

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan CV Agung Mitra Sejahtera

CV. Agung Mitra Sejahtera merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang kemitraan peternakan ayam broiler (plasma peternak). Perusahaan ini berada di bawah naungan Sido Agung Group, sebuah grup usaha yang berawal dari kegiatan peternakan ayam broiler yang dirintis oleh Liem Chie An pada tahun 1982 di Magelang, Jawa Tengah. Seiring berkembangnya usaha, grup ini kemudian membentuk beberapa unit usaha yang bergerak dalam industri pakan ternak, hilir peternakan, hingga kemitraan dengan peternak rakyat.

CV. Agung Mitra Sejahtera menjalankan sistem usaha berbasis kemitraan plasma. Dalam sistem ini, perusahaan berperan sebagai inti (inti perusahaan), sementara peternak rakyat bertindak sebagai plasma. Pola hubungan usaha dilakukan dengan mekanisme berikut:

Perusahaan menyediakan sarana produksi peternakan, meliputi DOC (Day Old Chick), pakan, obat-obatan, vitamin, dan pendampingan teknis.

Peternak mitra bertugas memelihara ayam broiler sesuai standar teknis yang ditetapkan perusahaan.

Perusahaan melakukan pengawasan, pendampingan teknis, serta kontrol mutu selama proses pemeliharaan.

Seiring waktu, ia memperluas kegiatan bisnisnya ke bidang perdagangan ayam broiler dengan jangkauan pemasaran yang meliputi Pulau Jawa, Bali, dan Sumatra. Pada tahun 1995, ia menjalin kemitraan dengan Adi Rahman Adiwoso untuk memperluas usaha peternakan ayam broiler dan memulai bisnis ayam petelur.

Untuk memperluas bisnis pakan ternak, pada tahun 1999 didirikan PT Panca Patriot Prima yang beroperasi di wilayah Sidoarjo dan Pandaan, Kabupaten Pasuruan. Seiring pertumbuhan usaha, pada tahun 2013 grup perusahaan ini mendirikan pabrik pakan ternak di Makassar dengan nama PT Perkasa Agung Sejati. Dua tahun kemudian, pada 2015, diluncurkan PT Sido Agung Agro Prima yang berlokasi di Cirebon, dengan produk pakan ternak bernama **Sido Agung Feed**. Wilayah pemasarannya kini mencakup Jawa Barat, Jawa Tengah, DKI Jakarta, Banten, Jawa Timur, serta sebagian wilayah Kalimantan.

Pada tahun 2017, PT Sido Agung Agro Prima memperluas usahanya dengan membentuk anak perusahaan bernama **CV Agung Mitra Sejahtera**, yang fokus pada kemitraan peternakan ayam, sama seperti perusahaan induknya. CV ini

berpusat di Perum Bawen City Land, Kabupaten Semarang, dan dibentuk untuk mendukung distribusi sarana produksi peternakan (sapronek) sekaligus memberdayakan sumber daya manusia di bidang peternakan.

Masih berada di bawah naungan PT Sido Agung Agro Prima, CV Agung Mitra Sejahtera berkembang dengan pesat berkat sistem kemitraan bersama peternak (plasma). Hingga saat ini, perusahaan telah bermitra dengan 73 peternak dengan total populasi sekitar 1.022.000 ekor ayam broiler. Operasional perusahaan didukung oleh 45 karyawan yang diharapkan memiliki kompetensi tinggi untuk mendukung kemajuan perusahaan. Wilayah operasionalnya mencakup beberapa kecamatan, antara lain Banyu Biru, Mranggen, Ungaran, Ambarawa, Bawen, Bergas, Bandungan, Jambu, Kaliwungu, Sumowono, Tuntang, serta wilayah sekitarnya.

4.2.1 Visi dan Misi CV Agung Mitra Sejahtera

1. Visi

“Menjadi Salah Satu Cabang Dengan Performa Ayam Broiler Terbaik”

2. Misi

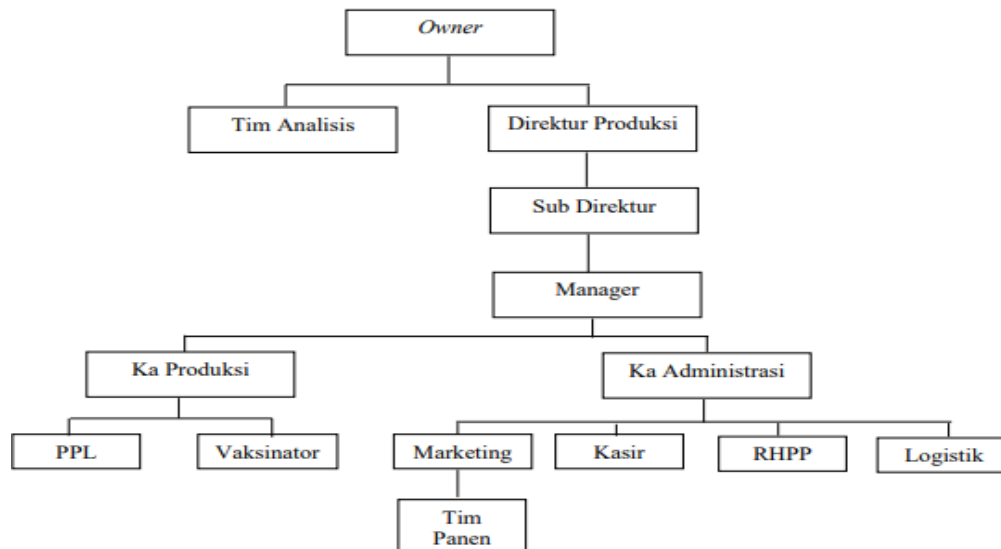
1. Peningkatan kontrol kondisi ayam
2. Peningkatan pelayanan kerjasama dengan plasma (peternak)
3. Mencari update info dunia ayam broiler

