pemasaran memiliki peran besar dalam penyaluran produk yang berawal dari produsen sampai ke tangan konsumen, peranan manajemen pemasaran sangat berkaitan dan merupakan sebuah proses dimana jika dilaksanakan dengan baik maka produsen akan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Menurut Kotler (2016) manajemen pemasaran merupakan ilmu dan seni menentukan pasar sasaran, memperoleh, mempertahankan dan menumbuhkan komitmen pelanggan melalui informasi mengenai nilai sebuah produk yang unggul bagi konsumen. Penentuan saluran distribusi yang tepat berpengaruh pada kelancaran produk dari



produsen ke konsumen bisa dikatakan bahwa saluran distribusi merupakan salah satu faktor penting bagi produsen.

Saluran Distribusi

Semakin panjang saluran distribusi yang digunakan oleh produsen maka rantai Panjangnya saluran distribusi tentu akan berpengaruh pada peningkatan biaya distribusi dan pada akhirnya akan mempengaruhi penurunan keuntungan yang diperoleh. Sebaliknya jika saluran distribusi yang digunakan sangat pendek maka penyebaran informasi mengenai produk juga kurang maksimal dan pilihan ini sangat kurang efektif digunakan, namun pilihan ini bisa menjadi alternatif untuk menekan biaya yang dikeluarkan dalam proses penyampaian produk ke konsumen.

Saluran distribusi menurut Saladin (2004) adalah rangkaian organisasi yang saling terkait satu sama lain dan memiliki keterlibatan dalam proses dalam menyediakan barang dan jasa yang akan dikonsumsi. Komponen saluran distribusi terdiri dari produsen, badan usaha bidang distribusi produk dan biasa disebut *middleman*, sedangkan konsumen berfungsi melancarkan perpindahan fisik dari kepemilikan produk yang dihasilkan oleh produsen.

Efisiensi Saluran Distribusi

Alma (2018) mengartikan efisiensi saluran distribusi sebagai pencapaian efisiensi sebuah program pemasaran dalam sebuah perusahaan dengan memanfaatkan standar dari komponen dan alat manajemen. Menurut Juwanto (2012) efisiensi berhubungan dengan seberapa banyak kontribusi yang diberikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan, Jika pengorbanan yang dikeluarkan terlalu besar maka dapat dikatakan tidak efisien.

Dari perspektif efisiensi distribusi, proses pemesanan barang menjadi ukuran utamanya, secara sederhana pemenuhan pemesanan merupakan bagian dari distribusi yang erat kaitannya dengan persediaan, pergudangan dan juga transportasi. Efisiensi pemrosesan pesanan

dapat dicapai bila terdapat cukup tenaga kerja dan sumber daya bahan yang memadai (Ramdhani, 2014). Menurut Kotler (2016) terdapat 4 faktor dalam distribusi fisik yang efektif dan efisien:

a. Pengelolaan Pesanan

Sistem pemesanan berawal dari konsumen yang ingin melakukan pembelian dengan memberikan informasi pesanan mengenai produk yang dibutuhkan. Gudang yang menerima informasi pemesanan menerima informasi dan melakukan proses pengemasan dan mengirimkan barang yang dipesan oleh konsumen. Jika gudang kekurangan stok barang maka Gudang akan melakukan pemesanan ulang terhadap produsen untuk memenuhi pesanan dari konsumen, namun jika barang yang dipesan tersedia di Gudang maka barang akan langsung dikirim dengan prosedur pemesanan dan dokumen pengiriman serta penagihan.

b. Persediaan

Keputusan persediaan termasuk mengetahui kapan dan berapa banyak barang yang dipesan. Pesanan meningkat dari biasanya maka akan menghasilkan omset yang lebih tinggi, biaya pemenuhan pesanan yang lebih rendah, tetapi biaya pemeliharaan persediaan yang lebih tinggi. Tingkat persediaan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi omset penjualan. Masalah utamanya adalah bagaimana produsen menyeimbangkan antara memiliki terlalu banyak atau kekurangan persediaan.

c. Pergudangan

Fungsi penyimpanan diperlukan karena siklus produksi dan konsumsi terkadang jarang bertepatan. Produsen harus memutuskan berapa banyak dan jenis gudang penyimpanan yang dibutuhkan. Semakin banyak gudang yang digunakan perusahaan semakin cepat produk sampai ke konsumen, akan tetapi lebih banyak lokasi berarti biaya penyimpanan akan semakin tinggi. Oleh karena itu, bisnis harus menyeimbangkan antara tingkat pelayanan dengan biaya penjualan.



