

MENCIPTAKAN BRANDING DAN MEMBANGUN SALURAN DISTRIBUSI BERDASARKAN PERSEPSI PENGUSAHA (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR PT SINERGI SEJUTA USMIK)

by Fahrulrozi Adi Permadi

Submission date: 12-Aug-2022 01:54AM (UTC-0400)

Submission ID: 1881648285

File name: 2303-Article_Text-7266-1-15-20220714.docx (126.03K)

Word count: 1333

Character count: 8076

MENCIPTAKAN *BRANDING* DAN MEMBANGUN SALURAN DISTRIBUSI BERDASARKAN PERSEPSI PENGUSAHA (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR PT SINERGI SEJUTA USMIK)

Fahrulrozi A¹ Permadi¹, Ema Nurzainul H², Sigit Ratnanto³
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Jl. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112
fahoz321@gmail.com

4
Informasi Artikel
Tanggal Revisi :

Tanggal Masuk :

Tanggal Diterima :

Abstract

The purpose of this study is to find out the branding and distribution channels that are carried out by PT Sinergi Sejuta Usmik so that the company is increasingly widely known by the Indonesian people. Data collection was done by means of the interview method. With informants, namely the owner and marketing manager who have an important role for the progress of the Company. The results of this study state that the branding carried out by PT Sinergi Sejuta Usmik is still not fully implemented as expected because there are still many things that happen because they have to choose what company to partner with to be part of the branding that is being carried out. With what the Owner and Marketing Manager have done, building distribution channels anywhere can be done as long as it can benefit the company and by building distribution channels not only makes PT Sinergi Sejuta Usmik widely known but can also help marketing MSME actors from throughout Indonesia.

Keywords: branding, distribution channel

Abstrak

3
Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui branding dan saluran distribusi yang dilakukan PT Sinergi Sejuta Usmik agar perusahaan semakin dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan cara metode wawancara. Dengan informan yaitu owner dan manajer marketing yang memiliki peran yang penting untuk kemajuan Perusahaan. Hasil dari penelitian ini menyatakan branding yang dilakukan oleh PT Sinergi Sejuta Usmik masih belum sepenuhnya bisa dijalankan sesuai harapan karena masih banyak hal yang terjadi karena harus memilih perusahaan apa yang akan digandeng untuk menjadi bagian dari branding yang dilakukan. Dengan apa yang telah dilakukan oleh Owner dan juga Manajer Marketing membangun saluran distribusi di mana saja dapat dilakukan selama itu bisa menguntungkan perusahaan dan dengan membangun saluran distribusi tidak hanya membuat PT Sinergi Sejuta Usmik dikenal luas namun juga dapat membantu pemasaran para pelaku UMKM dari seluruh Indonesia.

Kata kunci: branding, saluran distribusi

7 PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang dirumuskan untuk mencapai tingkat profitabilitas yang baik. Tinggi rendahnya penjualan berdasarkan pada strategi yang dijalankan, apakah berjalan dengan baik atau sebaliknya. Untuk mendapatkan laba (keuntungan) yang besar, maka perusahaan harus merumuskan berbagai macam strategi agar bisa mencapai tingkat produktifitas yang maksimal. Lingkungan internal dan eksternal perusahaan berpengaruh terhadap kegiatan operasional dan pencapaian perusahaan. Pada dasarnya perusahaan memiliki dua jenis aset, yaitu *tangible asset* dan *intangible asset*. Salah satu penguatan *intangible asset* perusahaan adalah melakukan branding perusahaan secara optimal. Berbagai strategi branding perlu digencarkan oleh perusahaan terlebih jika perusahaan tersebut belum lama didirikan. Semakin moncer suatu perusahaan, maka semakin banyak keuntungan yang didapatkan. Seperti kemudahan dalam mendapatkan relasi supplier, distributor, dan konsumen.

Dalam memasarkan produk, perusahaan memerlukan distributor yang berperan dalam pendistribusian barang. Pendistribusian produk termasuk dalam kegiatan rantai operasional perusahaan yang penting untuk diperhatikan.