3. Strategi Perusahaan

1. Memperbaiki manajemen pemeliharaan
2. Menganalisa perkembangan ayam broiler
3. Mengamati pemasaran ayam broiler berkaitan dengan harga pasar

4.3.1 Struktur Organisasi CV Agung Mitra Sejahtera

Berdasarkan arsip data pada CV Agung Mitra Sejahtera, struktur organisasi CV Agung Mitra Sejahtera digambarkan sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Struktur Organisasi

Sumber : Data Primer CV Agung Mitra Sejahtera, 2024.

Pemilik perusahaan (owner) memegang peran utama dalam struktur organisasi dan membawahi Tim Analisis serta Direktur Produksi. Tim Analisis memiliki tanggung jawab untuk mengevaluasi dan menyeleksi calon peternak (plasma) yang akan menjalin kerja sama dengan perusahaan.

Manajer perusahaan memimpin dua divisi, yaitu Kepala Produksi dan Kepala Administrasi. Kepala Produksi bertanggung jawab dalam mengawasi seluruh tahapan proses produksi, mulai dari tahap awal hingga masa pemeliharaan dan akhir produksi. Di bawah Kepala Produksi terdapat dua unit, yaitu PPL (Petugas Penyuluh Lapangan) dan Vaksinator. PPL memiliki tugas utama mencari mitra peternak dan menjadi penghubung komunikasi antara perusahaan dan

peternak. Sementara itu, Vaksinator bertugas memberikan vaksin kepada anak ayam (bibit).

Kepala Administrasi membawahi beberapa bagian, yaitu Kasir, RHPP (Rekapitulasi Hasil Pemeliharaan Plasma), Marketing, dan Logistik. Tugas Marketing adalah menawarkan ayam hasil produksi kepada para pedagang. Kasir menangani seluruh proses pembayaran. Bagian RHPP bertugas merekap laporan pemeliharaan plasma dan menghitung keuntungan serta kerugian peternak, termasuk mencatat data terkait bibit ayam, pakan, obat-obatan, hingga hasil panen ayam. Divisi Logistik memiliki peran penting dalam memastikan pakan ternak dikirim ke peternak tepat waktu dan dalam kondisi aman.

Selain itu, di bawah divisi Marketing terdapat Tim Panen, yang berfungsi untuk membantu proses panen di peternakan, khususnya dengan menimbang ayam sebelum dimasukkan ke dalam kendaraan pengangkut.

4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Wawancara dan Observasi yang dilakukan pada CV Agung Mitra Sejahtera menghasilkan berbagai informasi terkait strategi distribusi yang baik dan akurat dalam memaksimalkan volume penjualan perusahaan dan faktor penghambat distribusi yang mengakibatkan menurunnya volume penjualan ayam boiler.

4.2.1 Strategi Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Ayam Boiler di CV Mitra Agung Sejahtera

Distribusi adalah proses dan aktivitas yang memastikan produk dapat sampai ke tangan konsumen dari produsen. Distribusi mencakup berbagai kegiatan seperti transportasi, penyimpanan, pengelolaan persediaan, dan pemilihan saluran

distribusi. Hasil penelitian William J. Stanton (2018) menjelaskan bahwa pengertian distribusi adalah proses melibatkan beberapa kegiatan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersedia bagi konsumen yang membutuhkannya. Distribusi mencakup kegiatan seperti pergudangan, transportasi, penanganan produk, dan pemilihan saluran distribusi yang tepat.

William J. Stanton (2018) menjelaskan bahwa Strategi distribusi itu sendiri adalah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk memastikan produk dapat tersedia bagi konsumen dengan tepat waktu. Ini mencakup pemilihan saluran distribusi, manajemen persediaan, dan koordinasi logistik untuk memaksimalkan efisiensi dan efektivitas distribusi.

Hal ini dijelaskan oleh informan A.1 mengenai strategi distribusi yang diterapkan oleh CV Agung Mitra Sejahtera

“Strategi yang saat ini Kami terapkan yaitu strategi distribusi langsung ke pelanggan utama seperti rumah makan dan pasar tradisional. Selain itu, kami juga memperluas jaringan distributor dan reseller. (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Berdasarkan hasil wawancara informan A.1, informan A.2 menegaskan bahwa strategi distribusi yang dilakukan perusahaan adalah berikut.

“Strategi yang saat ini Kami terapkan adalah kita fokus pada pengiriman tepat waktu dan menjaga kualitas produk selama distribusi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, karena pengiriman tepat waktu dapat menjaga kepercayaan pelanggan” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Informan A.3 juga memberikan penjelasan terkait dengan strategi distribusi yang saat ini dipakai oleh perusahaan.