Penggunaan gudang yang tepat dapat membantu proses distribusi barang ke pelanggan yang diinginkan (Alfred.Taff, 1996)

d. Transportasi

Pemilihan transportasi mempengaruhi harga produk, kinerja pengiriman dan kondisi barang saat sampai ke tangan konsumen. Pemilihan transportasi untuk produk harus mempertimbangkan beberapa kriteria transportasi seperti: kereta api, truk, kapal atau bahkan pesawat. Menurut Alfred.Taff (1996) transportasi merupakan faktor penting dan memerlukan biaya yang cukup tinggi dalam proses distribusi barang dan jasa.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam jenis penelitian ini, metode penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan objek alami, yang merupakan instrumen utama peneliti, dan pengumpulan data secara gabungan. data. Induksi, Penelitian Kualitatif, dan Analisis Hasil Penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugishirono, 2018). Pendekatan penelitian ini adalah deskriptif. Studi yang dilakukan untuk mengetahui nilai suatu variabel bebas, satu atau lebih variabel (bebas), tanpa perbandingan atau keterkaitan dengan variabel lain (Sugiyono, 2018). Prinsipnya adalah menggambarkan saluran distribusi yang digunakan secara langsung atau tidak langsung untuk menemukan batas efisien yang sesuai (Kotler, 2016)

Waktu penelitian

Penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu 1 bulan yakni bulan Agustus dengan data bulan Mei dan Juni 2022.

Objek dan subjek penelitian

Tempat pelaksanaan penelitian yaitu rumah produksi Keripik Seblak Desa Bagik Polak Karang Bucu Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat.

Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari data biaya pengeluaran dan data omset penjualan sedangkan data sekunder diperoleh dengan studi Pustaka dan penelitian terdahulu.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi (Sugiyono, 2018).

Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri yaitu terlibat langsung pada proses penelitian, melakukan interview dan juga observasi.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode diskriptif yaitu penelitian dengan menggunakan prosedur pemecahan masalah yang dipelajari dengan menjelaskan dan menggambarkan subjek penelitian yang sedang berlangsung dengan dasar fakta yang terjadi. Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha rumah tangga keripik seblak yang berlokasi di dusun Karang Bucu Bagik Polak, Kecamatan Labuapi. Analisis efisiensi distribusi sebagai instrument dalam penelitian ini. saluran distribusi yang digunakan IRT kekrupuk seblak antara lain:

1. Saluran Distribusi Langsung

Distribusi langsung yang digunakan oleh industri rumah tangga kerupuk seblak adalah melalui pedagang yang menjual ecer dan juga pengampas yang mengambil langsung produk ke tempat produsen dan bisa juga produsen yang mengantar ke pedagang besar. Biaya untuk saluran distribusi langsung diantaranya: (1) biaya pengiriman kerupuk basreng; (2) biaya pembungkusan; (3) upah untuk produksi; (4) upah untuk pembungkusan.

2. Saluran distribusi tidak langsung

Saluran distribusi tidak langsung yang digunakan oleh IRT Keripik Seblak adalah saluran distribusi tidak langsung, misalnya melalui pemesanan lewat telepon dan sosial media, Biaya-biaya yang termasuk biaya



saluran distribusi tidak langsung antar lain: biaya telepon, biaya internet.

Rumus yang digunakan untuk menghitung efisiensi saluran distribusi dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi distribusi} = \frac{\text{Biaya Distribusi}}{\text{Omset Penjualan}} \times 100\%$$

Definisi Operasional Variabel Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah seperangkat kegiatan menyalurkan produk dari produsen ke konsumen (Kotler, 2016). Distributor dalam saluran distribusi bekerja secara efektif untuk mengontrol pergerakan tidak hanya secara fisik dalam arti barang dapat dicapai oleh konsumen.

Distribusi Secara Langsung

Distribusi secara langsung adalah metode pengiriman produk (barang dan jasa) pada konsumen akhir yang dilakukan oleh produsen secara langsung kepada konsumen akhir tanpa adanya perantara (Juwanto, 2012).