Bisnis distributor merupakan bisnis yang sangat menguntungkan karena hanya memerlukan gudang penyimpanan untuk menyimpan barang atau produk yang akan didistribusikan dan juga kantor untuk berjalannya operasional. Dengan menjadi distributor pasti memerlukan satu hal penting yaitu *supplier* yang akan

memberikan atau menitipkan barang maupun produknya agar bisa di distribusikan ke berbagai tempat atau wilayah dan kebanyakan distributor selalu mendistribusikan barang. Beda halnya seperti Perusahaan distributor dengan nama PT Sinergi Sejuta Usmik yang juga mendistribusikan barang maupun produk dari para pelaku UMKM yang kebanyakan di isi oleh Makanan dan minuman serta sedikit dari craft maupun fashion.

Dengan menjadikan produk UMKM sebagai barang distribusi PT Sinergi sejuta usmik bekerja sama dengan Pos Indonesia untuk menjadikan tempat agen serta menjadikan Pos Indonesia menjadi satu-satunya jasa pengiriman yang di pakai sehingga PT Sinergi Sejuta Usmik dengan menggandeng Pos Indonesia selain bisa membuka agen di masing-masing kota juga bisa menyalurkan produk para pelaku UMKM ke berbagai Kota.

PT Sinergi Sejuta Usmik juga melakukan *branding* agar lebih banyak di kenal oleh masyarakat luas dengan cara bekerja sama dengan berbagai perusahaan seperti Mayora, Atlantic Biruraya dan BPJS **11** nagakerjaan. Dengan menggandeng perusahaan besar maka akan semakin cepat perusahaan di kenal oleh masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan melakukan wawancara dengan dua informan yaitu *Owner* dan *Manajer Marketing* dari PT Sinergi Sejuta Usmik. Penelitian ini dilakukan di kantor PT Sinergi Sejuta Usmik yang berada di Kota Surabaya, dengan tujuan mengetahui bagaimana *branding* yang di lakukan serta bagaimana cara membangun saluran distribusi. Kemudian menemukan satu fakta, kenyataan kemudian dilanjutkan dengan menemukan permasalahan, kemudian tahap identifikasi masalah dan akhirnya menuju pada penyelesaian masalah yang ditemukan dengan solusi yang sesuai. Triangulasi adalah sebuah metode yang digunakan penelitian kualitatif sebagai metode dalam menetapkan dan memeriksa validitas dengan menganalisa masalah dari berbagai perspektif keilmuan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pembicaraan dan juga wawancara yang di lakukan bersama *Owner* dan *Manajer Marketing* dengan data informan sebagai berikut

Tabel 1 Data Informan

Nama	Alamat	Umur	Posisi
Cucuk	Perum Surya Asri Blok D no	56 Tahun	<i>Owner</i>
Sumardiono	16 Sidoarjo		
Andre Sutoyo	Desa Plososetro RT 4 RW 1 Kec Pucuk Kab Lamongan	34 Tahun	<i>Manajer Marketing</i> <i>Nasional</i>

Dengan mewawancarai kedua informan mendapatkan beberapa pernyataan yang dimana menjadi pembahasan kenapa hal tersebut terjadi dan bagaimana cara penyelesaiannya oleh PT Sinergi Sejuta Usmik

Tabel 2 Pernyataan Informan

No	Pernyataan Informan
1	Kami mendistribusikan produk UMKM dari berbagai kota dan kabupaten
2	PT Sinergi Sejuta Usmik bekerja sama dengan BPJS K, Mayora, Atlantic Biruraya dan juga Pos Indonesia
3	PT Sinergi Sejuta Usmik masih membangun saluran distribusi di mana saja dan bekerja sama dengan berbagai pihak

Dari Hasil wawancara bersama *Owner* dan *Manajer Marketing* dapat di ketahui bahwa PT Sinergi Sejuta Usmik membangun *branding* dengan cara bekerja sama dengan berbagai Perusahaan ternama dan berbagai pihak dimana PT Sinergi Sejuta Usmik bisa lebih cepat dan lebih banyak di kenal oleh masyarakat Indonesia. Dengan Bekerja sama dengan Pos Indonesia menjadikan Kantor Pos Pusat di tiap Kota menjadi

kantor agen untuk menyalurkan produk UMKM ke konsumen tereakhir. Sedangkan bekerja sama dengan Atlantic Biruraya sebagai sponsor utama dan membantu penjualan dari produk dari pabrik tersebut yang berupa air mineral dan air alkaline dengan merek Cheer's untuk menunjang penjualan di tiap agen, kemudian bekerja sama dengan BPJS K yang di jadikan para pelaku UMKM yang bisa terlindungi ketika sedang bekerja dan terjadi hal yang tidak di inginkan seperti kecelakaan bisa tercover oleh BPJS K. Bekerja sama dengan Mayora yang di fokuskan dengan produk air mineralnya dengan merek Le minerale. Namun ternyata tidak berhenti di situ saja PT Sinergi Sejuta Usmik masih membangun saluran distribusi dari berbagai pihak agar produk UMKM yang sudah di pasrahkan bisa terjual seperti yang di harapkan.

KESIMPULAN

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana PT Sinergi Sejuta Usmik bisa membangun *branding* serta bagaimana cara perusahaan untuk membangun saluran distribusi agar produk UMKM yang di distribusikan bisa di jual oleh masing-masing agen yang telah ada di setiap Kota. Berdasarkan dari hasil wawancara, dapat di simpulkan bahwa PT Sinergi Sejuta Usmik membangun *branding*nya dengan menggandeng salah satu BUMN yaitu Pos Indonesia lalu bekerja sama dengan dua pabrik minuman yang sudah sangat besar dan di kenal oleh masyarakat Indonesia Yaitu Mayora Group dan Atlantica Biruraya serta bekerja sama dengan BPJS K untuk melindungi para UMKM maupun *supplier* PT Sinergi Sejuta Usmik. Meskipun sudah melakukan *branding* yang cukup besar ternyata masih melakukan kerja sama dengan berbagai pihak agar produk dari para pelaku UMKM bisa di distribusikan dengan lebih baik dan sesuai dengan apa yang di harapkan oleh perusahaan dan juga para pelaku UMKM.

DAFTAR RUJUKAN

1. Landa, Robin. (2006). *Designing Brand Experiences*. Thomson Delmar Learning
2. Putri, Mela Apniza., Rosmayani dan Rosmita. 2018. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi Usaha Kecil Menengah (UKM).Vol.4, No.2.
3. Zylstra, Kirk D," *Lean Distribution : Menciptakan Jalur distribusi, Logistik dan Supply Chain yang Ramping, Hemat Biaya, efektif dan Responsive terhadap Kebutuhan Pelanggan*",Penerbit PPM, Jakarta, 2006
4. Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.

MENCIPTAKAN BRANDING DAN MEMBANGUN SALURAN DISTRIBUSI BERDASARKAN PERSEPSI PENGUSAHA (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR PT SINERGI SEJUTA USMIK)

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	proceeding.unpkediri.ac.id Internet Source	5%
2	Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia Student Paper	3%
3	perencanaanpengembangansdm.blogspot.com Internet Source	2%
4	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur II Student Paper	1%
5	media.neliti.com Internet Source	1%
6	Munawar Thoharudin, Yulia Suriyanti, Fatkhan Amirul Huda. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Pada BPD Kal-bar Syariah Cabang Sintang", JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 2020 Publication	1%

7	id.123dok.com Internet Source	1 %
8	Bulan Nettiary Kelara, Emi Suwarni. "PERAN INFORMASI AKUNTANSI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH", Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 2020 Publication	1 %
9	ejournal.undip.ac.id Internet Source	1 %
10	alatujiindonesia.wordpress.com Internet Source	1 %
11	ejournal.upi.edu Internet Source	1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 3 words

Exclude bibliography On