“Kami berupaya meningkatkan penetrasi pasar dengan memberikan edukasi dan promosi kepada calon pembeli mengenai keunggulan produk ayam broiler kami” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

1. **Strategi Distribusi Langsung dan Tidak Langsung** Menurut informan A.1, perusahaan berfokus pada strategi distribusi langsung dan tidak langsung atau campuran. Hal ini memungkinkan CV Mitra Agung Sejahtera untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan utama dan mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga. Selain itu, perusahaan juga memperluas jaringan distributor dan reseller, yang dapat membantu menjangkau pasar yang lebih luas. Pendekatan ini merupakan strategi yang umum digunakan oleh perusahaan yang ingin mempertahankan kendali atas kualitas dan pengiriman produk mereka.
2. **Fokus pada Ketepatan Waktu dan Kualitas** Informan A.2 menegaskan bahwa fokus utama perusahaan adalah pengiriman tepat waktu dan menjaga kualitas produk selama distribusi. Ketepatan waktu pengiriman dinilai sangat penting dalam mempertahankan kepercayaan pelanggan. Dengan menjaga ketepatan waktu, perusahaan tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang. Selain itu, kualitas produk selama pengiriman menjadi prioritas agar ayam broiler sampai ke tangan pelanggan dalam kondisi yang baik, sehingga menjaga loyalitas pelanggan.
3. **Edukasi dan Promosi Pasar** Informan A.3 menambahkan dimensi lain dalam strategi distribusi, yaitu edukasi dan promosi kepada calon pembeli. Dengan memberikan informasi mengenai keunggulan produk, CV Mitra Agung Sejahtera berupaya meningkatkan penetrasi pasar. Promosi ini penting karena

selain meningkatkan kesadaran akan produk, juga berpotensi menarik pembeli baru dan memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan hasil wawancara, terlihat bahwa CV Mitra Agung Sejahtera menerapkan kombinasi strategi yang mencakup pendekatan distribusi langsung, pengiriman tepat waktu, menjaga kualitas produk, serta promosi dan edukasi pasar. Pendekatan ini saling melengkapi dan bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, menjaga loyalitas, serta memperluas pasar. Kendati demikian, setiap strategi memiliki tantangan tersendiri seperti pengelolaan logistik yang baik dan perlunya edukasi yang efektif untuk menarik pelanggan baru.

Secara keseluruhan, strategi distribusi yang diterapkan oleh CV Mitra Agung Sejahtera tampak efektif dalam menghadapi pasar yang kompetitif, namun perlu terus dievaluasi dan disesuaikan dengan perubahan permintaan pasar dan kondisi operasional.

Proses distribusi yang dilakukan perusahaan masih mengalami kendala dalam alur pendistribusian yang mengakibatkan menurunnya volume penjualan, hal ini diakibatkan oleh keterlambatan pendistribusian yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Putra (2020), pasar ayam broiler di Indonesia semakin pesat perkembangannya, seiring dengan peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi protein hewani untuk kesehatan. Perkembangan ini menuntut produsen dan distributor untuk adaptif terhadap perubahan pasar, seperti menyesuaikan strategi produksi dan distribusi untuk mengatasi tantangan musiman dan fluktuasi harga, serta memanfaatkan peluang dari meningkatnya permintaan akan ayam broiler.

Informan A.1 menjelaskan mengenai proses distribusi yang dilakukan oleh perusahaan saat ini.

“Proses distribusi di CV Agung Mitra Sejahtera dimulai dari pengambilan ayam boiler langsung dari peternak mitra kami. Setelah itu, ayam diproses di fasilitas kami untuk memastikan kualitas dan kebersihannya sebelum didistribusikan. Kami bekerja sama dengan pedagang besar dan pedagang kecil untuk mendistribusikan produk kami. Ayam-ayam tersebut dikirim ke berbagai lokasi, termasuk pasar tradisional, pengecer, dan supermarket. Kami juga menggunakan kendaraan pendingin untuk menjaga kualitas daging hingga sampai ke tujuan.” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Hal ini ditegaskan dengan adanya hasil wawancara informan A.2 yaitu.

“Ya tentunya sebagai staff operasional, proses dilapangan mengenai alur pendistribusian yaitu mulai dari pengecekan ayam peternak, lalu kemudian di sortir ayam yang beratnya memenuhi, kemudian ditimbang ketika armada sudah sampai, lalu di distribusikan” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Informan A.3 juga menjelaskan mengenai alur pendistribusian ayam boiler yang dilakukan oleh perusahaan.

“Mulai dari tahap persiapan yaitu penyortiran ayam, penimbangan, dan yang terakhir yaitu pengiriman ke tujuan” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan terkait proses distribusi di CV Agung Mitra Sejahtera, dapat disimpulkan bahwa alur distribusi ayam boiler di perusahaan ini dimulai dari pengambilan ayam langsung dari peternak mitra. Seperti yang dijelaskan oleh Informan A.1 (Manajer Distribusi dan Operasional), ayam boiler yang diambil dari peternak diproses di fasilitas perusahaan untuk memastikan kualitas dan kebersihannya sebelum didistribusikan ke berbagai lokasi, seperti pasar tradisional, pengecer, dan supermarket. Penggunaan kendaraan

pendingin merupakan bagian penting dari distribusi ini untuk menjaga kualitas produk hingga sampai ke tangan konsumen.

Proses ini didukung oleh penjelasan Informan A.2 (Staf Operasional), yang menjelaskan bahwa sebelum pendistribusian, dilakukan pengecekan terhadap kondisi ayam dari peternak. Ayam yang memenuhi standar berat kemudian disortir dan ditimbang sebelum dimuat ke dalam armada pengiriman.

Informan A.3 (PPL) juga memperkuat penjelasan tersebut dengan menyebutkan bahwa distribusi dimulai dari tahap persiapan, yaitu penyortiran dan penimbangan ayam, sebelum akhirnya dikirimkan ke lokasi tujuan. Dari keseluruhan proses ini, terlihat bahwa CV Agung Mitra Sejahtera menjaga kontrol kualitas yang ketat pada setiap tahap distribusi, mulai dari pengambilan hingga pengiriman, untuk memastikan ayam boiler yang sampai ke konsumen dalam kondisi terbaik.

Informan A.1 menjelaskan mengenai strategi tersebut sudah efektif atau justru kurang efektif yaitu

“Metode distribusi kami cukup efektif, namun ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal jangkauan wilayah distribusi”
(Wawancara, 28 Oktober 2024)

Sedangkan Informan A.2 menegaskan pernyataan Informan sebelumnya yaitu

“Efektif untuk wilayah yang sudah terjangkau, namun perlu penambahan armada untuk memperluas pasar ke daerah baru.”
(Wawancara, 28 Oktober 2024)

Pernyataan Informan A.3 menambahkan hasil dari wawancara kedua informan tersebut yaitu

“Di beberapa wilayah, metode distribusi ini belum sepenuhnya optimal karena masih terbatas pada wilayah-wilayah tertentu”
(Wawancara, 28 Oktober 2024)

Hasil wawancara dengan tiga informan di CV Agung Mitra Sejahtera menunjukkan bahwa meskipun metode distribusi yang diterapkan saat ini cukup efektif, masih terdapat ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal jangkauan wilayah distribusi. Informan A.1 menyatakan, “Metode distribusi kami cukup efektif, namun ada ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal jangkauan wilayah distribusi.” Pernyataan ini didukung oleh Informan A.2 yang menegaskan efektivitas metode distribusi yang ada, tetapi mencatat perlunya penambahan armada untuk memperluas pasar ke daerah baru. Ia menyebutkan, “Efektif untuk wilayah yang sudah terjangkau, namun perlu penambahan armada untuk memperluas pasar ke daerah baru.” Selanjutnya, Informan A.3 menambahkan bahwa di beberapa wilayah, metode distribusi yang ada belum sepenuhnya optimal karena masih terbatas pada wilayah-wilayah tertentu. Dengan demikian, ketiga informan sepakat bahwa meskipun distribusi saat ini telah berjalan dengan baik, perlu dilakukan upaya lebih lanjut untuk meningkatkan jangkauan distribusi dan mengoptimalkan proses distribusi di wilayah yang belum terjangkau.

Proses distribusi produk dalam industri peternakan, terutama ayam boiler, memainkan peran krusial dalam menjaga kualitas produk dan memastikan ketepatan waktu pengiriman kepada konsumen. Pada CV Agung Mitra Sejahtera, proses distribusi ayam boiler telah dirancang secara sistematis, melibatkan

beberapa tahapan penting mulai dari pengambilan ayam dari peternak hingga distribusi ke berbagai saluran pemasaran. Berikut adalah tinjauan mendalam terhadap alur proses distribusi tersebut:

1. Pengambilan Ayam dari Peternak

Proses distribusi dimulai dengan pengambilan ayam langsung dari peternak mitra CV Agung Mitra Sejahtera. Peternak mitra dipilih berdasarkan standar kualitas yang ketat untuk memastikan bahwa ayam yang diproduksi memenuhi persyaratan perusahaan. Pengambilan ayam dari peternak dilakukan secara rutin sesuai jadwal dan kuota yang ditetapkan perusahaan. Tahap ini sangat penting karena merupakan awal dari rantai distribusi yang mempengaruhi keseluruhan kualitas produk.

2. Pengecekan dan Penyortiran di Fasilitas

Setelah ayam tiba di fasilitas CV Agung Mitra Sejahtera, dilakukan pengecekan menyeluruh untuk memastikan kualitas dan kebersihan ayam sesuai dengan standar. Ayam diperiksa berdasarkan beberapa parameter seperti kesehatan, berat, dan kualitas daging. Ayam yang tidak memenuhi standar akan dipisahkan, sementara yang memenuhi kriteria akan lanjut ke proses penyortiran. Penyortiran dilakukan untuk memastikan bahwa hanya ayam berkualitas yang diproses lebih lanjut. Tahap ini sangat penting untuk menjaga mutu produk agar tetap terjaga selama proses distribusi.

3. Penimbangan Ayam

Setelah melalui proses pengecekan dan penyortiran, ayam ditimbang untuk memastikan berat yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Penimbangan ayam penting dilakukan untuk menjaga konsistensi produk yang didistribusikan ke pasar, serta untuk memastikan bahwa pedagang besar, kecil, dan pengecer menerima produk dalam jumlah yang sesuai dengan perjanjian. Proses penimbangan juga memberikan kepastian kepada pelanggan mengenai transparansi dalam kuantitas produk.

4. Pengiriman Menggunakan Kendaraan Pendingin

Tahap selanjutnya adalah pengemasan dan pengiriman ayam yang sudah ditimbang. Ayam dimuat ke dalam kendaraan pendingin (refrigerated vehicles) untuk menjaga kualitas selama proses pengiriman. Kendaraan pendingin ini sangat penting untuk mempertahankan suhu optimal, sehingga kualitas daging tetap terjaga dan ayam tetap segar ketika sampai di tangan distributor. Proses pengiriman yang menggunakan kendaraan dengan suhu terkontrol ini menjadi salah satu faktor penting dalam distribusi produk yang aman dan higienis.

5. Distribusi ke Pedagang Besar dan Kecil

Setelah dimuat ke kendaraan pendingin, ayam didistribusikan ke pedagang besar dan pedagang kecil yang sudah menjadi mitra CV Agung Mitra Sejahtera. Pedagang besar biasanya menerima ayam dalam jumlah besar dan mendistribusikannya lebih lanjut ke pengecer atau konsumen lain. Sedangkan pedagang kecil menerima ayam dalam jumlah yang lebih sedikit dan biasanya

mendistribusikan langsung ke konsumen lokal atau pengecer yang lebih kecil. Tahap ini sangat penting karena memastikan bahwa produk dapat menjangkau berbagai lapisan pasar secara efisien.

6. Distribusi ke Pasar Tradisional, Pengecer, dan Supermarket

Tahap akhir dari alur distribusi ini adalah penyaluran produk ayam boiler ke pasar tradisional, pengecer, dan supermarket. Pasar tradisional menjadi salah satu saluran utama penjualan produk ayam boiler karena permintaan konsumen yang cukup tinggi. Di sisi lain, pengecer dan supermarket memberikan akses ke konsumen kelas menengah ke atas yang menginginkan kualitas ayam yang lebih terjaga. Dengan demikian, distribusi ke berbagai saluran ini menjamin bahwa produk CV Agung Mitra Sejahtera dapat diakses oleh berbagai segmen pasar.

Alur distribusi ayam boiler di CV Agung Mitra Sejahtera dirancang dengan memperhatikan setiap detail untuk memastikan kualitas dan ketepatan waktu pengiriman. Proses ini dimulai dari pengambilan ayam dari peternak hingga distribusi ke berbagai saluran seperti pedagang besar, pedagang kecil, pasar tradisional, pengecer, dan supermarket. Setiap tahapan dalam proses ini memainkan peran penting dalam menjaga kualitas produk dan memastikan bahwa ayam boiler yang diproduksi memenuhi standar yang telah ditetapkan perusahaan.

Implementasi distribusi yang baik akan berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen dan keberlangsungan bisnis, terutama dalam industri yang sangat bergantung pada kualitas produk seperti peternakan ayam boiler. Dengan strategi distribusi yang tepat, CV Agung Mitra Sejahtera dapat memastikan bahwa

produknya tidak hanya sampai ke konsumen dengan cepat, tetapi juga tetap dalam kondisi terbaik hingga sampai di tangan mereka.

Berdasarkan alur distribusi yang dijelaskan dalam proses distribusi ayam boiler di CV Agung Mitra Sejahtera, strategi distribusi yang digunakan adalah strategi distribusi tidak langsung dengan model distribusi selektif.

1. Distribusi Tidak Langsung

CV Agung Mitra Sejahtera tidak menjual produk langsung kepada konsumen akhir, tetapi melalui perantara seperti pedagang besar, pedagang kecil, pasar tradisional, pengecer, dan supermarket. Proses distribusi ini melibatkan beberapa lapisan distributor untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Karakteristik dari distribusi tidak langsung ini adalah penggunaan jaringan distribusi yang lebih besar, sehingga memungkinkan produk untuk mencapai konsumen di berbagai lokasi melalui perantara. Kotler dan Keller (2020) mendefinisikan distribusi tidak langsung sebagai sistem di mana produsen menggunakan perantara independen, seperti distributor atau pengecer, untuk menjual produknya kepada konsumen akhir. Mereka menjelaskan bahwa distribusi tidak langsung biasanya digunakan oleh perusahaan yang ingin mengurangi beban operasional terkait distribusi dan fokus pada pengembangan produk serta promosi. Perusahaan yang menggunakan distribusi tidak langsung biasanya memilih perantara yang memiliki keahlian dalam menjangkau segmen pasar tertentu.

Keuntungan dari strategi ini:

- 1) Lebih luas jangkauannya: Dengan menggunakan pedagang besar dan kecil, produk bisa tersebar ke pasar yang lebih luas dan bervariasi.

- 2) Efisiensi biaya dan waktu: CV Agung Mitra Sejahtera tidak perlu membangun jaringan distribusi langsung yang memerlukan banyak biaya operasional.
- 3) Pengelolaan risiko: Dengan melibatkan perantara, risiko dalam pengelolaan dan pengiriman produk bisa disebar di antara beberapa pihak.

2. Distribusi Selektif

Distribusi selektif berarti perusahaan hanya bekerja sama dengan perantara tertentu, baik itu pedagang besar, kecil, maupun pengecer yang terpilih. CV Agung Mitra Sejahtera tidak mendistribusikan produknya ke semua jenis pasar atau pengecer, tetapi hanya memilih yang sesuai dengan kriteria perusahaan, misalnya yang memiliki infrastruktur dan jaringan distribusi yang baik. Siregar, D., dan Sutanto, A. (2018) Studi mereka menemukan bahwa distribusi selektif membantu meningkatkan daya saing dan penjualan ayam broiler dengan menjaga kualitas dan eksklusivitas produk di pasar yang ditargetkan.

Keuntungan dari distribusi selektif:

- 1) Kendali kualitas yang lebih baik: Dengan memilih mitra distribusi yang berkualitas, perusahaan bisa memastikan bahwa ayam boiler yang didistribusikan tetap segar dan memenuhi standar.
- 2) Membangun kemitraan strategis: Dengan memilih perantara yang sesuai, CV Agung Mitra Sejahtera dapat membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak.

- 3) Penghematan biaya distribusi: Distribusi selektif dapat membantu menurunkan biaya, karena perusahaan tidak perlu mendistribusikan ke semua pasar, melainkan hanya ke mitra yang dipilih.

CV Agung Mitra Sejahtera menggunakan strategi distribusi tidak langsung dengan pendekatan distribusi selektif, yang melibatkan perantara dalam proses distribusi produknya. Strategi ini memungkinkan perusahaan menjangkau pasar yang luas sambil menjaga kualitas produk dengan menggunakan kendaraan pendingin. Selain itu, pemilihan mitra distribusi secara selektif membantu perusahaan menjaga standar kualitas dan efisiensi operasional.

CV Mitra Agung Sejahtera mengandalkan distribusi langsung sebagai strategi utama untuk memaksimalkan volume penjualan ayam broiler. Dengan mendistribusikan produk langsung ke pelanggan utama seperti rumah makan dan pasar tradisional, perusahaan bisa membangun hubungan yang lebih intim dan personal dengan pelanggannya. Pendekatan ini memberikan kontrol penuh atas kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman, yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Dengan pengelolaan distribusi yang langsung, CV Mitra Agung Sejahtera bisa menghindari ketergantungan pada pihak ketiga, sehingga memastikan kualitas produk tetap terjaga hingga sampai di tangan konsumen. Namun, meskipun efektif dalam mengelola hubungan langsung dengan pelanggan, distribusi langsung ini menuntut perusahaan untuk terus memperbaiki armada dan infrastruktur distribusinya, sehingga distribusi dapat berjalan lebih efisien dan jangkauan pasar lebih luas.

Sementara itu, distribusi tidak langsung juga menjadi bagian integral dari strategi distribusi di CV Mitra Agung Sejahtera. Dengan menggunakan perantara seperti pedagang besar, pengecer, dan supermarket, perusahaan mampu memperluas jangkauan pasar mereka dengan lebih efisien dan cepat. Melalui jaringan distribusi yang lebih besar ini, produk ayam broiler dapat tersebar ke berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah yang sebelumnya sulit dijangkau dengan distribusi langsung. Keuntungan utama dari distribusi tidak langsung adalah efisiensi biaya dan waktu, karena perusahaan tidak perlu membangun jaringan distribusi yang luas dan kompleks secara internal. Namun, ketergantungan pada perantara seperti distributor dan pengecer juga membawa tantangan tersendiri, yaitu perusahaan kehilangan sebagian kontrol atas kualitas produk dan ketepatan waktu pengiriman. Hal ini berisiko menurunkan kepuasan pelanggan jika pengiriman tidak sesuai dengan harapan atau jika produk sampai dalam kondisi yang tidak optimal.

Secara keseluruhan, kombinasi antara distribusi langsung dan distribusi tidak langsung memberikan keunggulan kompetitif yang saling melengkapi bagi CV Mitra Agung Sejahtera. Strategi distribusi langsung memungkinkan perusahaan untuk menjaga kontrol kualitas yang lebih baik dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan utama, sedangkan distribusi tidak langsung memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya tinggi untuk memperluas infrastruktur secara internal. Namun, untuk memaksimalkan efektivitas kedua strategi ini, perusahaan harus terus melakukan evaluasi terhadap kendala yang ada, seperti pengelolaan logistik, penambahan

armada untuk memperluas jangkauan pasar, serta peningkatan sistem kontrol kualitas di setiap titik distribusi, baik yang langsung maupun yang melalui perantara. Dengan pendekatan yang tepat, CV Mitra Agung Sejahtera dapat meningkatkan volume penjualan ayam broiler mereka secara berkelanjutan, sambil tetap menjaga kepuasan pelanggan dan kualitas produk yang optimal.

4.2.2 Kendala Penerapan Strategi Distribusi Ayam Boiler Pada Cv Mitra Agung Sejahtera

Pasar ayam broiler memiliki karakteristik unik yang mencakup permintaan yang tinggi, sifat musiman, dan fluktuasi harga yang signifikan. Permintaan yang tinggi seringkali disebabkan oleh populasi yang besar dan pertumbuhan konsumsi protein hewani, sedangkan sifat musiman dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti perubahan cuaca dan perayaan tertentu. Fluktuasi harga biasanya terkait dengan variabilitas dalam pasokan dan biaya produksi. Menurut Putra (2020), pasar ayam broiler di Indonesia semakin berkembang dengan pesat, seiring dengan naiknya kesadaran masyarakat akan pentingnya konsumsi protein hewani bagi kesehatan.

Handayani dan Prasetyo (2020) mengemukakan bahwa kunci kesuksesan strategi distribusi, adalah bagaimana memahami/pemahaman perilaku konsumen. Dengan pengetahuan ini, perusahaan dapat menyesuaikan tawaran produk, menentukan lokasi distribusi yang optimal, dan mengatur harga yang sesuai untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Strategi distribusi yang didasarkan pada wawasan perilaku konsumen akan lebih mampu memenuhi ekspektasi pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Efendi Pakpahan (2019) menyatakan bahwa saluran distribusi merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi volume penjualan. Saluran ini berfungsi untuk mengidentifikasi peluang pasar dan menilai apakah pasar tersebut mampu memberikan keuntungan sesuai harapan, atau bahkan mencapai laba maksimal. Secara umum, semakin luas jaringan distribusi yang digunakan, maka biaya operasional juga akan meningkat. Namun, perluasan jaringan distribusi ini memungkinkan produk perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat secara luas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan angka penjualan dan berdampak signifikan terhadap peningkatan volume penjualan. Kendala dalam distribusi menurut informan adalah sebagai berikut,

Menurut Informan A.1 mengenai kendala yang dialami perusahaan yaitu

“Faktor utama adalah manajemen logistik, jumlah armada, dan infrastruktur distribusi. Kecepatan pengiriman juga sangat penting”
(Wawancara, 28 Oktober 2024)

Informan A.2 menegaskan mengenai wawancara tersebut yaitu

“Kendala terbesar adalah masalah logistik, terutama terkait dengan pemeliharaan armada dan cuaca yang tidak menentu.” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Informan A.3 menambahkan pada hasil wawancara tersebut yaitu

“Jarak dan kondisi jalan yang buruk di beberapa wilayah menyebabkan pengiriman tertunda, yang bisa” (Wawancara, 28 Oktober 2024)

Menurut Ervianto (2020), keterlambatan atau penundaan (delay) diartikan sebagai waktu pelaksanaan yang tidak dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kondisi ini dapat menyebabkan

sejumlah kegiatan mengalami penundaan atau tidak selesai tepat waktu seperti yang dijadwalkan.

Distribusi memegang peran penting dalam kegiatan bisnis, terutama bagi perusahaan yang bergerak di bidang distribusi atau sebagai distributor. Jika terjadi keterlambatan dalam proses distribusi, hal tersebut dapat menurunkan kualitas layanan kepada pelanggan. Akibatnya, pelanggan utama mungkin akan beralih ke pemasok lain yang mampu memberikan layanan lebih baik. Pergantian ini dapat menimbulkan risiko besar, bahkan berpotensi menyebabkan kerugian signifikan bagi pemasok sebelumnya (Jiang et al., 2019).

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan di CV Agung Mitra Sejahtera, teridentifikasi beberapa kendala yang mempengaruhi efektivitas proses distribusi ayam boiler. Informan A.1 menggarisbawahi bahwa faktor utama yang menjadi tantangan adalah manajemen logistik, jumlah armada yang tersedia, dan infrastruktur distribusi. Ia juga menekankan bahwa kecepatan pengiriman adalah aspek yang sangat penting dalam menjaga kepuasan pelanggan dan memastikan produk tetap dalam kondisi terbaik saat sampai di tangan konsumen.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Informan A.2, yang menegaskan bahwa masalah logistik adalah kendala terbesar yang dihadapi perusahaan. Ia menyoroti pentingnya pemeliharaan armada dan dampak cuaca yang tidak menentu terhadap pengiriman. Cuaca ekstrem dapat mengganggu operasional distribusi, yang pada gilirannya mempengaruhi kecepatan dan efisiensi pengiriman produk ke pasar.

Informan A.3 menambahkan dimensi lain terhadap permasalahan ini dengan menyebutkan bahwa jarak dan kondisi jalan yang buruk di beberapa wilayah sering kali menyebabkan pengiriman tertunda. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur jalan yang tidak memadai dapat berkontribusi terhadap ketidakpastian dalam waktu

pengiriman, yang dapat merugikan perusahaan dan menurunkan kepercayaan pelanggan.

Dari hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa CV Agung Mitra Sejahtera menghadapi sejumlah tantangan yang berkaitan dengan manajemen logistik, pemeliharaan armada, dan infrastruktur distribusi. Masalah-masalah ini memerlukan perhatian serius untuk memastikan kelancaran proses distribusi. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan evaluasi dan pengembangan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan manajemen logistik, memperbaiki kondisi armada, dan berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait untuk memperbaiki infrastruktur distribusi. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan proses distribusi dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada peningkatan penjualan ayam boiler.

Kendala-kendala yang dihadapi CV Agung Mitra Sejahtera dalam proses distribusi berkontribusi secara signifikan terhadap menurunnya volume penjualan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan perbaikan dalam manajemen logistik, jumlah armada, dan infrastruktur distribusi untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Dengan mengatasi kendala-kendala ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi distribusi, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan volume penjualan. Berikut adalah pemaparan sesuai, Dalam menerapkan strategi distribusi ayam broiler pada CV Mitra Agung Sejahtera, terdapat berbagai kendala yang mempengaruhi efektivitas proses distribusi. Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga informan, kendala-kendala ini dapat digabungkan menjadi dua kategori strategi distribusi

utama. Strategi pertama berfokus pada manajemen logistik dan strategi kedua pada optimalisasi saluran distribusi dan respons terhadap faktor eksternal.

1. Strategi 1: Manajemen Logistik yang Efisien

a. Kendala 1: Masalah Armada dan Infrastruktur

- Penjelasan Kendala:
 - Informan A.1 menyatakan bahwa salah satu kendala terbesar yang dihadapi perusahaan adalah manajemen logistik yang tidak optimal, terutama terkait dengan jumlah armada yang terbatas dan kondisi infrastruktur distribusi yang kurang memadai. Keterbatasan armada menyebabkan keterlambatan pengiriman, sementara infrastruktur yang buruk, seperti jalan yang rusak, memperburuk efisiensi distribusi.
 - Informan A.3 menambahkan bahwa kondisi jalan yang buruk di beberapa wilayah sering kali menyebabkan pengiriman tertunda, yang dapat berdampak pada ketepatan waktu dan kualitas pengiriman ayam broiler.
- Dampak pada Proses Distribusi:
 - Keterlambatan dalam pengiriman dapat menurunkan kualitas produk yang sampai ke konsumen. Ayam broiler yang seharusnya

sampai dalam keadaan segar, bisa saja mengalami penurunan kualitas akibat keterlambatan distribusi. Hal ini berisiko menurunkan kepuasan pelanggan dan akhirnya berdampak pada penurunan volume penjualan.

- Solusi yang Diusulkan:
 - Perusahaan perlu melakukan evaluasi mendalam terhadap manajemen armada dan meningkatkan kualitas infrastruktur distribusi. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memperbarui armada dan memperbaiki kendaraan yang ada agar selalu dalam kondisi optimal. Selain itu, perusahaan dapat bekerja sama dengan pihak berwenang atau kontraktor untuk memperbaiki kondisi jalan di daerah-daerah yang bermasalah.

2. Strategi 2: Optimalisasi Saluran Distribusi dan Respons terhadap Faktor Eksternal

b. Kendala 2: Pengaruh Cuaca terhadap Distribusi

- Penjelasan Kendala:
 - Informan A.2 menjelaskan bahwa cuaca yang tidak menentu menjadi kendala besar dalam distribusi ayam broiler. Cuaca ekstrem seperti hujan lebat atau banjir sering kali menghambat pengiriman barang tepat waktu. Hal ini berdampak langsung pada proses distribusi, yang mempengaruhi kecepatan dan efektivitas pengiriman produk.

- Cuaca ekstrem yang menyebabkan penundaan pengiriman, juga mengancam kualitas ayam broiler yang lebih mudah rusak jika tidak segera dikirim.
- Dampak pada Proses Distribusi:
 - Cuaca buruk dapat menyebabkan keterlambatan dalam pengiriman, yang pada gilirannya mengurangi tingkat kepuasan pelanggan. Dalam industri distribusi pangan seperti ayam broiler, kecepatan pengiriman adalah faktor kritis. Keterlambatan yang sering terjadi dapat menyebabkan hilangnya konsumen.
- Solusi yang Diusulkan:
 - Perusahaan perlu merencanakan distribusi dengan memperhitungkan faktor cuaca, menggunakan teknologi pemantauan cuaca untuk merencanakan pengiriman yang lebih fleksibel. Selain itu, perusahaan dapat menyiapkan alternatif rute pengiriman yang lebih aman saat cuaca buruk, dan meningkatkan kesiapan armada dengan perawatan kendaraan yang lebih intensif.

c. Evaluasi dan Perbaikan untuk Meningkatkan Efektivitas Distribusi

Berdasarkan kendala-kendala yang diidentifikasi dalam wawancara dengan para informan, CV Mitra Agung Sejahtera harus segera mengatasi masalah yang berkaitan dengan manajemen logistik, armada, dan faktor cuaca untuk memperbaiki

proses distribusi mereka. Kendala yang ada harus diselesaikan agar distribusi dapat berjalan lebih lancar, yang pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan dan kepuasan pelanggan.

1. Peningkatan Manajemen Logistik dan Armada:

- Melakukan evaluasi dan perbaikan sistem manajemen logistik untuk memastikan bahwa armada dalam kondisi optimal. Ini termasuk memperbarui armada yang sudah tua, merencanakan pemeliharaan armada secara berkala, dan meningkatkan pelatihan untuk pengemudi agar lebih efisien dalam menjalankan distribusi.

2. Perbaikan Infrastruktur Distribusi:

- Bekerja sama dengan pemerintah atau pihak ketiga untuk memperbaiki kondisi jalan yang buruk di daerah-daerah yang mengalami kendala distribusi. Meningkatkan kualitas infrastruktur akan membantu mempercepat pengiriman dan mengurangi risiko keterlambatan.

3. Respons terhadap Faktor Cuaca Ekstrem:

- Memanfaatkan teknologi untuk memantau cuaca dan merencanakan rute distribusi yang aman dan efisien. Perusahaan juga perlu menyiapkan prosedur darurat untuk mengantisipasi pengiriman yang terhambat akibat cuaca buruk dan memastikan kualitas ayam broiler tetap terjaga selama proses distribusi.

Flowchart Strategi Distribusi dan Kendala

Gambar berikut merupakan flowchart strategi distribusi dan kendala penerapannya pada CV Agung Mitra Sejahtera.