Distribusi Secara Tidak Langsung

Metode pengiriman barang kepada konsumen akhir yang dilakukan oleh produsen dengan bantuan perantara (Juwanto, 2012)

Biaya Distribusi

Biaya penjualan adalah kumpulan biaya yang dikeluarkan Ketika suatu produk selesai, disimpan dan dijual untuk mendapatkan keuntungan (Mulyadi, 2015)

Omset Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah yang terjual atau diproduksi oleh produsen (Mulyadi, 2015).

Efisiensi Saluran distribusi

Efisiensi saluran distribusi adalah prosentase efisiensi dari saluran distribusi yang paling efisien (Mulyadi, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Rumah Tangga Keripik Seblak berawal tahun 2020 oleh Ibu Amnah. Usaha ini berawal dari keinginan Ibu Amnah untuk menambah penghasilan dengan membuat makanan ringan untuk dijual dan ditawarkan sendiri oleh pemilik ke pengecer dan konsumen

yang membeli langsung ke rumah produksi. Saat ini industri rumah tangga kerupuk seblak sudah berjalan 2 tahun dan sudah memiliki karyawan 6 orang yang terbagi menjadi : 3 orang bagian penggorengan dan 3 orang bagian pengemasan.

Hasil analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Saluran Distribusi langsung

Industri Rumah Tangga Keripik Seblak menggunakan distribusi langsung yang menyalurkan produk kepada konsumen akhir secara langsung. Data biaya distribusi dan omset penjualan untuk saluran distribusi langsung bulan mei dan juni tahun 2022 akan disajikan dalam tabel.1. di bawah ini:

Tabel.1. Biaya Distribusi Langsung Dan Omset Penjualan IRT Kerupuk Seblak Dusun Karang Bucu

Bulan	Biaya distribusi langsung (Rp)	Omset penjualan (Rp)
Mei	880.850	46.620.000
Juni	1.040.200	53.030.000

Sumber : Hasil wawancara diolah

Data pada tabel 1. Menunjukkan adanya peningkatan biaya di akibatkan adanya kenaikan bahan bakar minyak yang diberlakukan pemerintah per 1 juni dan juga diikuti dengan sedikit peningkatan omset penjualan. adapun perhitungan efisiensi biaya distribusi pemasaran langsung adalah sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi}_{\text{mei}} = \frac{880.850}{46.620.000} \times 100\% = 1.89\%$$

$$\text{Efisiensi}_{\text{juni}} = \frac{1.040.200}{53.300.000} \times 100\% = 1.95\%$$

2. Efisiensi Saluran Distribusi tidak langsung

Industri Rumah Tangga Keripik Seblak juga menggunakan saluran distribusi tidak langsung yaitu dengan menggunakan perantara untuk menyalurkan produknya melalui perantara seperti pedagang besar dan pengecer. Biaya pemasaran tidak langsung

berupa biaya pengiriman dan pengemasan, biaya kredit dan biaya pemasaran. Data biaya distribusi dan omset penjualan untuk saluran distribusi tidak langsung bulan mei dan juni tahun 2022 akan disajikan dalam tabel.2. dibawah ini:

Tabel.2. Biaya Distribusi tidak Langsung Dan Omset Penjualan IRT Kerupuk Seblak Dusun Karang Bucu

Bulan	Biaya distribusi langsung (Rp)	Omset penjualan (Rp)
Mei	1.074.100	50.283.300
Juni	1.530.000	57.979.100

Sumber: Hasil wawancara diolah

Perhitungan biaya distribusi tidak langsung terhadap omset penjualan dengan menggunakan analisis efisiensi biaya distribusi adalah sebagai berikut:

$$\text{Efisiensi}_{\text{mei}} = \frac{1.074.100}{50.283.300} \times 100\% = 2.14\%$$

$$\text{Efisiensi}_{\text{juni}} = \frac{1.530.200}{57.979.100} \times 100\% = 2.64\%$$

Hasil analisis efisiensi biaya distribusi di atas menggambarkan bahwa saluran distribusi langsung pada bulan mei dan juni persentasenya lebih kecil jika dibandingkan dengan menggunakan saluran distribusi tidak langsung. Perbandingan untuk hasil prosentase efisiensi distribusi antara pemasaran langsung dan tidak langsung ditampilkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Perbandingan persentase distribusi langsung dan distribusi tidak langsung

bulan	Efisiensi distribusi langsung	Efisiensi distribusi tidak langsung
Mei	1,87%	1,95%
Juni	2.14%	2.64%

Analisis efisiensi menunjukkan bahwa prosentase tingkat efisiensi yang dikeluarkan semakin efisien terhadap omset penjualan. dengan hasil analisis menunjukkan persentase efisiensi bulan mei dan juni kemudian dibandingkan antara distribusi langsung dan tidak langsung maka hasil analisis efisiensi

saluran distribusi langsung menunjukkan angka yang lebih kecil daripada distribusi tidak langsung, maka bisa kita simpulkan bahwa saluran distribusi langsung lebih efisien daripada saluran distribusi tidak langsung.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan hasil analisis yang telah dilaksanakan dengan perhitungan efisiensi saluran distribusi pada Industri Rumah Tangga Keripik Seblak, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara Industri Rumah Tangga Keripik Seblak menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.
2. Terdapat peningkatan biaya distribusi langsung maupun tidak langsung disebabkan karena kebijakan pemerintah menaikkan harga bahan bakar minyak sehingga biaya distribusi mengalami peningkatan.
3. Hasil perhitungan presentase perhitungan efisiensi menunjukkan bahwa persentase efisiensi distribusi menunjukkan bahwa efisiensi untuk distribusi langsung lebih efisien jika dibandingkan dengan distribusi tidak langsung.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Industri Rumah Tangga Keripik Seblak perlu mengevaluasi saluran distribusi yang dilakukan saat ini agar ke depannya bisa menentukan saluran distribusi agar lebih meningkatkan penjualan.
2. Memperluas area pemasaran dengan dasar efisiensi saluran distribusi yang telah ditentukan
3. Mempertahankan kualitas dan harga agar mampu menghadapi persaingan dari usaha yang sejenis.



.....
DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfred.Taff, C. (1996). *Manajemen Transportasi dan Distribusi Fisis* (edisi ke t). Erlangga.
- [2] Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (cetakan ke). Alfabeta. Bandung.
- [3] Etzel., & B. J. (2013). *Fundamentals of Marketing. Edisi 10. Singa* (Edisi 10). Mc Graw-Hill International.
- [4] JUWANTO, A. (2012). *Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Pada Perusahaan Abon Kl Noeria Surakarta*. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- [5] Kotler, P. ; A. G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 J). Erlangga.
- [6] Kotler, P. ; K. L. K. (2016). *Marketing Management, Global Marketing*. Pearson Education, Inc.
- [7] Mulyadi. (2015). *Akuntansi Biaya* (Edis Lima). UPP STIM KPN.
- [8] Ramadhan, I., & Laksito, H. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Kualitas Corporate Governance : Studi Empiris Pada Perusahaan Terdaftar Di Corporate Governance Perception Index Tahun 2012-2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(4), 1–14.
- [9] Ramdhani, M. A. (2014). *manajemen operasi*.
[http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku Manajemen Operasi.pdf](http://digilib.uinsgd.ac.id/8788/1/Buku_Manajemen_Operasi.pdf)
- [10] Rozi, M. F. (2019). *Analisis Efisiensi Saluran Distribusi Melalui Pendekatan Transportasi Pada UMKM Kerupuk Ikan Tengiri Desa Gedangan Kecamatan Kutorejo Kabupaten Mojokerto*. 15(2), 217–236.
- [11] Saladin, D. (2004). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian)*. CV. Linda Karya.
- [12] SARJITO, S. jOKO. (2006). *ANALISIS EFEKTIFITAS DAN EFISIENSI PENGGUNAAN SALURAN DISTRIBUSI PEDANA PERUSAHAAN MEBEL SARTONO ARTS DI KLATEN*. UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA.
- [13] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- [14] Takalamingan, M., Longdong, F. V, & Jusuf, A. (2017). *Analisis efisiensi saluran distribusi dan risiko pelaku usaha pada rantai pasok ikan cakalang asap di kelurahan girian atas kota bitung provinsi sulawesi utara*. 5(9).



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN