

**POLA DISTRIBUSI BERAS ORGANIK DI UD. GAPOKTAN
AL BAROKAH DESA LOMBOK KULON
KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



IAIN JEMBER

Oleh :

**SAOBIEAT ISNADI
NIM. E20162087**

Pembimbing:

**TOTON FANSHURNA, M.E.I
NIP. 197608122008011015**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
APRIL 2020**

**AL BAROKAH DESA LOMBOK KULON
KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

oleh :

**SAOBIAT ISNADI
NIM. E20162087**

Dosen Pembimbing :



**TOTON FANSHURNA, M.E.I
NIP. 19811224 201101 1 008**

IAIN JEMBER

**POLA DISTRIBUSI BERAS ORGANIK DI UD. GAPOKTAN
AL BAROKAH DESA LOMBOK KULON
KECAMATAN WONOSARI
KABUPATEN BONDOWOSO**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memnuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Rabu
Tanggal: 29 April 2020

Tim Penguji

Ketua



Nikmatul Masruroh, S.H.I. M.E.I
NIP.198209222009012005

Sekretaris



Nur Ika Mauliyah, S.E. M.A.K
NIP. 198803012018012001

Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag. M.E.I
2. Toton Fanshurna, M.E.I

()
()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si.
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

أَهْمُ يَقْسِمُونَ رَحْمَتَ رَبِّكَ حُنَّ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا
بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا

تَجْمَعُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebahagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. Dan Rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”.(QS Az-Zuhruf [43]:32.¹

IAIN JEMBER

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Mubin Al Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Pustaka Al Mubin, 2012) 491.

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini, sebagai tanda terimakasih, saya persembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Kedua orang tua saya Bapak Isyanto efendi dan Ibu Siti Hanah tersayang yang tiada hentinya untuk mendoakan putranya, serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberi semangat hingga saat ini
2. Teman dekat saya (Anita) yang selalu memberi saya semangat dan selalu menemani saya dalam penulisan skripsi ini.
3. Teman kontrakan saya (Kocay, Imam) yang sudah memberi saya dukungan dan membantu saya dalam banyak hal.
4. Teman-teman komunitas saya “Bolo Sewu” yang selalu memberi saya semangat hingga saat ini.
5. Teman-teman kelas Ekonomi Syariah 3 tercinta dan teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang sudah memberi semangat serta dukungannya.
6. Segenap guru beserta dosen yang telah memberikan ilmu hingga saat ini.
7. Almamater tercinta IAIN Jember, terimakasih karena telah memberikan saya kesempatan untuk menuntut ilmu selama ini.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah segala puji syukur tiada batas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan rahmat karunia serta hidayah-Nya sehingga proses skripsi sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Tidak lupa Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni agama Islam.

Penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik tanpa adanya segala usaha doa serta dukungan dari banyak pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan banyak-banyak ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE, M.M., selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Jember.
2. Bapak Dr.Khamdan Rifa'i,SE, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Jember.
4. Bapak Toton Fanshurna, M.E.I selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, dan perhatian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh karyawan UD. Gapoktan Al Barokah Bondowoso atas segala wawancara dan sumber informasi yang telah diberikan sehingga penelitian ini bisa berjalan dengan lancar.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis sadar bahwa kebaikan dan bantuan yang diterima penulis tidak akan bisa semua dibalas. Semoga Allah SWT, yang akan membalas semua kebaikan yang telah penulis terima dengan balasan yang jauh lebih baik.

Penulisan ini sangat jauh dari kesempurnaan sehingga penulis sangat berharap adanya kritik dan saran yang dapat membangun agar menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jember, 16 Maret 2020

Saobieat Isnadi
NIM.E20162087

ABSTRAK

Saobieat Isnadi, Toton Fanshurna, 2020:*Pola Distribusi Beras Organik Di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso*

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produknya sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen. Perusahaan mengembangkan strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada pelanggan berada pada tempat yang tepat.

Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Al Barokah merupakan gabungan kelompok tani yang memproduksi beras organik sejak tahun 2008. Gapoktan Al Barokah merupakan satu-satunya tempat produksi beras organik dikota Bondowoso. Oleh karena itu, Gapoktan Al Barokah harus bisa memilih saluran distribusi yang tepat agar dapat meningkatkan produksi dan penjualannya.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana pola distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso ? 2) Apa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso? 3) Apa saja faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso ?

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui pola distribusi beras organik UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso 2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso 3) Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso,

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan termasuk jenis penelitian (*field research*) atau studi lapangan. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pola distribusi yang digunakan yaitu menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung yang dimaksud adalah beras organik yang diproduksi didistribusikan secara langsung kepada konsumen. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung yang diterapkan oleh perusahaan yaitu mereka mendistribusikan beras organik menggunakan perantara seperti agen, pedagang besar maupun pedagang pengecer. 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi adalah adanya pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan dan pertimbangan produksi, 3) Faktor pendukung saluran distribusi beras organik oleh Gapoktan Al Barokah adalah adanya mesin penggiling, mobil bantuan dari Pemerintah Bondowoso, sedangkan faktor penghambat saluran distribusinya adalah keadaan cuaca.

Kata kunci: Saluran Distribusi, Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi

ABSTRACT

Saobieat Isnadi, Toton Fanshurna, 2020:*Distribution Patterns of Organic Rice in Gapoktan Al Barokah Lombok Kulon Village Wonosari Subdistrict Bondowoso Regency*

Distribution channels are channels used by producers to deliver products to consumers or various company activities that seek to get products to consumers. The company develops strategies to ensure that products distributed to customers are in the right place.

Al Barokah Farmers Group Association is a combination of farmer groups that produce organic rice since 2008. Al Barokah Gapoktan is the only organic rice production site in the city of Bondowoso. Therefore, Al Barokah Gapoktan must be able to choose the right distribution channels in order to increase production and sales.

The focus of the problems examined in this thesis are: 1) How is the distribution pattern of organic rice in UD. Gapoktan Al Barokah Lombok Village Kulon Kab. Bondowoso? 2) What are the factors that influence the selection of organic rice distribution channels UD. Gapoktan Al Barokah Lombok Village Kulon Kab. Bondowoso? 3) What are the supporting and inhibiting factors for the distribution of organic rice in the UD. Gapoktan Al Barokah, Lombok Village Kulon, Banjowoso Regency?

The objectives of this study are: 1) To determine the distribution pattern of organic rice in UD. Gapoktan Al Barokah, Lombok Kulon, Kab. Bondowoso 2) To find out the factors that influence the selection of organic rice distribution channels in the UD. Gapoktan Al Barokah Lombok Village Kulon Kab. Bondowoso 3) To find out the supporting factors and inhibitors of the distribution of organic rice in UD. Gapoktan Al Barokah Village, Lombok Village, Kulon Regency, Banjowoso,

this study used a qualitative research method with an approach including the type of research (*field research*) or field studies. In collecting data the author uses the method of observation, interviews, and documentation. Data analysis was performed descriptively qualitative.

The results showed that: 1) The distribution pattern used is using direct and indirect distribution channels. The intended direct distribution channel is organic rice produced directly distributed to consumers. While the indirect distribution channels implemented by the company are those that distribute organic rice using intermediaries such as agents, wholesalers and retailers. 2) Factors that influence distribution channels are market considerations, goods considerations, company considerations and production considerations, 3) Supporting factors for organic rice distribution channels by UD. Gapoktan Al Barokah are the presence of grinding machines, aid cars from the Bondowoso Government, while channel inhibiting factors the distribution is unfavorable weather.

Keywords: Distribution Channels, Factors Affecting Distribution Channels

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DASTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	30
1. Pola Saluran Distribusi.....	30

a. Pengertian Distribusi	30
b. Saluran Distribusi	31
c. Faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.....	43
d. Pengendalian saluran distribusi	48
e. Distribusi Dalam Islam	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	53
B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Subyek Penelitian.....	54
D. Teknik Pengumpulan Data.....	54
E. Analisis Data	56
F. Keabsahan Data.....	57
G. Tahapan Penelitian	58

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian	59
1. Sejarah UD. Gapoktan Al Barokah	59
2. Lokasi/Letak Geografis UD. Gapoktan Al BARokah	62
3. Visi Dan Misi UD. Gapoktan Al Barokah.....	63
4. Struktur Organisasi UD. Gapoktan Al Barokah.....	63
B. Penyajian Data dan Analisis.....	64
1. Pola Distribusi Beras Organik di UD. Gapoktan Al Barokah ...	65
2. Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi Beras Organik UD. Gapoktan Al Barokah	81

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Saluran Distribusi Beras Organik UD. Gapoktan Al Barokah	87
C. Pembahasan Temuan.....	91
1. Pola Distribusi Beras Organik di UD. Gapoktan Al Barokah ...	91
2. Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi Beras Organik UD. Gapoktan Al Barokah	97
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Saluran Distribusi Beras Organik UD. Gapoktan Al Barokah	103
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	106
B. Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
Lampiran 1. Matrik Penelitian	
Lampiran 2. Surat Keterangan Izin Penelitian	
Lampiran 3. Surat Keterangan Selesai Penelitian	
Lampiran 4. Pernyataan Keaslian Tulisan	
Lampiran 5. Pedoman Wawancara	
Lampiran 6. Jurnal Penelitian	
Lampiran 7. Daftar Harga Beras Organik	
Lampiran 8. Dokumentasi	
Lampiran 9. Biodata Penulis	

DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu21
2. Tabel 4.1 Penjualan Beras Organik Tahun 2019.....82



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Beberapa Alternatif Saluran Distribusi42
2. Gambar 4.1 Struktur Organisasi Gapoktan Al Barokah Bondowoso.....64



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan pertanian nasional bertujuan untuk mengatasi kekurangan pangan dalam jumlah dan mutu selain untuk memperkuat sektor industri, memperbesar peranannya dalam memperoleh devisa, menaikkan dan meratakan pendapatan, memperluas kesempatan kerja dan sekaligus melestarikan sumberdaya alam pertanian. Ketahanan pangan menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan nasional. Ada tiga alasan utama yang melandasi adanya kesadaran dari semua komponen bangsa atas pentingnya ketahanan pangan yaitu: akses atas pangan yang cukup dan bergizi bagi setiap penduduk merupakan salah satu pemenuhan hak azasi manusia; konsumsi pangan dan gizi yang cukup merupakan basis bagi pembentukan sumberdaya manusia yang berkualitas; ketahanan pangan merupakan basis bagi ketahanan ekonomi, bahkan bagi ketahanan nasional suatu negara berdaulat.

Ketahanan pangan nasional salah satunya dicirikan dengan adanya ketersediaan pangan yang cukup secara makro namun demikian masih ada beberapa daerah dimana masyarakatnya tidak mampu mengakses pangan yang cukup. Hal ini disebabkan karena kondisi wilayahnya miskin ataupun pendapatan mereka yang tidak mencukupi untuk memperoleh akses terhadap pangan. Di sisi lain melihat luasnya wilayah Indonesia dimana wilayah sentra produksi pertanian khususnya padi dan jagung berada pada topografi yang beragam, memiliki ketersediaan sarana prasarana untuk mendukung sektor

tersebut (produksi, pengolahan, penyimpanan) sangat bervariasi, waktu panen yang tidak bersamaan pada beberapa wilayah, dan iklim yang kurang mendukung pada saat tanam maupun panen raya, sehingga petani, kelompok tani (Poktan) maupun Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) selalu dihadapkan pada berbagai masalah antara lain: keterbatasan modal usaha untuk melakukan kegiatan penyimpanan, pendistribusian/pemasaran setelah panen; memiliki posisi tawar petani yang rendah pada saat panen raya yang bersamaan dengan datangnya hujan, sehingga petani terpaksa menjual produknya dengan harga rendah kepada para pelepas uang (pedagang perantara); (keterbatasan akses pangan (beras) untuk dikonsumsi saat mereka menghadapi paceklik yang disebabkan karena tidak memiliki cadangan pangan yang cukup. Dampak dari ketidakberdayaan petani, Gapoktan dan poktan tersebut dalam menyimpan dan mendistribusikan/memasarkan hasil produksinya dapat menyebabkan: ketidakstabilan harga untuk komoditas gabah/beras dan jagung di wilayah sentra produksi pertanian pada saat terjadi panen raya, dan kekurangan pangan (beras) yang dapat dikonsumsi pada saat mereka menghadapi musim paceklik.¹

Dalam usaha untuk memperlancar pemasaran barang atau jasa dari produsen dan konsumen, maka faktor penting yang tidak boleh diabaikan adalah memilih secara tepat saluran distribusi (*channel of distribution*). Keputusan perusahaan tentang distribusi menentukan bagaimana cara produk yang dibuatnya dapat dijangkau oleh konsumen. Perusahaan mengembangkan

¹ Eyverson Ruauw, “Kajian Distribusi Pangan Pokok Beras Di Kabupaten Kepulauan Talaud”, Vol 11 Tahun 2015, 59-60

strategi untuk memastikan bahwa produk yang didistribusikan kepada pelanggan berada pada tempat yang tepat. Untuk itu perlu halnya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen.²

Perusahaan untuk mencapai pasar sasaran, produsen menggunakan tiga jenis saluran pemasaran. *Pertama*, Saluran komunikasi yaitu menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli. Saluran ini mencakup surat kabar, majalah, televisi, internet dan lain-lain. *Kedua*, saluran distribusi yaitu untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan dan pengguna. Saluran distribusi mencakup distributor, pedagang grosir, pengecer dan agen. *Ketiga*, saluran layanan yaitu untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli. Saluran layanan mencakup gudang, perusahaan, transportasi, bank. Produsen menghadapi tantangan dalam memilih bauran terbaik antara saluran komunikasi, distribusi, dan layanan untuk penawaran mereka.

Strategi distribusi merupakan strategi yang berkaitan erat dengan upaya produsen untuk mendistribusikan atau menyalurkan produknya kepada konsumen. Oleh karena itu peran saluran distribusi atau saluran pemasaran sebagai perantara produk dari produsen kepada konsumen sangat penting. Saluran pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling terlibat dalam

²M. Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 129.

usaha menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi.

Sistem distribusi dapat dibedakan dalam dua jenis, yaitu (1) sistem distribusi langsung dan (2) sistem distribusi tidak langsung. Sistem distribusi langsung adalah mendistribusikan barang secara langsung dari produsen ke konsumen. Sedangkan sistem distribusi tidak langsung menggunakan perantara, sehingga tidak langsung dengan konsumen.

Tipe saluran distribusi tidak langsung menggunakan satu atau berbagai perantara untuk sampai ke konsumen. Dapat berbentuk: sistem pendistribusian konvensional (tradisional), maupun sistem pemasaran vertikal. Sistem pendistribusian konvensional menggunakan perantara yang independen dari pengendalian produsen. Tipe saluran distribusi tidak langsung menggunakan perantara yang independen. Produsen dapat menggunakan agen penjual langsung kepada konsumen. Sistem distribusi langsung umumnya digunakan pada sistem *direct order* (pelanggan dapat memesan langsung kepada penjual melalui surat, telepon, atau bentuk komunikasi lain).³

Beras organik diperoleh UD. Gapoktan Al Barokah dari para petani yang tergabung di dalam Gabungan Kelompok Tani (Gapoktan) Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso, jadi para petani tersebut menjual padi mereka kepada UD. Gapoktan Al Barokah untuk diproduksi menjadi beras kemudian didistribusikan kepada konsumen maupun

³ Teguh Budiarto, *Dasar Pemasaran* (Jakarta: Gunadarma, 1993), 102-103.

perantara. Beras organik tersebut dikenal dengan nama Beras Botanik (Bondowoso Pertanian Organik) yang diproduksi dan dikelola langsung oleh UD. Gapoktan Al-Barokah, dimana satu-satunya perusahaan di Bondowoso yang memproduksi dan mendistribusikan beras organik. Beras Organik tersebut sudah mendapatkan sertifikasi organik dari lembaga pertanian organik nasional yaitu Lessos. Beras Organik ini dari cara penanamannya hingga pengemasan tidak menggunakan bahan kimia, aliran air sebagai irigasinya pun diharuskan tidak tercemar bahan kimia seperti detergen, sabun mandi, dan sebagainya. Pengembangan beras organik yang dilakukan oleh Gapoktan sudah bagus menurut pak Mulyono selaku ketua Gapoktan Al-Barokah mengungkapkan untuk saat ini produksi pertanian organik dari 400 petani di desa ini sudah mencapai 7-8 ton perhektar. Pendapatan petani juga meningkat tajam. Jika sebelumnya pendapatan petani Rp 26 juta perhektar kini mencapai Rp.38 juta perhektar.

Strategi distribusi yang dilakukan oleh UD. Gapoktan Al-Barokah untuk memasarkan beras organiknya, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung, jadi UD. Gapoktan Al-Barokah melayani penjualan langsung kepada konsumen dan juga bekerja sama dengan melibatkan beberapa peran perantara untuk mendistribusikan beras organik tersebut hingga sampai ketangan konsumen, dan kerja sama tersebut tidak hanya satu atau dua kali saja melainkan secara berkelanjutan. Konsumen beras ini tidak hanya dari Kabupaten Bondowoso saja, melainkan sudah mencapai luar daerah Bondowoso seperti Probolinggo, Surabaya, Jakarta,

Kalimantan dan daerah lainnya. Bukan hanya di Indonesia saja, beras organik penjualannya sudah menembus pasar Internasional seperti Jepang, Belgia. Dalam pemasarannya, beras organik dikenal oleh masyarakat luas melalui informasi online ataupun pameran yang diikuti oleh UD. Gapoktan Al Barokah.

Oleh karena itu, beras organik memiliki kualitas harga yang dinilai cukup tinggi dari harga beras seperti pada umumnya. Jenis dari beras organik tidak hanya berjenis beras putih saja, ada yang berjenis beras merah dan hitam. Biasanya beras organik jenis merah lebih diminati karena memiliki kadar karbohidrat yang rendah sehingga bisa digunakan dalam proses penurunan berat badan, diabetes, dan untuk meningkatkan kesehatan lainnya. Beras organik banyak diminati karena tidak mengandung bahan kimia sedikitpun. Berdasarkan beberapa uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pola Distribusi Beras Organik Di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso” sebagai tugas akhir perkuliahan.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Maka dalam penelitian apapun, fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.⁴

⁴ Tim Penyusun, *Penulisan Pedoman Karya Tulis Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2018), 44.

1. Bagaimana pola distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso ?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso?
3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.⁵ Adapun tujuan penelitiannya adalah :

1. Untuk mengetahui pola distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso.
3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso.

⁵ Ibid, 45.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.⁶

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat menambah wawasan bagi pembaca terutama tentang pola distribusi. Bagi peneliti baru, penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi dan referensi untuk kemungkinan penelitian topik-topik yang berkaitan baik yang bersifat melengkapi ataupun lanjutan.

2. Manfaat Praktis

Untuk masyarakat luas, penelitian ini sangat penting agar masyarakat khususnya para pelaku ekonomi semakin tahu tentang pola distribusi, sehingga para pelaku ekonomi khususnya UD.. Gapoktan Al Barokah dapat mengatur jalannya pola distribusi dengan baik.. Selain itu, strategi yang mereka lakukan dapat menjadi contoh untuk Gapoktan di

Desa Lainnya.

E. Definisi Istilah

1. Pola distribusi

Pola distribusi merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang

⁶ Ibid., 45

besar dan pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk, atau jasa dipasarkan.⁷

2. Beras Organik

Beras Organik adalah beras yang dihasilkan melalui proses budidaya organik tanpa menggunakan pupuk dan pestisida kimia. Sedangkan proses organik adalah budidaya di tanah yang ramah lingkungan, tidak menggunakan pupuk dan pestisida kimia. Proses ini akan menjaga kelestarian lingkungan dan keseimbangan ekosistem di dalamnya.⁸

F. Sistematika Pembahasan

BAB I pendahuluan, yang berisi latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, metode penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II kajian pustaka, yang berisi tentang ringkasan kajian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan pada saat ini serta memuat tentang kajian teori.

BAB III metode penelitian, yang berisi tentang metode yang digunakan peneliti yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, keabsahan data dan yang terakhir tahapan-tahapan penelitian.

BAB IV hasil penelitian, yang berisi tentang inti atau hasil penelitian, objek penelitian, penyajian data, analisis data dan pembahasan temuan.

⁷ Basu Sawatha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty, 1999), 285.

⁸ <https://www.upacaya.com/mengenal-beras-organik-keunggulan-dan-manfaatnya/>, di unduh pada tanggal 27 Februari 2020

BAB V kesimpulan dan saran, yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan saran dari peneliti.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Studi pustaka perlu dikaji terlebih dahulu untuk menguasai teori yang relevan dengan topik atau masalah penelitian dan rencana model analisis yang dipakai. Sehubungan dengan penelitian ini, ada beberapa peneliti yang terdahulu pernah melakukan penelitian serupa, diantaranya yaitu:

1. Septy Adelia “ *Analisis Strategi saluran distribusi pada PT. Rajawali Nusindo Cabang medan*” (2019), Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Fokus penelitian ini adalah *pertama*; bagaimana strategi saluran distribusi yang dilakukan pada PT. Rajawali Nusindo? *kedua*; bagaimana efektivitas saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan pada PT. Rajawali Nusindo?. Metode penelitian ini adalah penelitian kualitatif adalah seluruh bidang atau aspek kehidupan manusia, yakni manusia dan segala sesuatu yang dipengaruhi manusia. Objek itu diungkapkan kondisinya bagaimana adanya atau dalam keadaan sewajarnya, mungkin berkenaan dengan aspek/bidang kehidupannya disebut ekonomi kebudayaan, hukum, administrasi, agama, dan sebagainya.

Hasil penelitian ini adalah Strategi saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Rajawali Nusindo adalah strategi distribusi intensif, PT. Rajawali Nusindo menjual dan menyalurkan barangnya ke berbagai outlet-outlet di sembarang daerah khususnya di cabang Medan untuk mendekati pengecer dalam menyalurkan produknya. Jenis saluran distribusi yang dipakai oleh

PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan adalah saluran distribusi tidak langsung, PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan adalah sebagai agen distributor dalam menyalurkan produknya ke berbagai *reseller* (rumah sakit, dinas kesehatan, apotik, toko obat, dan lain-lain) dan dapat di jual kembali ke konsumen akhir.⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang pola distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus penelitiannya tentang bagaimana efektivitas saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan pada PT. Rajawali Nusindo, sedangkan yang dilakukan oleh peneliti tentang faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.

2. Yulia Mili Rizki ” *Analisi Pola Distribusi Spasial Industri Kecil Dan Rumah Tangga (IKRT) Di Kecamatan Godean Kabupaten Sleman Berbantuan Sistem Informasi Geografis (SIG)* (2017), Universitas Negeri Yogyakarta

Fokus penelitian ini adalah *pertama*; bagaimana karakteristik industri kecil dan rumah tangga?, *kedua*; bagaimana pola distribusi spasial industri kecil dan rumah tangga?, dan bagaimana pemetaan distribusi kelompok industri kecil dan rumah tangga unggulan?

⁹ Septy Adelia, “Analisis Strategi Saluran Distribusi Pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif untuk mengidentifikasi karakteristik industri kecil dan rumah tangga, menentukan pola distribusi spasial industri kecil dan rumah tangga dan mengetahui pemetaan distribusi kelompok industri kecil dan rumah tangga unggulan. Hasil penelitian ini adalah pola distribusi spasial industri kecil dan rumah tangga di Kecamatan Godean dikategorikan ke dalam pola mengelompok. Hal ini dibuktikan dari nilai “p” (p-value) dalam significant level 0,01 yang ditunjukkan dengan angka 0,000000 dan nilai z-score dalam Critical Value kurang dari -2,58 ditunjukkan dengan angka -6,314355.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang pola distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini membahas tentang mengidentifikasi karakteristik industri kecil dan rumah tangga, kemudian metode penelitian yang digunakan berbeda, jika pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.

3. Purwanti, “*Analisis Pola Distribusi Ikan Tengiri Batang (Scromberomorus Commerson) Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Sungailiat*” (2017), Universitas Terbuka Jakarta.

Fokus penelitian ini adalah *pertama*; bagaimana pola distribusi komoditas ikan tenggiri mulai dari nelayan hingga konsumen akhir di PPN

¹⁰ Yulia Mili Rizki, “Analisis Pola Distribusi Spasial Industri Kecil dan Rumah Tangga (IKRT) Di Kecamatan Godean Kabupaten Sleman Berbantuan Sistem Informasi Geografis (SIG)”, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial 2017).

Sungailita? *Kedua*; bagaimana tingkat efisiensi dari distribusi komoditas ikan tenggiri di PPN Sungailiat? *Ketiga*; bagaimana strategi dan langkah-langkah yang dapat diterapkan untuk optimalisasi distribusi komoditas ikan tenggiri di PPN Sungailita?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey untuk melihat gejala-gejala yang ada dan mengumpulkan data mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan variabel penelitian. Hasil penelitian ini adalah distribusi pemasaran ikan dari nelayan seluruhnya ke pengumpul ikan tidak terdapat penjualan langsung dari nelayan ke konsumen.¹¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama membahas mengenai pola distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini membahas bagaimana tingkat efisiensi dari distribusi komoditas ikan tenggiri di PPN Sungailiat sedangkan penelitian yang dilakukan juga membahas tentang faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan metode penelitian yang digunakan.

4. Mutemainna karim dan Reskiati “*Analisi Pola Distribusi Dan Margin Pemasaran Komoditas Ikan Teri (Stolephorus sp) Olahan Di Kabupaten Barru*” (2016), STITEK Balik Diwa Makassar

Fokus penelitian ini adalah bagaimana pola distribusi ikan teri asin kering mulai dari produsen sampai ke konsumen akhir?. Serta bagaimana

¹¹ Purwanti, “Analisis Pola Distribusi Ikan Tenggiri Batang (*Scromberomorus Commerson*) Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN) Sungailiat” (Tesis, Universitas Terbuka Jakarta: Program Pascasarjana, 2017).

nilai dan persentase margin yang diterima setiap pelaku pemasaran dalam rantai distribusi komoditas ikan teri asin kering?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode studi kasus. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat dan hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Hasil penelitian ini adalah pola distribusi ikan teri kering dengan metode tanpa perebusan memiliki 3 saluran, yang pertama dari pengolah langsung ke konsumen, kedua dari pengolah ke pengumpul dan selanjutnya ke konsumen, dan ketiga dari pengolah ke pengumpul lalu ke pengecer selanjutnya ke konsumen. Sedangkan pola distribusi ikan kering dengan metode perebusan hanya memiliki 1 saluran yaitu dari pengolah ke pengumpul, selanjutnya ke pengecer dan akhirnya ke konsumen.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang pola distribusi dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaan penelitian dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini hanya membahas tentang pola distribusi, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti juga membahas tentang faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.

¹² Mutemainnah Karim dan Reskiati, "Analisis Pola Distribusi dan Margin Pemasaran Komoditas Ikan Teri Olahan di Kabupaten Barru", (Jurnal Balik Diwa STITEK Balik Diwa Makassar 2016), Vol 7 No 2.

5. Mita Apriliati “ *Pengaruh Faktor-Faktor Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Besi Beton Pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana Di Natar, Lampung Selatan*” (2016), Universitas Lampung.

Fokus penelitian ini adalah *pertama*; apakah pertimbangan pasar berpengaruh terhadap penjualan pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan? *kedua*; apakah pertimbangan pasar berpengaruh terhadap penjualan pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan? *ketiga*; apakah pertimbangan perantara berpengaruh terhadap penjualan pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan? *keempat*; apakah pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan perantara secara bersama-sama berpengaruh terhadap penjualan pada CV.Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah Pertimbangan Pasar, Pertimbangan Produk, Pertimbangan Perantara secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Produk Besi Beton Pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan. Sehingga H_0 tidak didukung dan H_a didukung.¹³

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang saluran distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah metode yang digunakan, jika pada penelitian ini menggunakan metode penelitian

¹³ Mita Aprilianti, “Pengaruh Faktor-Faktor Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Besi Beton Pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana Di Natar Lampung Selatan”, (Skripsi, Universitas Lampung: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 2016).

kuantitatif, sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.

6. Denny Johanson “*Analisis Efisiensi Pola Distribusi Hasil Penangkapan Ikan Nelayan Kecamatan Kahayan Kuala Kabupaten Pulang Pisang*” (2016), Universitas Palangka Raya

Fokus penelitian ini adalah bagaimanakah pola distribusi hasil perikanan laut yang efisien di Kecamatan Kahayan Kuala Kabupaten Pulang Pisang.?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini adalah pola distribusi pemasaran perikanan laut hasil tangkapan nelayan Kecamatan Kahayan Kuala, dapat disimpulkan sebagai berikut : nelayan sesungguhnya mempunyai berbagai alternatif untuk memilih jalur distribusi pemasaran yang menguntungkan atas dasar tingkatan pasar dan harga yang lebih tinggi yang ditawarkan pengumpul. Kenyataannya dari jumlah 674 nelayan, 100,00 % menjual hasil tangkapannya dilaut kepada pengumpul I. ¹⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah objek kajiannya membahas tentang pola distribusi dan metode penelitian yang digunakan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini hanya membahas pola distribusi, sedangkan pada penelitian yang dilakukan membahas tentang faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.

¹⁴ Denny Johanson, “Analisis Efisiensi Pola Distribusi Hasil Penangkapan ikan nelayan kecamatan Kahayan kuala kabupaten pulang pisang”,(Jurnal sains manajemen ISSN:2302-1411Universitas Palangka Raya 2016) Vol V.

7. Khusni Nurafiah,” *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Coca Cola Amatil Kantor Penjualan Kebumen*” (2016) Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Fokus penelitian ini adalah yang *pertama*; bagaimana penerapan saluran distribusi PT. Coca Cola Amatil Kantor Cabang Kebumen serta kendala – kendala apa yang dihadapi apa yang dihadapi dalam pelaksanaannya?, *Kedua*, apakah saluran distribusi yang terdiri dari *Retailer, Wholesaler, dan Sales patner* berpengaruh terhadap volume penjualan PT. Coca Cola Amatil Kantor Cabang Kebumen? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, dengan mendeskripsikan dan menganalisa hal yang berhubungan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini adalah dalam menyalurkan produknya ke konsumen akhir PT. CCA KP Kebumen menggunakan 3 jenis saluran. Sedangkan, kendala yang dihadapi PT. CCA KP. Kebumen diantaranya: kendala keterlambatan pembayaran dari perantara, stok barang yang kosong atau mengalami keterlambatan dari pusat, dan kerusakan armada pengiriman. Strategi distribusi dengan cara menambah saluran distribusi pada saluran distribusi *retailer* dan *wholesaler* yang diterapkan oleh PT. CCA KP.Kebumen pada tahun 2015 tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan. Artinya jika terus menerus menambah jumlah salurn distribusi volume penjualan akan menurun. Strategi distribusi

menambah saluran distribusi pada saluran distribusi *sales partner* bernilai positif.¹⁵

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang diteliti oleh peneliti adalah sama-sama membahas tentang saluran distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus kajiannya adalah Apakah saluran distribusi yang terdiri dari *retailer, wholesaler, dan sales partner* berpengaruh terhadap volume penjualan. Sedangkan yang dilakukan oleh peneliti adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.

8. Intan Muning Harjanti dkk, “*Pola Distribusi Komoditas Pertanian Unggulan Di Desa Mlatiharjo Kecamatan Gajah Kabupaten Demak*” (2015), Universitas Diponegoro Semarang.

Fokus penelitian ini adalah bagaimana pola distribusi komoditas pertanian unggulan di Desa Mlatiharjo Kecamatan Gajah Kabupaten Demak?. Metode Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu berdasarkan pada *guidance* teori. Teknik Pengambilan Sampling yang digunakan adalah *stratified random sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan secara bersetara dengan penentuan jumlah sampel pada setiap strata/tingkatan dengan tujuan untuk mengetahui pola distribusi komoditas pertanian unggulan.

¹⁵ Khusni Nurafiah,” Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Coca Cola Amatil Kantor Penjualan Kebumen” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2016).

Hasil penelitian ini adalah *pertama*; komoditas pertanian yang dihasilkan di Desa Mlatiharjo, tanaman pangan berupa padi merupakan sektor basis yang mendominasi hasil produksi pertanian di Desa Mlatiharjo. Berbagai varietas unggulan yang merupakan hasil persilangan antara berbagai varietas padi yang ada memberikan nilai tambah karena beras yang dihasilkan mempunyai kualitas yang lebih baik dan tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Hal ini pada akhirnya mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh petani melalui penjualan hasil produksi pertaniannya. *Kedua*; Pola distribusi hasil pertanian unggulan di Mlatiharjo untuk beberapa hasil produksi khususnya buah-buahan melayani kebutuhan lokal, dan sebagian dipasarkan ke daerah di sekitar Demak, seperti Semarang, Kudus, dan Jepara. Sedangkan hasil pertanian tanaman pangan berupa beras dengan kualitas unggulan mempunyai pasar hingga ke Jakarta dan Kalimantan.¹⁶

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama membahas mengenai pola distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode penelitiannya, jika pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.

¹⁶ Intan Muning Harjanti dkk, "Pola Distribusi Komoditas Pertanian Unggulan Di Desa Mlatiharjo Kecamatan Gajah Kabupaten Demak", (Jurnal CoUSD, Universitas Dipongoro Semarang 2015).

9. Wiwid Widiyanti dan Hertanto Wahyu Subagio, “ *Ketersediaan dan pola distribusi garam beryodium di Kabupaten Jepara*” (2015), (ISSN : 1858-8942) Vol. 3, No. 2,

Fokus penelitian ini adalah bagaimana pola distribusi garam beryodium di Kabupaten Jepara?. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam dan telaah dokumen.

Hasil penelitian ini adalah mendapatkan beberapa bentuk saluran pemasaran atau pola distribusi garam yaitu dari petani garam ke produsen garam beryodium dan pola distribusi garam beryodium dari produsen ke konsumen. Pola distribusi garam dari petani garam ke produsen garam beryodium dapat melalui 2 bentuk yaitu melalui *supplier* garam atau tanpa *supplier* garam. Pola distribusi garam dari produsen ke konsumen menggunakan saluran tingkat satu, dua, dan tiga. Produsen garam beryodium dari Demak dan Pati menggunakan saluran tingkat satu dan dua, sedangkan produsen garam beryodium skala nasional menggunakan saluran tingkat dua dan tiga. Apabila distribusi melalui beberapa tingkatan saluran dan keberadaan pedagang/pengecer tidak di pasar besar, maka garam beryodium tidak dapat terpantau melalui operasi garam oleh tim penanggulangan GAKI. Hal ini sering digunakan oleh para produsen garam beryodium di Demak dan Pati untuk langsung menyalurkan produknya ke

pedagang atau pengecer yang ada di tengah-tengah masyarakat (pedagang/pengecer bukan di pasar besar).¹⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama membahas mengenai pola distribusi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus kajiannya hanya membahas pola distribusi, sedangkan fokus kajian yang akan dilakukan oleh peneliti juga membahas faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.

10. Amalia Rahmah “*Saluran Distribusi Pada PT. Astra Internasional Tbk. Honda Cabang Yogyakarta*” (2015), Universitas Negeri Yogyakarta.

Fokus penelitian ini adalah Bagaimana saluran distribusi yang diterapkan PT. Astra International Tbk. Honda cabang Yogyakarta?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan pemecahan masalah dengan berdasarkan uraian yang tidak berupa angka.

Hasil penelitian ini adalah strategi distribusi yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. Honda cabang Yogyakarta yaitu saluran distribusi tingkat nol dan tingkat satu dimana perusahaan memiliki pertimbangan pertimbangan dalam penerapan saluran distribusi tersebut. Penggunaan saluran distribusi tingkat nol adalah upaya perusahaan melayani konsumen yang ingin datang ke *shoroom* untuk mendapatkan pelayanan yang lebih dan

¹⁷ Wiwid Widiyanti dan Hertanto Wahyu Subagio, “ Ketersediaan dan pola distribusi garam beryodium di Kabupaten Jepara” , (ISSN : 1858-8942) Vol. 3, No. 2, (2015).

pilihan tipe unit lebih banyak dalam satu tempat yang luas dan nyaman. Penggunaan saluran tingkat satu digunakan untuk menjangkau pasar di daerah-daerah yang selama ini belum terjangkau.¹⁸

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang saluran distribusi dan metode penelitiannya menggunakan kualitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus kajiannya hanya membahas tentang saluran distribusi, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti juga membahas tentang faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan juga faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Septy Adelia "Analisis Strategi Saluran distribusi Pada PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan" (2019)	Hasil penelitian ini adalah Strategi saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Rajawali Nusindo adalah strategi distribusi intensif, PT. Rajawali Nusindo menjual dan menyalurkan barangnya ke berbagai outlet-outlet di sembarang daerah khususnya di cabang Medan untuk mendekati	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti adalah sama-sama membahas saluran distribusi	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus penelitiannya tentang bagaimana efektivitas saluran distribusi dalam meningkatkan hasil

¹⁸ Amalia Rahmah, "Saluran Distribusi Pada PT. Astra International TBK. Honda Cabang Yogyakarta", (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta: Fakultas Ekonomi 2015).

		<p>pengecer dalam menyalurkan produknya. Jenis saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Rajawali Nusindo Cabang Medan adalah saluran distribusi tidak langsung.</p>		<p>penjualan pada PT. Rajawali Nusindo, sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti tentang faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.</p>
2.	<p>Yulia Mili Rizki ” <i>Analisi Pola Distribusi Spasial Industri Kecil Dan Rumah Tangga (IKRT) Di Kecamatan Godean Kabupaten Sleman Berbantuan Sistem Informasi Geografis (SIG)</i> (2017)</p>	<p>Pola distribusi spasial industri kecil dan rumah tangga di Kecamatan Godean dikategorikan ke dalam pola mengelompok. Hal ini dibuktikan dari nilai “p” (p-value) dalam significant level 0,01 yang ditunjukkan dengan angka 0,000000 dan nilai z-score dalam Critical Value kurang dari -2,58 ditunjukkan dengan angka -6,314355.</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama membahas mengenai pola distribusi.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini membahas tentang mengidentifikasi karakteristik industri kecil dan rumah tangga, kemudian metode penelitian yang digunakan berbeda, jika pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>
3.	<p>Purwanti, “<i>Analisis Pola Distribusi</i></p>	<p>distribusi pemasaran ikan dari nelayan seluruhnya</p>	<p>Persamaan penelitian ini</p>	<p>Perbedaan penelitian ini</p>

	<i>Ikan Tengiri Batang (Scromberomorus Commerson) Di Pelabuhan Perikanan Nusantara (PPN Sungailiat” (2017)</i>	ke pengumpul ikan tidak terdapat penjualan langsung dari nelayan ke konsumen.	dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama membahas mengenai pola distribusi.	dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini membahas bagaimana tingkat efisiensi dari distribusi komoditas ikan tenggiri di PPN Sungailiat dan metode peneliitan yang digunakan.
4.	Mutemainna karim dan Reskiati “ <i>Analisi Pola Distrbusi Dan Margin Pemasaran Komoditas Ikan Teri (stolephorus sp) Olahan Di Kabupaten Barru” (2016)</i>	Pola distribusi ikan teri kering dengan metode tanpa perebusan memiliki 3 saluran, yang pertama dari pengolah langsung ke konsumen, kedua dari pengolah ke pengumpul dan selanjutnya ke konsumen, dan ketiga dari pengolah ke pengumpul lalu ke pengecer selanjutnya ke konsumen. . Sedangkan pola distribusi ikan kering dengan metode perebusan hanya memiliki 1 saluran yaitu dari pengolah ke pengumpul, selanjutnya ke pengecer dan akhirnya ke konsumen.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang pola distribusi dan metode penelitiannya sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaan penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini hanya membahas tentang pola distribusi, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti juga membahas tentang faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.
5.	Mita Aprihati “ <i>Pengaruh Faktor-</i>	Pertimbangan Pasar, Pertimbangan Produk,	Persamaan penelitian ini dengan penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian

	<i>Faktor Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Besi Beton Pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana Di Natar, Lampung Selatan” (2016)</i>	Pertimbangan Perantara secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Penjualan Produk Besi Beton Pada CV Cinta Sukses Jaya Perdana di Natar Lampung Selatan. Sehingga Ho tidak didukung dan Ha didukung	yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya sama-sama membahas tentang saluran distribusi.	yang akan dilakukan adalah metode yang digunakan, jika pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.
6.	Denny Johanson “ <i>Analisis Efisiensi Pola Distribusi Hasil Penangkapan ikan nelayan kecamatan Kahayan Kuala kabupaten pulang pisang</i> ” (2016)	pola distribusi pemasaran perikanan laut hasil tangkapan nelayan Kecamatan Kahayan Kuala, dapat disimpulkan sebagai berikut : Nelayan sesungguhnya mempunyai berbagai alternatif untuk memilih jalur distribusi pemasaran yang menguntungkan atas dasar tingkatan pasar dan harga yang lebih tinggi yang ditawarkan pengumpul. Kenyataannya dari jumlah 674 nelayan, 100,00 % menjual hasil tangkapannya dilaut kepada pengumpul I.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek kajiannya membahas tentang pola distribusi dan metode penelitian yang digunakan.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini hanya membahas pola distribusi, sedangkan pada penelitian yang dilakukan membahas tentang faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi.
7.	Khusni Nurafiah, “ <i>Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume</i> ”	Hasil penelitian ini adalah dalam menyalurkan produknya ke konsumen akhir PT.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti oleh peneliti	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan

	<p><i>Penjualan Pada PT. Coca Cola Amatil Kantor Penjualan Kebumen. (2016)</i></p>	<p>CCA KP Kebumen menggunakan 3 jenis saluran. Sedangkan, kendala yang dihadapi PT. CCA KP. Kebumen diantaranya: kendala keterlambatan pembayaran dari perantara, Stok barang yang kosong atau mengalami keterlambatan dari pusat, dan kerusakan armada pengiriman. Strategi distribusi dengan cara menambah saluran distribusi pada saluran distribusi retailer dan Wholesaler yang diterapkan oleh PT. CCA KP. Kebumen pada tahun 2015 tidak berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan. Artinya jika terus menerus menambah jumlah saluran distribusi volume penjualan akan menurun. Strategi distribusi menambah saluran distribusi pada saluran distribusi Sales Patner bernilai positif.</p>	<p>adalah sama – sama membahas tentang Saluran Distribusi.</p>	<p>dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus kajiannya adalah Apakah saluran distribusi yang terdiri dari <i>Retailer, Wholesaler, dan Sales patner</i> berpengaruh terhadap volume penjualan. Sedangkan yang akan dilakukan oleh peneliti adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.</p>
8.	<p>Intan Muning Harjanti dkk, “<i>Pola Distribusi Komoditas Pertanian Unggulan Di Desa Mlatiharjo</i>”</p>	<p>Hasil penelitian ini adalah <i>pertama</i>; komoditas pertanian yang dihasilkan di Desa Mlatiharjo, tanaman pangan berupa padi merupakan sektor basis yang mendominasi hasil</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah metode penelitiannya, jika</p>

	<i>Kecamatan Gajah Kabupaten Demak” (2015)</i>	produksi pertanian di Desa Mlatiharjo. Berbagai varietas unggulan yang merupakan hasil persilangan antara berbagai varietas padi yang ada, memberikan nilai tambah karena beras yang dihasilkan mempunyai kualitas yang lebih baik dan tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Hal ini pada akhirnya mempengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh petani melalui penjualan hasil produksi pertaniannya. <i>Kedua</i> ; Pola distribusi hasil pertanian unggulan di Mlatiharjo untuk beberapa hasil produksi khususnya buah-buahan melayani kebutuhan lokal, dan sebagian dipasarkan ke daerah di sekitar Demak, seperti Semarang, Kudus, dan Jepara. Sedangkan hasil pertanian tanaman pangan berupa beras dengan kualitas unggulan mempunyai pasar hingga ke Jakarta dan Kalimantan.	membahas mengenai pola distribusi.	pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif.
9.	Wiwid Widiyanti dan Hertanto Wahyu Subagio, <i>“Ketersediaan dan Pola distribusi garam beryodium di Kabupaten</i>	Hasil penelitian ini adalah mendapatkan beberapa bentuk saluran pemasaran atau pola distribusi garam yaitu dari petani garam ke produsen garam beryodium dan pola	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya sama-sama membahas	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah fokus kajiannya, jika pada penelitian ini fokus

	<i>Jepara</i> , (ISSN : 1858-8942) Vol. 3 No. 2. 2015	distribusi garam beryodium dari produsen ke konsumen. Pola distribusi garam dari petani garam ke produsen garam beryodium dapat melalui 2 bentuk yaitu melalui supplier garam atau tanpa supplier garam. Pola distribusi garam dari produsen ke konsumen menggunakan saluran tingkat satu, dua, dan tiga. Produsen garam beryodium dari Demak dan Pati menggunakan saluran tingkat satu dan dua, sedangkan produsen garam beryodium skala nasional menggunakan saluran tingkat dua dan tiga.	mengenai pola distribusi.	kajiannya hanya membahas pola distribusi, sedangkan fokus kajian yang akan dilakukan oleh peneliti juga membahas faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.
10.	Amalia Rahmah “ <i>Saluran Distribusi pada PT. Astra Internasional Tbk. Honda Cabang Yogyakarta</i> ”(2015)	Hasil penelitian ini adalah strategi distribusi yang dilakukan oleh PT. Astra International Tbk. Honda cabang Yogyakarta yaitu saluran distribusi tingkat nol dan tingkat satu dimana perusahaan memiliki pertimbangan pertimbangan dalam penerapan saluran distribusi tersebut.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah Objek kajiannya membahas tentang pola distribusi dan metode penelitiannya.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah objek yang diteliti.

B. Kajian Teori

1. Pola Saluran Distribusi

a. Pengertian Distribusi

Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian produk dan jasa dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat) yang diperlukan.¹⁹ Definisi lainnya tentang distribusi, yaitu distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengusaha atau produsen untuk menyalurkan, menyebarkan, mengirimkan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya kepada konsumen. Oleh karena itu maka diperlukan adanya penyalur.

Penyalur yang diperlukan tersebut ada yang merupakan milik perusahaan yang memasarkan barang itu sendiri, akan tetapi banyak penyalur yang bukan milik perusahaan. Dalam hal penyalur itu bukan milik perusahaan berarti dia merupakan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang pendistribusian suatu barang. Perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi itu dapat berbentuk beberapa macam antara lain :

- 1) Agen
- 2) Penyalur
- 3) Distributor
- 4) Pedagang besar
- 5) Pengecer

¹⁹ Teguh Budiarto, *Dasar Pemasaran*, 100.

6) Perwakilan Dagang di Luar Negeri.²⁰

Proses Distribusi merupakan aktivitas pemasaran yang mampu:

1) .Menciptakan nilai tambah melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan/utilitas bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan.

2) Memperlancar arus saluran pemasaran secara fisik dan non fisik.²¹
Distribusi yang efektif akan meperlancar arus atau akses barang oleh konsumen sehingga dapat diperoleh kemudahan memperolehnya. Di samping itu konsumen juga akan dapat memperoleh barang sesuai dengan yang diperlukannya.²²

b. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang terkait dalam semua kegiatan yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemeliknya dari produsen ke konsumen. Pengertian ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan lembaga atau perantara untuk dapat menyalurkan produknya kepada konsumen akhir.²³

David A. Revzan mengatakan bahwa “ *saluran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai atau konsumen*”.

Definisi lain tentang saluran distribusi ini dikemukakan oleh The American Marketing Asociation, yang menekankan tentang bahwa

²⁰ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta:BPFE, 1994)253-254.

²¹ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, 111.

²² Teguh Budiarto, *Dasar Pemasaran* , 100.

²³Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : pendekatan praktis* (Yogyakarta:Graha Ilmu,2008),123.

banyaknya lembaga yang ada dalam aliran/ arus barang. Asosiasi tersebut menyatakan bahwa “ *saluran merupakan struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk, atau jasa dipasarkan* “.

Selanjutnya, definisi yang dipakai adalah definisi yang bersifat paling luas, dikemukakan oleh C. Glenn Walters sebagai berikut “*saluran adalah sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang mengkombinasikan antara pemindahan fisik dan anama dari suatu produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu* “.

Dari beberapa definisi di atas ada beberapa unsur penting yang dapat diketahui yaitu:

1. Saluran merupakan sekelompok lembaga yang ada di antara berbagai lembaga yang mengadakan kerja sama untuk mencapai suatu tujuan.
2. Saluran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan, yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikannya. Penggolongan produk menunjukkan jumlah dari berbagai keperluan produk yang dapat memberikan kepuasan kepada pasar.
3. Saluran melaksanakan dua kegiatan penting untuk mencapai tujuan yaitu mengadakan penggolongan produk dan mendistribusikannya.²⁴

Saluran distribusi melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Mereka mencoba mengatasi kesenjangan waktu,

²⁴ Basu Sawatha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 285-286.

tempat, dan pemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya. Anggota saluran pemasaran melaksanakan sejumlah fungsi utama:

1. Informasi adalah pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan, pesaing, serta pelaku, dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran.
2. Promosi adalah pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif yang dirancang untuk menarik pelanggan pada penawaran tersebut.
3. Negosiasi adalah usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain agar transfer kepemilikan dapat dilakukan.
4. Pemesanan adalah komunikasi dari para anggota saluran pemasaran ke produsen mengenai minat untuk membeli.
5. Pembiayaan adalah perolehan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada berbagai tingkat saluran pemasaran.
6. Pengambilan resiko adalah penanggungan resiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran.
7. Pemilikan fisik adalah kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir.
8. Pembayaran adalah pembeli membayar tagihannya ke penjual lewat bank dan institusi keuangan lainnya.²⁵

²⁵ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, 114-115.

9. Hak milik adalah transfer kepemilikan sebenarnya dari suatu organisasi orang ke organisasi atau orang lain.

1. Tipe Saluran Distribusi

- a) Saluran konvensional adalah suatu kelompok organisasi yang independen yang dihubungkan secara vertikal, di mana setiap organisasi berusaha untuk menata organisasinya sendiri dengan sedikit perhatian terhadap kinerja keseluruhan saluran.
- b) Saluran sistem pemasaran vertikal. Adalah jaringan yang dikelola secara profesional dan terpusat, yang dimaksudkan untuk mencapai penghematan dalam operasi dan hasil pasar secara maksimal.²⁶

2. Sistem saluran distribusi

Secara umum sistem distribusi dapat dibedakan menjadi dua jenis

yaitu:

a. Sistem saluran langsung

Saluran distribusi langsung tidak menggunakan perantara yang independen. Produsen langsung menjual kepada konsumen. Sistem distribusi langsung pada umumnya digunakan pada sistem *Direct Order* (pelanggan dapat memesan langsung kepada penjual), *Direct Selling* (penjual mendatangi atau mendatangi pembeli) maupun *Direct Relationship* (bentuk pemasaran yang mendasarkan pada respon individual pelanggan).

²⁶ Ibid, 115.

b. Sistem saluran tidak langsung

Saluran distribusi tidak langsung menggunakan satu atau berbagai perantara untuk sampai ke konsumen. Dapat berbentuk : sistem pendistribusian konvensional maupun sistem pendistribusian vertikal.²⁷

3. Jenis Saluran Distribusi

a) Distribusi Intensif

Merupakan cara distribusi dimana barang yang dipasarkan itu diusahakan agar dapat menyebar seluas mungkin sehingga dapat secara intensif menjangkau semua lokasi dimana calon konsumen itu berada. Dalam hal barang konsumsi maka lokasi konsumen tentu saja menyebar disegenap penjuru, baik di kota di desa di gunung di pantai dan di mana saja akan ada calon pembelinya. Oleh karena itu maka dalam distribusi intensif ini harus di pergunakan banyak sekali penyalur baik yang besar ataupun yang kecil sehingga dapat menyebarkan barang-barang tersebut sedemikian rupa sehingga menjangkau secara intensif konsumennya yang menyebar itu.

b) Distribusi Selektif

Merupakan cara distribusi dimana barang-barang hanya disalurkan oleh beberapa penyalur saja yang terpilih atau selektif. Jadi dalam hal ini jumlah penyalur sangat terbatas. Adapun untuk membatasi jumlah penyalur tersebut biasanya diadakan seleksi oleh

²⁷ Teguh Budiarto , *Dasar pemasaran*, 103.

perusahaan yang memasarkan barang itu. Oleh sebab itulah bentuk ini disebut sebagai distribusi selektif.

c) Distribusi Eksklusif

Distribusi eksklusif merupakan bentuk penyaluran yang hanya menggunakan penyalur yang sangat terbatas jumlahnya, bahkan pada umumnya hanya ada satu penyalur untuk daerah tertentu.²⁸

4. Bentuk Saluran Distribusi

Saluran nol-tingkat terdiri dari suatu perusahaan manufaktur yang menjual langsung kepada pelanggan akhir. *Saluran satu-tingkat* berisi satu penjual seperti pengecer. *Saluran dua-tingkat* berisi dua perantara. Dalam pasar barang konsumsi, mereka umumnya adalah pedagang besar dan pengecer. *Saluran tiga-tingkat* berisi tiga perantara, misalnya dalam industri pengemasan daging, pedagang besar menjual ke pemborong yang menjualnya ke beberapa pengecer kecil.

Selain itu ada beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi bentuk saluran, yaitu:

- a) Pertimbangan pengguna akhir.
- b) Karakteristik produk.
- c) Kemampuan dan sumber daya pabrikan.
- d) Fungsi-fungsi yang diisyaratkan.
- e) Ketersediaan dan keterampilan para perantara.²⁹

²⁸ Ibid, 103.

²⁹ Lingga Purnama, *Strategic Marketing Plan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 147-149.

5. Perantara Dalam Saluran Distribusi

a) Perantara pedagang

Pada dasarnya, *perantara pedagang* ini bertanggung jawab terhadap pemilikan semua barang yang akan dipasarkannya. Adapun lembaga-lembaga yang termasuk dalam golongan perantara pedagang adalah:

1) Pedagang besar

Istilah pedagang besar ini hanya digunakan pada perantara pedagang yang terikat dengan kegiatan pedagang besar dan biasanya tidak melayani penjualan eceran kepada konsumen.

Pedagang besar adalah sebuah unit usaha yang membeli dan menjual kembali barang-barang kepada pengecer dan pedagang lain atau kepada pemakai industri, pemakai lembaga, dan pemakai komersial yang tidak menjual dalam volume yang sama kepada konsumen akhir.

2) Pengecer

Adalah sebuah lembaga yang melakukan kegiatan usaha menjual barang kepada konsumen akhir untuk kepentingan pribadi atau non bisnis.³⁰

b) Perantara agen

Agen adalah lembaga yang melaksanakan perdagangan dengan menyediakan jasa-jasa atau fungsi khusus yang berhubungan

³⁰ Teguh Budiarto, *Dasar Pemasaran*, 112.

dengan penjualan atau distribusi barang, tetapi mereka tidak mempunyai hak untuk memiliki barang yang diperdagangkan.³¹ Agen meliputi:

Agen perusahaan merupakan penyalur barang perusahaan yang independen untuk beberapa jenis produk yang tidak saling bersaing. Agen perusahaan boleh dikatakan sebagai pelanggan karena membawa pesanan pelanggan untuk disampaikan kepada beberapa produsen. Meskipun tidak mempunyai kepemilikan atas suatu barang yang dipasarkan, agen perusahaan melakukan kegiatan penyimpanan dan pengiriman barang dagangannya kepada pembeli.

Agen penjualan melakukan kegiatan yang biasanya dilakukan produsen seperti menetapkan harga jual, promosi, penyimpanan, transportasi, maupun kegiatan-kegiatan lain untuk mengatasi ketatnya persaingan. Agen penjualan mempunyai tingkat pengendalian barang yang tidak terbatas untuk seluruh hasil Satu perusahaan yang diwakili. Untuk melakukan kegiatan tersebut agen penjualan memerlukan modal yang tidak sedikit.³²

6. Alternatif Saluran Distribusi

Banyak sekali cara yang dapat digunakan untuk mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli. Sebuah perusahaan lain mendistribusikan barangnya secara langsung pada konsumen meskipun jumlahnya cukup besar, sedangkan perusahaan lain

³¹ Basu Sawatha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran modern*, 291

³² Teguh Budiarto, *Dasar Pemasaran*, 112.

mendistribusikan produknya lewat perantara. dari cara-cara distribusi yang ada, tidak satu pun dapat memuaskan perusahaan. Dalam hal ini banyak perusahaan yang menggunakan beberapa kombinasi saluran distribusi untuk mencapai segmen pasar yang berbeda. Alternatif saluran distribusi ini berdasarkan jenis barang dan segmentasi pasarnya yaitu:

a) Saluran Distribusi Barang Konsumsi

Dalam penyaluran barang konsumsi yang ditunjukkan untuk pasar konsumen, terdapat lima macam saluran, adapun macam-macam Saluran distribusi barang konsumsi adalah:

1) Produsen – Konsumen

Bentuk saluran yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen. Oleh karena itu saluran ini disebut sebagai saluran distribusi langsung.³³

2) Produsen – Pengecer – Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama, saluran ini disebut juga sebagai saluran distribusi langsung. Disini pengecer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer

³³ Basu Sawatha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 295-297.

sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif yang terakhir ini tidak umum dipakai.

3) Produsen – Pedagang Besar – pengecer – Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi *tradisional*.

Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja dan tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.

4) Produsen – Agen – pengecer – Konsumen

Produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualnya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

5) Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlihat dalam distribusi ini terutama agen penjualan.³⁴

³⁴ Ibid, 297.

b) Saluran distribusi Barang Industri

Ada empat macam saluran distribusi yang dapat digunakan untuk pemakai industri. Keempat macam saluran distribusi tersebut adalah:

1) Produsen – Pemakai Industri

Disebut juga sebagai saluran distribusi langsung. Biasanya saluran distribusi langsung ini dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan kepada pemakai industri relatif cukup besar.

2) Produsen – Distributor Industri – Pemakai Industri

Produsen barang-barang jenis perlengkapan operasi dan accesory equipment kecil dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya.

3) Produsen – Agen – Pemakai Industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang atau ingin memasuki daerah pemasaran baru, lebih suka menggunakan agen.³⁵

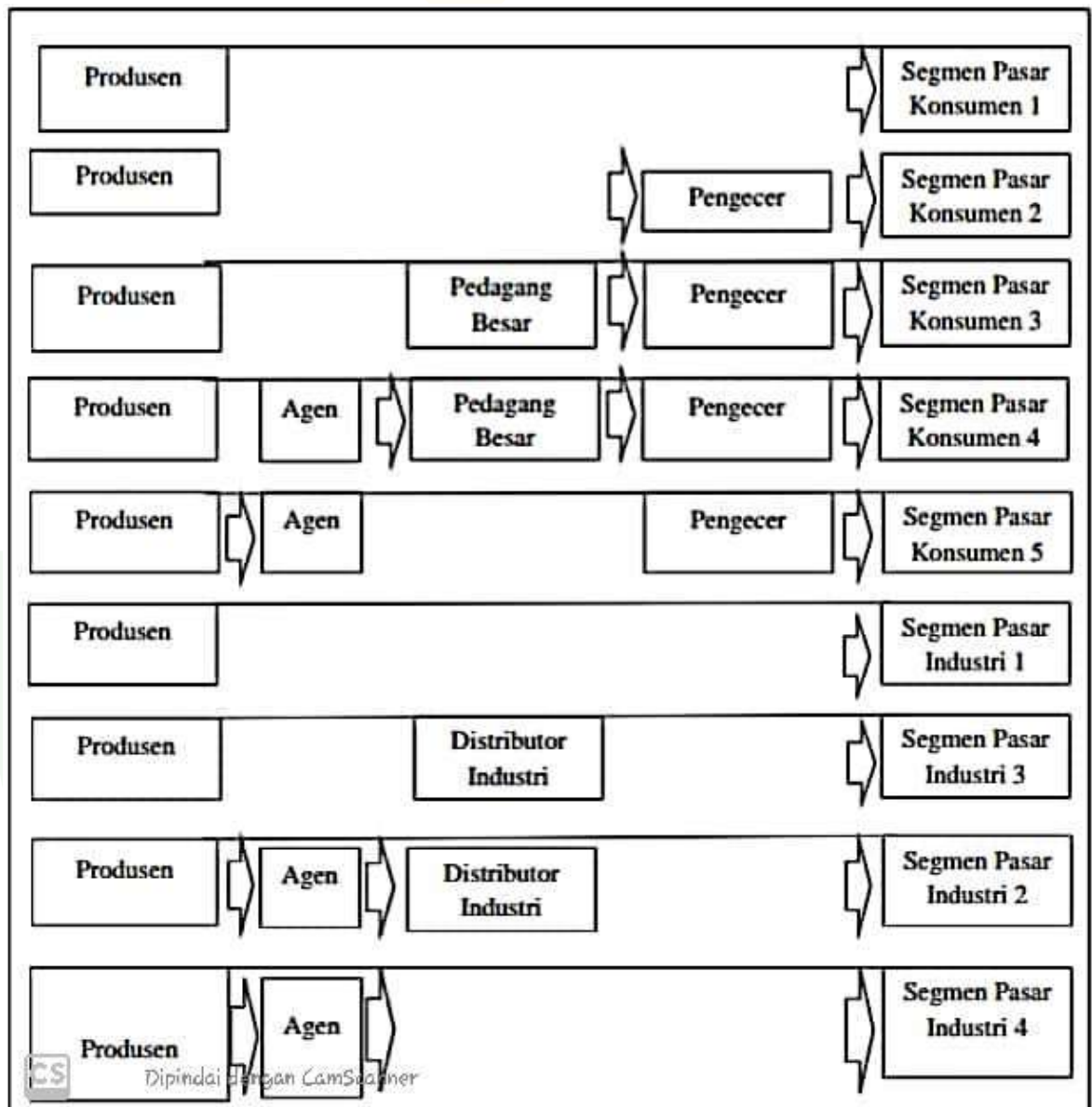
4) Produsen – agen – Distributor Industri – Pemakai Industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya terlalu kecil untuk dijual secara langsung. Selain itu, faktor

³⁵ Ibid, 297.

penyimpanan pada saluran perlu dipertimbangkan pula. Dalam hal ini agen penunjang seperti agen penyimpanan sangat penting peranannya.³⁶

Gambar 2.1
Beberapa Alternatif Saluran Distribusi



(Sumber: Manajemen pemasaran Drs. Basu Swastha 1999)

³⁶ Ibid, 298.

c. Faktor – faktor yang Mempengaruhi pemilihan Saluran Distribusi

1. Pertimbangan pasar

Saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar ini merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran. Beberapa faktor yang harus dipenuhi adalah:

a) Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

b) Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relatif kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.³⁷

c) Konsentrasi pasar secara geografis

Secara geografis pasar dapat dibagi kedalam beberapa konsentrasi seperti industri tekstil, industri kertas, dan sebagainya.

Untuk daerah konsentrasi yang mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi maka perusahaan dapat menggunakan distributo industri.

³⁷ Ibid, 299.

d) Jumlah pesanan

Volume penjualan dari sebuah perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap saluran yang dipakainya. Jika volume yang dibeli oleh pemakai industri tidak begitu besar.

e) Kebiasaan dalam pembelian

Kebiasaan membeli dari konsumen akhir dan pemakai industri sangat berpengaruh terhadap kebijaksanaan dalam penyaluran.

2. Pertimbangan barang

a) Nilai unit

Jika nilai unit dari barang yang akan dijual relatif rendah maka produsen cenderung untuk menggunakan saluran distribusi yang panjang. Begitu sebaliknya, jika nilai unit relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.

b) Besar dan berat barang

Manajemen harus mempertimbangkan ongkos angkut dalam hubungannya dengan nilai barang secara keseluruhan dimana besar dan berat barang sangat menentukan. Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya sehingga terdapat beban berat bagi perusahaan, maka ongkos angkut dialihkan kepada perantara.³⁸

³⁸ Ibid, 299-300.

c) Mudah rusaknya barang

Jika barang yang dijual mudah rusak maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara jika ingin menggunakannya maka harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan yang cukup baik.

d) Sifat teknis

Beberapa jenis barang industri seperti instalasi biasanya disalurkan secara langsung kepada pemakai industri. Dalam hal ini produsen harus mempunyai penjual yang dapat menerangkan berbagai masalah teknis penggunaan dan pemeliharaannya.

e) Barang standart dan pesanan

Jika barang yang dijual berupa standart maka dipelihara sejumlah persediaan pada penyalur.

f) Luasnya produk line

Apabila perusahaan hanya membuat satu macam produk saja, maka penggunaan pedagang besar sebagai penyalur baik.

3. Pertimbangan perusahaan

a) Sumber pembelanjaan

Penggunaan saluran distribusi langsung atau pendek biasanya memerlukan jumlah dana yang lebih besar, maka dari itu saluran distribusi pendek ini kebanyakan hanya dilakukan oleh perusahaan yang kuat bidang keuangannya.³⁹

³⁹ Ibid, 300-301.

b) Pengalaman dan kemampuan manajemen

Perusahaan yang menjual barang baru, atau ingin memasuki pasaran baru, lebih suka menggunakan perantara. Hal ini dilakukan karena perantara sudah mempunyai pengalaman.

c) Pengawasan saluran

Pengawasan saluran kadang-kadang menjadi pusat perhatian produsen karena dalam kebijaksanaan saluran distribusinya. Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bilamana saluran distribusinya pendek.

d) Pelayanan yang diberikan oleh penjual

Jika produsen mau memberikan pelayanan yang lebih baik seperti membangun etalase, mencari pembeli untuk perantara, maka akan banyak perantara yang menjadi penyalurnya.

4. Pertimbangan perantara

a) Pelayanan yang diberikan oleh perantara

Jika perantara mau memberikan pelayanan yang lebih baik, maka produsen akan bersedia menggunakannya sebagai penyalur.⁴⁰

b) Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan sebagai penyalur apabila ia dapat membawa barang produsen dalam persaingan, dan selalu mempunyai inisiatif untuk memberikan usul tentang barang baru.

⁴⁰ Ibid, 301-302.

c) Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen

Jika perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen, misalnya turunnya harga, maka produsen dapat memilihnya sebagai penyalur.

d) Volume penjualan

Produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan barangnya dalam volume yang besar untuk jangka waktu lama.

e) Ongkos

Jika ongkos dalam penyaluran barang dapat lebih ringan dengan digunakannya perantara, maka hal tersebut dapat dilaksanakan terus.⁴¹

Para perantara harus dipelihara oleh para produsen, karena keberadaan mereka sangat membantu kelancaran pemasaran. Relationship marketing antara produsen dengan penyalur harus diciptakan, sehingga kegiatan bisnis mereka saling menguntungkan.⁴²

Pola distribusi harus selalu disesuaikan dengan perkembangan pola dinamika gaya hidup masyarakat. Jika hal tersebut dapat dilakukan dengan baik, maka proses distribusi dapat

⁴¹ Ibid, 302 .

⁴² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 50 .

berjalan dengan baik dan akan mendukung upaya untuk menghasilkan nilai penjualan yang memuaskan.⁴³

d. Pengendalian Saluran Distribusi

Pengendalian saluran distribusi dapat menjadi suatu masalah yang sulit bagi perusahaan yang mengandalkan fungsi perdagangan besar dan eceran pada penyalur tertentu saja (penyalur independen). Penyalur independen tersebut melaksanakan kegiatan bisnisnya untuk kepentingan sendiri, artinya, mereka hanya tertarik untuk menjual barang yang dapat meningkatkan laba mereka. Produsen yang menjual melalui penyalur independen tersebut harus dapat merancang produk dan program pemasaran yang menarik. Adapun untuk membuat agar penyalur independen dapat lebih terikat pada produsen, maka produsen harus mengambil beberapa kebijakan seperti:

1. Produsen harus menyatakan bahwa tugasnya tidak berakhir pada saat produk terjual, tetapi masih perlu memberikan pelayanan sesudah penjualan kepada pembeli akhir. Oleh karena itu program tersebut harus dikoordinasikan dengan para penyalur sehingga komunikasi dengan pembeli akhir dan informasi dapat diperoleh secara cepat dan tepat.
2. Produsen harus menyatakan bahwa masalah yang dihadapi penyalur merupakan masalah bagi produsen dan tidak dapat diabaikan jika ingin mempertahankan posisi pasarnya.

⁴³ Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012), 38.

3. Produsen harus memberi ganti kepada penyalur atas garansi dan servis lain yang diberikanannya kepada para pembeli.
4. Produsen harus dapat memberikan semangat kepada penyalur dengan memberi sejumlah insentif.⁴⁴

5. Distribusi Dalam Islam

Distribusi merupakan salah satu aktifitas perekonomian manusia di samping produksi dan konsumsi. Dorongan al-Qur'an pada sektor distribusi telah dijelaskan secara eksplisit. Ajaran Islam menuntun kepada manusia untuk menyebarkan hartanya agar kekayaan tidak menumpuk pada segolongan kecil masyarakat. Dalam pandangan Islam, pendistribusian harta yang tidak adil dan merata akan membuat yang kaya bertambah kaya dan yang miskin semakin miskin.

Sebagai salah satu aktifitas perekonomian, distribusi menjadi bidang kajian terpenting dalam perekonomian. Distribusi menjadi posisi penting dari teori mikro dan makro Islam sebab pembahasan dalam bidang distribusi ini tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi belaka tetapi juga aspek sosial dan politik sehingga menjadi perhatian bagi aliran pemikir ekonomi Islam dan konvensional sampai saat ini.⁴⁵

Adapun landasan-landasan distribusi dalam islam antara lain:

a. Tauhid

Merupakan dimensi vertikal yang menunjukkan bahwa petunjuk (hidayah) yang benar berasal dari Allah SWT. Hal ini dapat

⁴⁴ Basu Sawatha Dh dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 307.

⁴⁵ Heri Sudarsono. *Konsep Ekonomi Islam, Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 216

menjadi pendorong bagi integrasi sosial, karena semua manusia dipandang sama dihadapan Allah SWT. Manusia juga merdeka karena tidak seorangpun berhak memperbudak sesamanya. Kepercayaan ini diyakini seluruh umat Islam, sehingga dapat mendorong manusia dengan sukarela melakukan tindakan sosial yang bermanfaat.

b. Keseimbangan

Menuntut terwujudnya keseimbangan masyarakat, yaitu adanya kesejajaran atau keseimbangan yang merangkum sebagian besar ajaran etik islam, diantaranya adalah pemerataan kekayaan dan pendapatan, keharusan membantu orang yang miskin dan membutuhkan, keharusan membuat penyesuaian dalam spektrum hubungan distribusi, produksi dan konsumsi, dan sebagainya. Prinsip ini menghendaki jalan lurus dengan menciptakan tatanan sosial yang menghindari perilaku ekstrimitas.⁴⁶

c. Kebebasan

Kebebasan yang dibingkai dengan tauhid, artinya manusia bebas tidak sebebaskan-bebasnya tetapi terikat dengan batasan-batasan yang diberikan Allah. Kebebasan manusia untuk menentukan sikap baik dan jahat bersumber dari posisi manusia sebagai wakil (Khalifah) Allah di bumi dan posisinya sebagai makhluk yang dianugerahi kehendak bebas. Namun demikian agar dapat terarah

⁴⁶ Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997). 201

dan bermanfaat untuk tujuan sosial dalam kebebasan yang dianugerahkan Allah tersebut, ditanamkan melalui aksioma.

Berkenaan dengan teori distribusi dalam sistem ekonomi pasar (kapitalis) dilakukan dengan cara memberikan kebebasan memiliki dan kebebasan berusaha bagi semua individu masyarakat, sehingga setiap individu masyarakat bebas memperoleh kekayaan sejumlah yang ia mampu dan sesuai dengan faktor produksi yang dimilikinya dengan tidak memperhatikan apakah pendistribusian tersebut adil dan merata dirasakan oleh sesama individu masyarakat atau hanya dirasakan segelintir orang saja. Teori yang diterapkan sistem ekonomi pasar (kapitalis) ini termasuk dzalim dalam pandangan ekonomi islam sebab teori ini berimplikasi pada penumpukkan harta kekayaan pada sebagian kecil pihak saja.

Hal ini berbeda dengan sistem ekonomi islam yang sangat melindungi kepentingan setiap warganya, baik yang kaya maupun yang miskin dengan memberikan tanggung jawab moral terhadap sikaya untuk memperhatikan si miskin. Sistem ekonomi Islam menghendaki bahwa dalam hal pendistribusian harus didasarkan pada dua sendi, yaitu kebebasan dan keadilan.⁴⁷

Fungsi distribusi dalam aktivitas ekonomi pada hakikatnya mempertemukan kepentingan konsumen dan produsen-produsen dengan tujuan kemaslahatan umat. Ketika konsumen dan produsen

⁴⁷ Ibid, 202.

memiliki motif utama memenuhi kebutuhan, distribusi sepatutnya melayani kepentingan ini dan memperlancar segala usaha ke arah motif tujuan ini. Adapun bentuk-bentuk distribusi yang dilarang oleh islam adalah:

a. Penimbunan

Di dalam islam melarang penimbunan atau hal-hal yang menghambat pendistribusian barang sampai ke konsumen. menimbun adalah membeli barang dalam jumlah banyak kemudian menyimpannya dengan maksud untuk menjualnya dengan harga tinggi. Penimbunan dilarang dalam islam hal ini dikarenakan supaya harta tidak hanya beredar di kalangan orang-orang tertentu.

b. Monopoli

Sebagai penentu harga (*price-maker*), seorang monopolis dapat menaikkan atau mengurangi harga dengan cara menentukan jumlah barang yang akan diproduksi. Semakin sedikit barang yang diproduksi, semakin mahal harga barang tersebut, begitu pula sebaliknya. Walaupun demikian, penjual juga memiliki suatu keterbatasan dalam penetapan harga.⁴⁸

⁴⁸ Dewi Hardiyanti Pratiwi, "Distribusi Dalam Islam " <http://ukmsciemics.blogspot.com/2012/11/ditribusi-dalam-islam.html>, Diunduh pada tanggal 1 mei 2018

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan adalah metode atau cara mengadakan penelitian.⁴⁹

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola distribusi yang dilakukan di Gapoktan Al Barokah, faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi dan penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso.

Pendekatan kualitatif digunakan peneliti untuk mengetahui secara langsung pola distribusi, dan faktor pendukung serta penghambat distribusi beras organik, kemudian peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dengan menggambarkan dan mendeskripsikannya. Jenis penelitian ini adalah menggunakan penelitian studi lapangan. Hal ini dipilih karena penelitian ini dilakukan dengan cara meneliti langsung dilapangan untuk mendapatkan data yang akurat.

B. Lokasi penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti bertempat di Desa Lombok Kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso. Alasan memilih lokasi tersebut karena di UD. Gapoktan Al Barokah Adalah satu-satunya perusahaan beras organik yang ada di Bondowoso yang memproduksi dan mendistribusikan beras

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 25.

organik. UD. Gapoktan Al Barokah memilih beras organik untuk dikembangkan karena di daerah tersebut memiliki potensi tanah yang baik dan juga air yang digunakan untuk irigasi sawah, langsung berasal dari sumber mata air yang belum tercemar bahan kimia seperti deterjen, sabun mandi dan lain sebagainya

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian sebagai sumber informasi dalam penelitian, peneliti menggunakan teknik *purposive* atau penentuan informan ditentukan sendiri oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tertentu misalnya orang tersebut dianggap paling mengetahui tentang permasalahan yang akan diteliti.⁵⁰

Adapun informan yang akan dipilih sebagai berikut:

1. Ketua Gapoktan Al Barokah : Bapak Mulyono
2. Bidang Pemasaran : Bapak Faris
3. Pekerja Bagian Produksi : Novendi, Jojon
4. Konsumen : Karyo, Mustofa
5. Pedagang : Emil, Marita, Hendra

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam proses pengumpulan data seperti wawancara dan observasi yang masing-masing proses tersebut mempunyai peranan penting dalam upaya mendapatkan informasi yang akurat.

⁵⁰Ibid, 16.

Adapun pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁵¹ Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen.

Adapun dalam observasi data yang diperoleh adalah data yang berakaitan dengan objek penelitian yang dilakukan di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.

2. Wawancara

Wawancara yaitu salah satu teknik pengumpulan data yang lain. Pelaksanaannya dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang diwawancarai, tetapi juga dapat secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.⁵²

- a. Mengenai profil narasumber
- b. Mengenai sejarah Gapoktan Al Barokah
- c. Mengenai pola distribusi beras organik UD. Gapoktan Al Barokah
- d. Mengenai faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik UD. Gapoktan Al-Barokah

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 145.

⁵² Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 51.

- e. Mengenai faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik
UD. Gapoktan Al-Barokah

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau data yang berupa catatan, buku, surat kabar, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.⁵³ Adapun hal yang didapat yaitu:

1. Jumlah penjualan beras organik pada tahun 2019
2. Daftar harga beras organik

E. Analisis Data

Adapun untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu gejala/suatu masyarakat tertentu. Dalam penelitian deskriptif harus bisa diperkecil dan tingkat keyakinan harus maksimal.⁵⁴ Adapun aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Analisis data tersebut dilakukan setelah proses pengumpulan data.

1. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses analisis data setelah peneliti memasuki lapangan. Semakin lama di lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi.⁵⁵ Setelah memperoleh data secara keseluruhan maka

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Ke Praktek*, 274.

⁵⁴ Sukandarrumidi, *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2012), 104.

⁵⁵ Ibid, 336.

peneliti segera melakukan pemilihan data dari catatan tertulis yang diperoleh dari lapangan.

2. Analisis Data

analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola memilih mana yang penting dan akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵⁶

3. Kesimpulan

Setelah peneliti melakukan penyajian dan analisis data, maka langkah selanjutnya adalah melakukan kesimpulan dari data-data yang sudah disajikan.

F. Keabsahan Data

Setelah data terkumpul dan sebelum peneliti menulis laporan hasil penelitian, maka peneliti mengecek kembali data-data yang diperoleh dengan mengkroscek data yang telah didapat dari hasil observasi dan wawancara, dengan data yang didapat dari peneliti dapat diuji keabsahannya dan dapat dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber.⁵⁷

⁵⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 244.

⁵⁷ Triangulasi sumber adalah suatu proses penelitian yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber. (Lihat di: Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), 178).

G. Tahapan Penelitian

Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari permasalahan dan mencari referensi terkait. Peneliti mengambil permasalahan distribusi beras organik di Gapoktan Al Barokah dengan judul, “Pola Distribusi Beras Organik di Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. wonosari Kab. Bondowoso”.

1. Tahap pra lapangan meliputi:

1. Menentukan lokasi penelitian
2. Menyusun rancangan penelitian
3. Mengurus perizinan
4. Menyiapkan perlengkapan penelitian

2. Pelaksanaan

Peneliti memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan pendistribusian bagi hasil.

3. Membuat Laporan Penelitian

Setelah peneliti mendapatkan data, dan data tersebut sudah dianalisis, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat laporan penelitian. Membuat laporan penelitian merupakan langkah terakhir dari serentetan kegiatan penulisan.⁵⁸ Laporan penelitian tersebut kemudian diserahkan kepada dosen pembimbing untuk dikoreksi dan direvisi jika ada kesalahan dan kekurangan.

⁵⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 357.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah UD. Gapoktan Al Barokah yang bertempat di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah UD. Gapoktan Al Barokah Bondowoso

UD. Gapoktan Al Barokah merupakan kumpulan dari berbagai petani yang telah terbentuk kelompok tani organik yang lahannya berada di Desa Lombok Kulon dan bergabung menjadi satu organisasi yang dibina oleh pemerintah Kabupaten Bondowoso dengan tujuan yang sama yaitu untuk mengembangkan dan melestarikan Pertanian Organik guna menjaga lingkungan ekosistem. Pertanian Organik di Bondowoso.

UD. Gapoktan Al Barokah bergerak di bidang pertanian organik dengan komoditi padi. Gabah yang diproduksi oleh petani kemudian dijual ke Rice Milling Unit (RMU) untuk diproses menjadi beras dan dipasarkan tingkat Nasional dan Internasional. UD. Gapoktan Al Barokah menghasilkan beras-beras organik dengan aroma dan rasa yang khas serta memiliki khasiat-khasiat tersendiri. Adapun produk UD. Gapoktan Al-Barokah yaitu Beras Aromatik, Beras Merah, Beras Coklat, dan beras Hitam. Selain itu Gapoktan juga berinovasi dalam hal produk, yaitu

Sereal Beras Aromatik, Sereal Beras Merah, Sereal Beras Hitam. Semua produk sereal tersebut bisa dikonsumsi oleh semua usia.

UD. Gapoktan Al-Barokah berdiri tahun 2008 dan saat ini tahun 2018 Gapoktan sudah memiliki luas lahan Organik 150 Ha dengan produksi rata-rata 6,5 Ton/Ha. Selain itu, 2018 Gapoktan Al-Barokah sudah memiliki sertifikat Internasional. Gapoktan juga mempunyai unit-unit diantaranya Unit POP (Pupuk Organik Padat) dan Unit PPAH (Pusat pengembangan Agens Hayati). (1) Unit POP adalah unit yang menyediakan dan memenuhi kebutuhan pupuk organik padat dilahan untuk semua petani yang bergabung di Gapoktan AL-Barokah. (2) unit PPAH adalah unit yang menyediakan dan memenuhi kebutuhan dalam mencegah dan menanggulangi Organisme Pengganggu Tanaman (OPT). PPAH terdiri dari beberapa macam diantaranya Pupuk Organik Cair (POC), Agens Hayati, dan Pestisida Nabati.⁵⁹

Hasil wawancara dengan Bapak Mulyono selaku Ketua Gapoktan Al Barokah Bondowoso:

“Pada awalnya Gapoktan Al Barokah dibentuk berdasarkan atas kemauan petani disini, jadi petani disini itu ingin membentuk perkumpulan dari beberapa petani lain, sebelum terbentuknya Gapoktan ini memang sudah terbentuk beberapa kelompok tani yaitu sepuluh kelompok tani. Kemudian kelompok-kelompok tani tersebut membentuk Gapoktan dan di beri nama menjadi Gapoktan Al Barokah yang berada di desa Lombok Kulon ini, jadi setelah nama itu terbentuk pada tahun 2008, sehingga tahun itulah yang dijadikan sebagai berdirinya Gapoktan Al Barokah. Terbentuknya Gapoktan ini juga atas dukungan dari Bupati Bondowoso yaitu Bapak Amin yang menggagas Bondowoso pertanian organik yaitu Botanik sehingga menjadi nama beras organik dan Gapoktan Al-

⁵⁹ Gapoktan Al-Barokah

Barokah ini dibina oleh Pemkab Bondowoso yaitu oleh Dinas pertanian, sebelumnya ada beberapa pertanian organik yang ada di Bondowoso tetapi yang bertahan sampai saat ini hanya disini, Gapoktan ini mendapatkan gabah dari petani yang tergabung dalam beberapa kelompok tani, dari sepuluh kelompok tani hanya 6 kelompok tani yang menerapkan pertanian organik yang berada di bawah Gapoktan, sampai sekarang lahan pertanian organik didesa Lombok kulon ini sudah mencapai 150 hektar, jadi dari petani itu menjual gabahnya ke Rice milling Unit Gapoktan Al-Barokah untuk di proses menjadi beras dan di pasarkannya kepada konsumen dengan kemasan diberi nama Beras Botanik Lombok Kulon alasan kami memberi nama tersebut karena Botanik itu singkatan dari Bondowoso pertanian organik dan kenapa kita mencantumkan Lombok kulon karena kota juga ingin memperkenalkan desa ini kepada masyarakat umum. Produkberas organik yang kita produksi ada beberapa macam seperti Beras putih aromatik dan non aromatik, Beras hitam, merah dan coklat.”⁶⁰

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa asal mulanya UD. Gapoktan Al-Barokah terbentuk atas keinginan petani di desa Lombok kulon , petani di desa tersebut ingin membentuk perkumpulan dengan petani lainnya sebelum terbentuknya UD. Gapoktan Al-Barokah sudah ada sepuluh kelompok tani sehingga kelompok tani tersebut membentuk dan memberi nama UD. Gapoktan Al-Barokah pada tahun 2008. Terbentuknya Gapoktan Al-Barokah atas gagasan dari Bupati Bondowoso pada saat itu yaitu Bapak Amin, beliauah juga sebagai penggagas Bondowoso pertanian organik yaitu Botanik dan menjadi nama beras organik tersebut kemudian UD. Gapoktan Al-Barokah di bawah binaan dari Dinas Pertanian Bondowoso, pertanian organik yang ada di Bondowoso sebelumnya banyak akan tetapi yang bertahan sampai sekarang yaitu UD. Gapoktan Al-Barokah.

⁶⁰Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

UD. Gapoktan Al-Barokah memperoleh gabah dari para petani yang tergabung dari beberapa kelompok tani yang ada, ada sepuluh kelompok tani tetapi yang menerapkan pertanian organik hanya enam kelompok tani saja, sampai saat ini luas lahan pertanian organik yang ada di desa lombok kulon mencapai 150 Hektar, gabah dari petani dijual kepada Rice Milling Unit Gapoktan Al-Barokah untuk di produksi menjadi beras kemudian dijual kepada konsumen dengan label Botanik Lombok Kulon dengan alasan memberi label seperti itu karena Gapoktan Al-Barokah ingin memperkenalkan Bondowoso dan juga desa Lombok Kulon. Produk beras organik yang diproduksi Gapoktan Al-Barokah ada beberapa macam di antaranya adalah beras putih aromatik dan non aromatik, beras merah, beras hitam dan juga beras coklat.

2. Lokasi/Letak Geografis UD.Gapoktan Al Barokah

UD. Gapoktan Al Barokah bergerak dibidang pertanian organik dengan komoditi padi. Padi diperoleh dari para petani yang ada di desa Lombok Kulon, pertanian tersebut tanpa menggunakan bahan kimia. Terletak di Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso. UD. Gapoktan Al Barokah adalah satu-satunya perusahaan yang memproduksi beras organik di Bondowoso.

3. Visi dan Misi UD. Gapoktan Al Barokah

a. Visi

Mewujudkan kualitas kesehatan masyarakat dan meningkatkan kesejahteraan petani organik

b. Misi

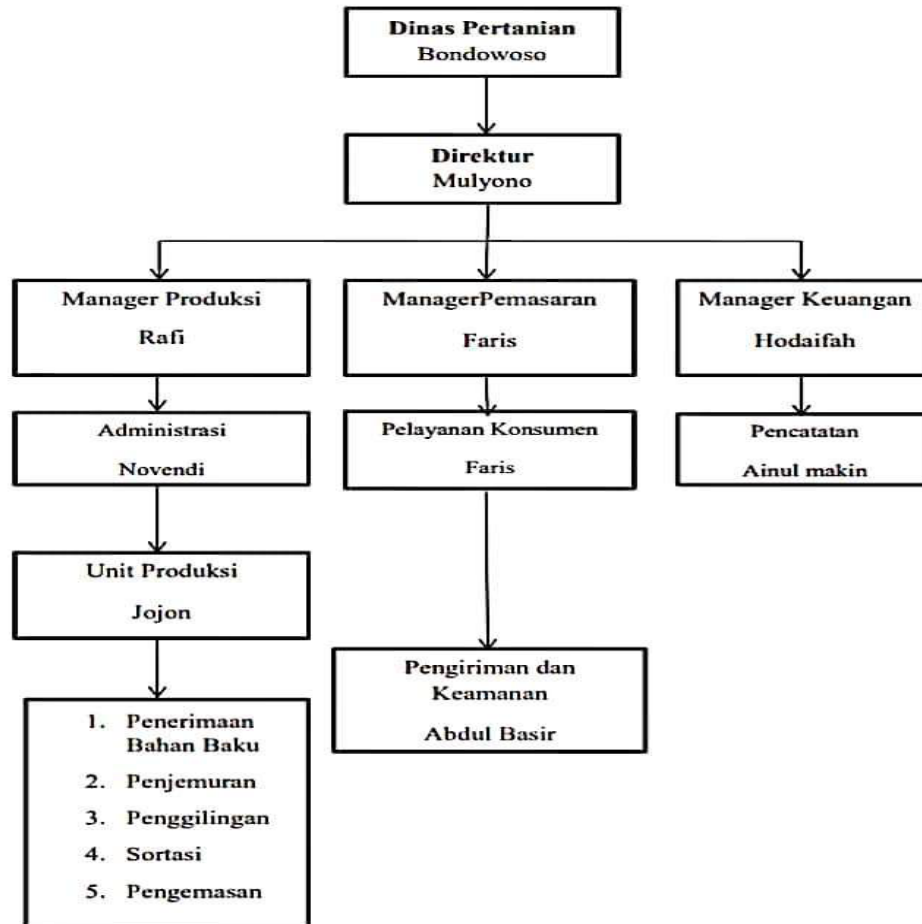
- 1) Konservasi dan pemanfaatan sumber daya alam.
- 2) Menggunakan input organik.
- 3) Memberikan kepastian harga jual

4. Struktur Organisasi UD. Gapoktan Al Barokah

Struktur organisasi merupakan sebuah susunan berbagai komponen atau unit kerja dalam sebuah organisasi. Adapun dengan adanya struktur organisasi ini kita bisa melihat pembagian kerja dan bagaimana fungsi atau kegiatan yang bisa dikoordinasikan dengan baik. Berikut ini merupakan susunan struktur organisasi pada UD. Gapoktan Al Barokah Bondowoso.

IAIN JEMBER

Gambar 4.1
Struktur Organisasi UD. Gapoktan Al Barokah Bondowoso



(Sumber: UD. Gapoktan Al-Barokah Bondowoso)

B. Penyajian Data Dan Analisis

1. Pola Distribusi Beras Organik UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosoari Kab. Bondowoso

UD. Gapoktan Al-Barokah berdiri pada tahun 2008 adalah kumpulan dari beberapa kelompok tani yang ada di desa Lombok Kulon dan juga merupakan tempat produksi beras organik, ada beberapa macam beras organik yang diproduksi yaitu Beras Aromatik dan Non Aromatik, Beras Hitam, Putih, merah, dan juga Coklat. Gapoktan Al-Barokah ini

bukan hanya memproduksi melainkan juga menjualnya, dalam penjualannya UD. Gapoktan Al Barokah terus mengembangkan pola distribusi bagaimana beras tersebut bisa sampai ke tangan konsumen.

Sesuai wawancara dengan Bapak Faris Bahwa distribusi beras organik Gapoktan Al Barokah adalah:

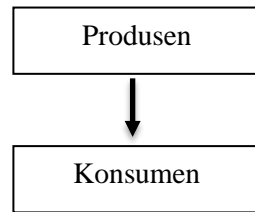
“Distribusi penjualan yang kita lakukan yaitu dengan menjual langsung kepada konsumen dan tidak langsung, jadi kami penjualannya tidak hanya kepada konsumen akhir kita juga menjualnya kepada pengecer, pedagang besar dan juga agen.”⁶¹

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi beras organik Gapoktan Al Barokah yaitu menggunakan sistem distribusi langsung dan tidak langsung, dalam pendistribusian beras organik melibatkan adanya beberapa perantara seperti pengecer, pedagang besar, dan agen.

Secara umum pola distribusi adalah suatu bentuk bagaimana proses beras organik tersebut sampai ke tangan konsumen akhir. Sedangkan pola distribusi yang digunakan oleh UD. Gapoktan Al Barokah Bondowoso ada dua, yaitu saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung merupakan penjualan yang dilakukan oleh produsen tanpa adanya perantara, sedangkan saluran distribusi tidak langsung merupakan penjualan yang dilakukan oleh produsen dengan menggunakan perantara, jadi produk dari produsen tidak langsung sampai kepada konsumen.

⁶¹ Faris, wawancara, Bondowoso 04 Februari 2020

a. Produsen – Konsumen



Pola distribusi yang digunakan oleh UD. Gapoktan Al-Barokah yaitu melakukan penjualan langsung kepada konsumen, jadi konsumen dapat membeli langsung produknya.

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Faris selaku yang menangani bidang pemasaran bahwa:

“Penjualan beras organik kami langsung kepada konsumen. Ada konsumen yang langsung membeli ke sini contoh kecilnya adalah petani. Petani tersebut adalah mitra kami sekaligus konsumen yang langsung membeli beras organik ke sini. Jadi selain kita menjual beras organik ini kepada pedagang, kita memang menjual beras organik ini kepada petani di sekitar sini agar petani tersebut juga dapat menikmati beras organik yang telah ditanamnya, konsumen yang membeli disini kebanyakan membeli dengan kemasan 1, 5, 10 dan juga 25kg. Selain itu juga ada konsumen yang membeli lewat media sosial karena kami menjual beras organik di marketplace seperti Bukalapak, Tokopedia dan lainnya dengan pengirimannya menggunakan ekspedisi dan ongkos kirimnya ditanggung oleh konsumen. Konsumen beras organik ini tidak hanya dari Bondowoso, melainkan sudah mencapai pangsa pasar nasional seperti Jakarta, Bali, Probolinggo, Surabaya hingga sampai ke Papua.”⁶²

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi yang dilakukan UD. Gapoktan Al-Barokah langsung kepada konsumen. Gapoktan Al-Barokah melayani penjualan disekitar tempat produksi, jadi petani ataupun masyarakat disekitar dapat membeli

⁶² Faris, wawancara, Bondowoso 04 Februari 2020

langsung, dengan tujuan agar petani bisa juga menikmati beras yang sudah mereka tanam. Konsumen juga bisa membelinya lewat sosial media seperti BukaLapak dan juga Tokopedia sehingga konsumen yang tempatnya jauh bisa memesannya menggunakan aplikasi dan pengirimannya menggunakan jasa ekspedisi dengan biaya kirim ditanggung oleh pembeli. Konsumen beras organik tersebut tidak hanya dari daerah Bondowoso saja melainkan sudah mencapai Nasional seperti Jakarta, Bali, Probolinggo, Surabaya hingga sampai ke Papua.

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Bapak Mulyono selaku Ketua Gapoktan Al Barokah Bondowoso bahwa:

“Penjualan beras organik ini yaitu penjualan langsung kepada konsumen, konsumen bisa langsung datang kesini. Biasanya yang beli disini ya masyarakat yang ada didaerah sini. Selain masyarakat disini kemarin ada juga yang datang untuk membeli beras organik hitam yang digunakan sebagai pengobatan. Konsumen tersebut berasal dari Surabaya dan langsung datang kesini untuk membeli beras hitam yang digunakan untuk pengobatan stroke. Alasan mereka datang kesini karena sebelumnya mereka pernah membeli di toko swalayan di daerah Surabaya dengan harga yang cukup mahal yaitu 150 ribu per satu kilonya, padahal disini hanya 32 ribu Karena penasaran, mereka melihat alamat yang ada di kemasan dan langsung datang kesini.”⁶³

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa distribusi yang dilakukan Gapoktan Al-Barokah adalah mejualnya langsung kepada konsumen, konsumen beras organik bisa dari daerah sekitar Bondowoso dan juga dari daerah lainnya yaitu luar Bondowoso.

⁶³Mulyono, *wawancara*, 26 januari 2020

Pernyataan lainnya juga disampaikan oleh Pak Karyo selaku konsumen bahwa:

“Saya membeli beras organik ini untuk di konsumsi langsung meskipun harganya agak mahal dari beras biasanya akan tetapi manfaatnya itu banyak sekali karena tidak mengandung bahan kimia, saya biasanya membeli itu kemasan 5 atau 10kg. Pembelian beras ini dalam seminggu bisa 1 sampai 2 kali.”⁶⁴

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen membeli untuk dikonsumsi langsung meskipun harganya lebih mahal dari pada beras yang biasanya, karena manfaat yang diberikan itu banyak sekali dan juga tidak mengandung bahan kimia. Biasanya konsumen tersebut membeli dengan kemasan 5 atau 10kg,

Pernyataan lainnya juga disampaikan oleh bapak Mustofa selaku konsumen bahwa:

“Saya membeli beras organik disini sudah lama, saya membeli beras ini untuk dikonsumsi tiap hari, biasanya saya membeli dengan kemasan 5kg kebetulan juga rumah saya tidak terlalu jauh dari sini ya saya langsung datang kesini.”⁶⁵

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli beras organik tersebut sudah lama untuk dikonsumsi sehari-hari, pembeliannya biasanya kemasan yang 5kg, karena rumah konsumen tersebut tidak terlalu jauh dari perusahaan jadi konsumen tersebut langsung datang ke perusahaan.

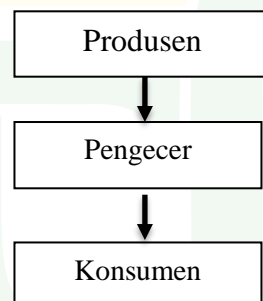
Berdasarkan hasil wawancara di atas dengan beberapa narasumber dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang

⁶⁴Karyo, *wawancara*, Bondowoso 10 Februari 2020.

⁶⁵Mustofa, *wawancara*, Bondowoso 11 Februari 2020.

dilakukan Gapoktan Al Barokah adalah secara langsung kepada konsumen akhir untuk di konsumsi langsung. Artinya konsumen bisa mendatangi Gapoktan Al Barokah Bondowoso untuk melakukan pembelian beras organik secara langsung. Konsumen beras organik yang melakukan pembelian secara langsung tidak hanya masyarakat dari daerah Bondowoso saja, melainkan juga dari daerah yang ada di luar Bondowoso. Selain itu juga konsumen bisa langsung membeli lewat media sosial seperti Bukalapak, Tokopedia dan sebagainya tanpa mendatangi langsung Gapoktan Barokah Bondowoso, setelah beras organik dipesan maka beras tersebut bisa dikirimkan melalui ekspedisi dengan biaya kirim ditanggung oleh konsumen.

b. Produsen – Pengecer – Konsumen



Selain pola distribusi dari produsen kepada konsumen akhir selanjutnya distribusi yang dilakukan perusahaan adalah menggunakan perantara, jadi produk dari produsen tersebut tidak langsung sampai kepada konsumen akhir melainkan masih ada perantara untuk sampai kepada konsumen akhir disini perantaranya adalah pedagang pengecer, pengecer tersebut langsung melakukan pembelian kepada produsen.

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak

Faris bahwa:

“Selain kita menjual beras organik langsung kepada konsumen, kita juga melakukan penjualan kepada pedagang pengecer, pedagang pengecer dari daerah jember, Bondowoso dan juga daerah lainnya. Pedagang pengecer tersebut membeli beras organik ini dengan pembelian bisa mencapai 100-500kg tiap bulannya. Dalam pembeliannya biasanya itu campur ada beras putih aromatik, non aromatik, beras merah tetapi yang paling banyak itu adalah beras putih non aromatik, Pedagang pengecer yang sudah menjadi langganan kami sudah ada yang memiliki toko dan ada juga yang masih belum mempunyai toko. Biasanya pedagang pengecer ini membeli dengan kemasan yang 1, 5, 10 maupun 25kg yang kemudian dijual kepada konsumen. Untuk pedagang pengecer yang di Bondowoso kami mempunyai outlet resmi Botanik yang berada di sebelahnya Dinas Pertanian. Kemudian kita juga mendistribusikan di daerah Bondowoso yaitu di toko-toko yang ada di pasar Pujer, pasar Wonosari dengan kemasan 5,10 atau 25kg. Biasanya kami menurunkan kualitas harga, kalo kata orang sini *cor ancorah etambein* jadi harga yang kami berikan itu lebih murah dengan harga biasanya. Konsumen yang mau membeli itu tidak kami batasi karena penjualannya kami global, siapa pun bisa membeli, baik itu membeli untuk di konsumsi langsung, ecer maupun dengan pembelian partai. Dengan distribusi penjualan kepada pedagang pengecer, jadi konsumen tidak harus datang jauh-jauh kesini. Harga yang kami berikan kepada pengecer juga tidak sama dengan pembelian yang hanya 1 sampai 5kg karena pengecer itu pembeliannya lumayan banyak bisa mencapai 500kg, jadi secara tidak langsung pengecer membantu kami dalam penjualan beras ini.”⁶⁶

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa selain penjualan beras organik tersebut langsung kepada konsumen, Gapoktan Al-Barokah juga menggunakan peran pedagang pengecer yaitu dari daerah jember, Bondowoso, dan juga daerah lainnya dengan pembelian 100 sampai 500kg, pedagang eceran tersebut ada yang memiliki toko

⁶⁶ Faris, wawancara, Bondowoso 26 Januari 2020.

kemudian ada juga yang masih belum mempunyai toko, pembeliannya itu biasanya dengan kemasan 1, 5, 10 ataupun 25kg, dengan harga yang diberikan kepada pedagang pengecer berbeda dengan harga yang membeli hanya 5 sampai 10kg kemudian dari pedagang eceran tersebut nantinya akan di jual kembali kepadakonsumen akhir.

Penjualan beras organik selain kepada toko resmi Gapoktan Al Barokah yaitu outlet Botanik, juga mendistribusikannya di Bondowoso dan sekitarnya yaitu di toko – toko yang ada di pasar Pujer, pasar Wonosari dengan kemasan 5, 10 ataupun 25kg tetapi dengan kualitas rendah yaitu di campur dengan beras hancur dengan harga yang diberikan itu lebih murah dengan yang biasanya..

Selain itu, Bapak Mulyono juga menjelaskan bahwa :

“Penjualan kita juga melalui beberapa pedagang eceran. Pedagang-pedagang eceran itu bekerja sama dengan kami sudah lumayan lama. Jadi mereka memasok beras organik dari sini ke toko mereka untuk dijualkan kepada konsumen. Alhamdulillah hingga saat ini mereka masih percaya kepada kita dan masih menjadi langganan kita.”⁶⁷

Pernyataan di atas dapat disimpulkan penjualan beras organik juga melalui pedagang kecil. Adanya pedagang eceran tersebut sangat membantu Gapoktan Al-Barokah, pedagang eceran tersebut dari daerah jember dan Bondowoso. Pedagang eceran bekerja sama dengan Gapoktan Al-Barokah sudah cukup lama. Pedagang kecil membeli beras organik dari Gapoktan Al-Barokah untuk dijual kembali kepada

⁶⁷Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

konsumen, sampai saat ini mereka percaya kepada Gapoktan dan masih menjadi langganan.

Pernyataan Bapak Faris dengan Bapak Mulyono juga didukung oleh Bapak Emil selaku pedagang pengecer beras organik daerah Jember yang menyatakan bahwa:

“Saya membeli beras organik ini dari Al Barokah Bondowoso, dengan alasan karena di sana sudah tersertifikasi Nasional. Jadi saya itu membeli untuk dikonsumsi sendiri dan dijual kepada konsumen, dan selain itu untuk dimasak buat *catering*. Biasanya saya membeli beras putih dan juga merah. Tapi saya sekarang lebih banyak memesan beras putih karena juga sebagai konsumsi sendiri. Tetapi sekarang yang lebih banyak diminati di luar adalah beras merah. Setiap pembelian itu saya selalu di atas 100kg. Kadang satu bulan itu bisa sekali atau dua kali pembelian kepada Gapoktan Al Barokah Bondowoso, untuk pengirimannya itu langsung dari pihak sana.”⁶⁸

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pengecer membeli beras organik dari Gapoktan Al-Barokah Bondowoso dengan alasan, karena sudah ada sertifikasi Nasional, pedagang tersebut membeli beras organik untuk dijual kembali kepada konsumen akhir dan juga sebagai konsumsi sendiri. Beras yang dibeli yaitu beras putih dan juga merah tetapi saat ini lebih banyak membeli beras putih. Setiap pembelian pengecer tersebut membeli di atas 100kg, Dalam satu bulan bisa satu kali atau dua kali pembelian, kemudian dari Gapoktan Al-Barokah mengirimkan pesanan kepada pengecer tersebut.

⁶⁸Emil, *wawancara*, Jember 12 Februari 2020.

Pernyataan yang sama juga dikuatkan oleh Ibu Marita selaku admin outlet botanik (pedagang pengecer) beras organik daerah Bondowoso yang menyatakan bahwa:

“Jadi beras organik ini dari Gapoktan Al Barokah Bondowoso, karena Gapoktan tersebut adalah binaan dari Dinas Pertanian. Jadi di sini adalah outlet resmi dari Gapoktan Al Barokah Bondowoso. Setiap pemesanan beras organik bisa mencapai 100kg, dan pemesanannya itu bisa sebulan, tergantung dari banyaknya pesanan dari konsumen, kalau pesanan dari konsumen itu banyak kita bisa memesan kepada Gapoktan Al Barokah itu 2 sampai 3 kali dalam sebulan. Untuk konsumen yang membeli itu kebanyakan rata-rata orang yang sudah berumur sekitar umur 50 tahun keatas. Untuk rata-rata penjualan setiap bulan bisa mencapai 1 sampai 2 kuintal. Untuk konsumen yang membeli disini itu biasanya untuk dikonsumsi langsung. Kemasan beras organik yang laris disini itu ukuran 5kg, kalau konsumen ingin mengolah kembali biasanya konsumen membeli yang kemasan 1kg karena lebih awet untuk disimpan. Kalau yang 5kg, plastik sudah terbuka itu bisa cepat berketu.”⁶⁹

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa beras organik yang dijual itu dari Gapoktan Al-Barokah desa Lombok, karena Gapoktan Al-Barokah adalah binaan dari dinas pertanian, jadi toko pengecer tersebut adalah toko resmi dari Gapoktan Al-Barokah. Setiap kali pemesanan mencapai 100kg dalam sebulan tergantung banyaknya pesanan, jika pesanan banyak bisa sampai 2 atau 3 kali. Konsumennya yaitu dari orang yang sudah tua kira-kira berumur 50 tahun ke atas dengan rata-rata penjualan 1 sampai 2 kuintal. Konsumen yang paling banyak membeli dengan kemasan 5kg karena untuk di konsumsi langsung.

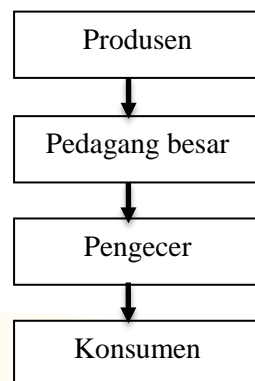
⁶⁹Marita, wawancara, Bondowoso 13 Februari 2020.

Dari beberapa narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang digunakan Gapoktan Al Barokah adalah produsen – pengecer – konsumen. Artinya Gapoktan Al Barokah juga melakukan distribusi penjualan kepada pedagang pengecer jadi, konsumen tidak harus datang ke Gapoktan Al Barokah Bondowoso untuk membeli beras organik, mereka cukup membeli kepada pedagang pengecer yang menjual beras organik Gapoktan Al Barokah Bondowoso. Pedagang pengecer ini tidak hanya berada di daerah Bondowoso saja melainkan sudah ada di luar Bondowoso. Untuk daerah Bondowoso ada outlet resmi Botanik yang menjual beras organik Gapoktan Al Barokah Bondowoso. Untuk yang di jember terdapat toko pengecer yang dimiliki oleh Bapak Emil.

Biasanya pedagang pengecer ini membeli kepada Gapoktan Al Barokah dengan kemasan 1kg,5kg,10kg bahkan 25kg. Pembelian ini dilakukan setiap satu bulan sekali tergantung dari banyaknya minat konsumen, dengan pembelian bisa mencapai 100-500kg.

IAIN JEMBER

c. Produsen – Pedagang Besar – pengecer – Konsumen



Dalam pola distribusi yang seperti ini produsen menjual produknya dalam jumlah besar kepada pedagang besar jadi dari pedagang besar ini nantinya akan mendistribusikan atau menjual lagi kepada pedagang pengecer sebelum produk sampai kepada konsumen, masih melewati beberapa pola distribusi sebagaimana yang juga dilakukan oleh Gapoktan Al Barokah.

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Faris bahwa:

“Penjualan beras organik ini juga kepada pedagang besar atau distributor besar penjualannya yaitu dengan skala besar pedagang besar disini adalah Perum Bulog, PT. Jedar Subur Lestari, PT. Aksara Kencana Putra. Untuk Perum Bulog ini tidak hanya di Bondowoso, jadi kita bekerja sama dengan Perum Bulog Dari Jakarta, Bali, Probolinggo, dan Surabaya. Kalau di Bondowoso itu pembeliannya 1 minggu 100 kg, kalau Probolinggo, Bali, Jakarta itu sudah 9 Ton ke atas dengan kemasan bisa 50,100kg, dan ada juga yang membeli dengan kemasan ecer. Sebelum kita melakukan kerjasama penjualan kepada pedagang besar, kami membuat kesepakatan bahwa setiap pemesanan harus minimal 9 Ton. Kami memang mematok pembelian minimal 9 Ton karena kita mengestimasi waktu dan biaya pengiriman, misalnya pengiriman 1 ton ke Surabaya dengan pengiriman 9 Ton ke Surabaya itu lebih murah yang 9 Ton itu dengan kemasan besar. Biasanya pedagang besar itu pembeliannya campur ada beras putih aromatik, non aromatik, merah, hitam tetapi paling banyak

yang diminati itu beras putih aromatik. Pengiriman yang kami lakukan kepada pedagang besar itu menggunakan truk. Jadi kami sewa truk untuk proses pengiriman beras organik. Biasanya pemesanan itu bisa sebulan sekali tergantung persediaan. Dengan seperti itu kita bisa menekan jumlah penjualan dan meningkatkan omset, untuk PT Jedar Subur Lestari itu kantornya di Sidoarjo. Perusahaan tersebut memang bergerak dibidang penjualan beras baik itu beras organik maupun non organik, karena perusahaan tersebut sudah mempunyai sertifikasi repacking sendiri. Jadi mereka menjualnya ke pedagang eceran dengan kemasan dan label sendiri tetapi tetap mencantumkan kode organik dari kami, maka dari itu perusahaan besar memesan beras organik dengan kemasan 100kg karena untuk dikemas sendiri. Kemudian PT. Aksara Kencana Putra dari distributor besar yang membeli partai besar ini nantinya akan menjualnya lagi ke supermarket, swalayan dan juga outlet-outlet kecil hingga nantinya sampai kepada konsumen. Jadi segmentasi pasarnya itu sudah beda karena dari distributor besar itu dijual lagi kepada pedagang eceran. Sedangkan Perum Bulog ada yang menjual langsung kepada konsumen dan juga masih menaruh di toko modern dan swalayan, karena Perum Bulog jarang yang mempunyai toko sendiri.”⁷⁰

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Gapoktan Al Barokah melakukan distribusi beras organik kepada pedagang besar seperti PT Jedar Subur Lestari, PT. Aksara Kencana Putra dan Perum Bulog. Penjualan kepada pedagang besar biasanya dengan jumlah besar sesuai kesepakatan yang dibuat oleh Gapoktan Al-Barokah dengan pedagang besar tersebut yaitu setiap kali pemesanan minimal 9 Ton. Hal ini dikarenakan untuk mengestimasi waktu dan biaya yang dikeluarkan. Karena pengiriman menggunakan truk yang bermuatan 9 Ton. Pembelian beras organik yang dilakukan oleh pedagang besar meliputi beras organik aromatik, non aromatik,

⁷⁰ Faris, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

merah dan hitam. Penjualan kepada pedagang besar tersebut bisa meningkatkan volume penjualan beras organik Gapoktan Al-Barokah.

Salah satu pedagang besar yaitu PT. Jedar Subur Lestari sudah mempunyai sertifikasi untuk mengemas beras organik dari Gapoktan Al-Barokah dengan kemasan dan label sendiri namun masih mencantumkan kode organik dari Gapoktan Al Barokah Bondowoso. Beras organik yang dibeli oleh pedagang besar akan didistribusikan dan dijual kembali kepada supermarket, swalayan maupun kepada toko-toko pengecer, sehingga konsumen dapat membeli langsung beras organik tersebut.

Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Bapak Mulyono bahwa:

“Penjualan juga kepada pedagang besar biasanya pedagang tersebut pembeliannya itu 9 Ton. Pedagang besar itu ada PT. Jedar Subur Lestari, PT Aksara Kencana Putra, Perum Bulog, biasanya pedagang besar itu hanya melayani penjualan kepada pedagang kecil atau eceran. Saya bertemu dengan pedagang besar melalui pameran yang diadakan oleh BI dan Dinas Pertanian di Surabaya, Jakarta dan ada juga di Bondowoso sendiri, saya juga sering ke luar pulau seperti Nias untuk mengikuti pameran tersebut. Pameran itu skalanya Nasional jadi banyak bertemu pengusaha dan juga pedagang besar untuk sekedar melihat atau membeli produk kami, dengan begitu distribusi kami itu Alhamdulillah bisa di kenal dan distribusinya mencapai nasional.”⁷¹

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan beras organik dijual juga kepada pedagang besar, dengan kesepakatan bahwa pembelian minimal 9 Ton. Pedagang besar tersebut

⁷¹ Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

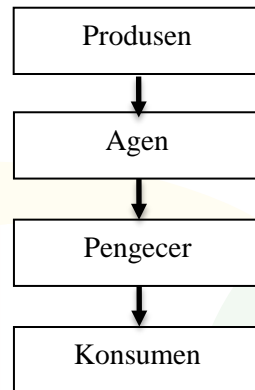
adalah PT. Jedar Subur Lestari, PT. Aksara Kencana Putra, dan Perum Bulog, setelah beras organik sampai kepada pedagang besar, mereka menjualkan kepada swalayan dan pedagang eceran untuk dijual lagi kepada konsumen. untuk di jual kembali kepada pedagang eceran.

Awal mula bertemunya Gapoktan Al Barokah dengan pedagang besar tersebut adalah di sebuah pameran yang diadakan oleh Bank Indonesia dan Dinas Pertanian. Ketua Gapoktan Al Barokah Bondowoso yaitu Bapak Mulyono sering kali menghadiri pameran hingga ke Nias dan menemukan beberapa pengusaha sehingga mereka tertarik untuk melakukan kerjasama dengan Gapoktan Al Barokah Bondowoso. sampai saat ini pedagang-pedagang besar tersebut masih menjadi pelanggan Gapoktan Al Barokah Bondowoso.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi beras organik Gapoktan Al Barokah adalah dari produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen. Perusahaan mendistribusikan beras organik juga kepada Pedagang besar seperti Perum Bulog, yang tidak hanya ada di Bondowoso saja melainkan juga di beberapa kota, kemudian PT. Jedar Subur Lestari yang berada di Sidoarjo, dan PT. Aksara Kencana Putra. Melalui pedagang-pedagang besar tersebut beras organik akan disalurkan kepada pengecer masing-masing hingga nantinya sampai kepada konsumen. Pembelian yang dilakukan oleh beberapa pedagang besar ini minimal 9 Ton dalam setiap pengiriman. Hal ini dikarenakan

untuk mengestimasi biaya ongkos kirim karena pengiriman dilakukan dengan menggunakan sewa truk.

d. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen



Pola distribusi yang seperti ini juga digunakan, jadi Gapoktan Al-Barokah, memilih agen atau memang ada agen yang bersedia untuk menawarkan atau menjual beras organik kepada pengecer.

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak

Faris bahwa:

”Penjualan juga melibatkan agen salah satu agennya itu di maesan dengan dikirim ke jember yaitu ke koperasi unej, terus ada juga di daerah Unmuh kemudian ada juga agen di perumahan Argopuro, kita mempunyai agen kecil-kecilan ya memang tiap bulannya itu 500 sampai 700 kg, jadi kami mengambil di setiap titik yang menurut kami berpotensi jadi kami melobi orang-orang. Seandainya mereka tertarik, maka akan terus kami genjot untuk memasarkan beras organik ini kepada pedagang-pedagang eceran..”⁷²

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa Gapoktan Al-Barokah mempunyai beberapa agen di mana setiap kali pemesanan bisa mencapai 500 sampai 700kg perbulannya. Salah satu agennya berada di daerah Maesan, Unmuh dan perumahan Argopuro.

⁷² Faris, wawancara, Bondowoso 26 Januari 2020.

Pernyataan Bapak Faris juga diperkuat oleh Bapak Hendra selaku salah satu agen bahwa:

“Saya mengambil beras organik ini dari Gapoktan Al-Barokah Bondowoso, setiap pembelian itu saya bisa sampai 500kg. Jadi saya menjual dan menawarkan beras organik ini kepada pedagang salah satunya ke koperasi Unej untuk dijual kembali ke konsumen, biasanya setiap pengiriman itu kadang mencapai 500kg.”⁷³

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa pengecer membeli beras organik dari Gapoktan Al-Barokah setiap pembelian bisa mencapai 500kg untuk dijual dan ditawarkan kepada pedagang pengecer.

Berdasarkan pernyataan dari beberapa narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa penyaluran distribusi beras organik Gapoktan Al Barokah adalah melalui produsen – agen – pengecer – konsumen. Gapoktan Al Barokah memilih agen untuk memasarkan beras organik kepada pengecer sehingga nantinya pengecer akan menjualkan lagi kepada konsumen. Ada beberapa agen yang sudah bekerjasama dengan Gapoktan Al Barokah diantaranya berasal dari jember yaitu Unej, Unmuh dan Perumahan Argopuro. Pembelian beras organik dari agen ini biasanya mencapai 500kg hingga 700 kg per bulannya.

Berikut adalah data penjualan beras organik pada tahun 2019, dari data tersebut menunjukkan penjualan beras organik mengalami kenaikan dan penurunan, meskipun penurunannya tidak signifikan dan cenderung stabil, disebabkan karena dalam penjualannya beras organik

⁷³ Hendra, *Wawancara*, Bondowoso 14 Februari 2020

tersebut membuat kesepakatan kepada perantara pedagang besar agar setiap transaksi pesanan harus minimal 9 Ton.

Tabel 4.1
Penjualan Beras Organik Tahun 2019

No	Bulan	Varietas Beras				Jumlah Per Bulan
		Merah	Aromatik	Non Aromatik	Hitam	
1.	Januari	5502	14380	16954	1318	38154
2.	Februari	5451	18873	17801	1025	43150
3.	Maret	5508	15149	18280	590	19527
4.	April	5345	15451	16865	1050	38711
5.	Mei	5268	16785	15531	1254	38838
6.	Juni	5395	16625	15549	605	38174
7.	Juli	5431	21540	16520	1230	44721
8.	Agustus	6214	21360	18590	802	46966
9.	September	6135	22810	16450	810	46205
10.	Oktober	5498	19235	14930	0	39663
11.	November	4205	24935	15450	1345	45935
12.	Desember	4690	17905	18986	650	42231
Total		64642	225048	201906	10679	502275

(Sumber: Gapoktan Al-Barokah Bondowoso)

2. Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi UD.

Gapoktan Al Barokah

Pola distribusi memiliki beberapa faktor, namun agar lebih jelas maka peneliti membagi faktor-faktor menjadi dua yaitu faktor internal dan juga faktor eksternal.

1. Pertimbangan barang

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Faris menyampaikan mengenai faktor pertimbangan barang bahwa:

“Pertimbangan barang di sini adalah karena beras organik ini beda dengan beras biasanya konsumen pun bisa menilai rasanya dari lidah mereka, kemudian juga dari harganya yang lebih mahal dari beras biasanya, akan tetapi beras ini tetap dicari oleh konsumen, beras ini bisa beratahan lama asalkan

tetap dalam kemasan dan tidak dimasak itu akan bertahan hingga berbulan-bulan maka dari itu kemasan yang kita gunakan juga tidak mudah rusak, jadi meskipun penjualannya tidak langsung kepada konsumen dengan menggunakan perantara itu tidak jadi masalah malah itu membantu kami dalam penjualan, dan ongkos kirim apabila pembelian oleh perantara itu diatas 250 kg ongkos kirim kita tanggung dengan catatan pembeli itu dari daerah Bondowoso, Situbondo, dan juga Jember karena daerah tersebut juga dekat dari sini jadi ongkos kirim kita yang menanggung, tapi apabila pembeli dari daerah lain ongkos kirim tetap akan ditanggung oleh pembeli.”⁷⁴

Pernyataan Bapak Faris diperkuat oleh Novendi salah satu karyawan bagian produksi bahwa:

“Beras yang di produksi ini beras organik meskipun harganya itu lebih mahal dari beras biasanya tetapi konsumen beras ini banyak. Selain dari proses tanam, pemeliharaan sampai penggilingan itu semuanya tidak mengandung bahan kimia dan rasanya pun beda dari beras biasanya.”⁷⁵

Pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor pertimbangan barang dalam memilih saluran distribusi beras organik Gapoktan Al-Barokah adalah nilai unit, besar dan berat barang, mudah rusaknya barang, beras organik meskipun mahal akan tetapi peminatnya cukup banyak karena beras organik tersebut beda dengan beras pada umumnya dari segi rasa maupun perawatannya dan juga beras organik tersebut bisa bertahan lama asalkan tetap didalam kemasan, mengenai ongkos kirim yaitu pembelian 250 kg ke atas untuk daerah Situbondo, Bondowoso, dan juga Jember ongkos kirim ditanggung Gapoktan Al-Barokah dengan alasan daerah tersebut dekat

⁷⁴ Faris, *wawancara*, Bondowoso 04 Februari 2020.

⁷⁵ Novendi, *wawancara*, Bondowoso 04 Februari 2020.

dengan perusahaan akan tetapi apabila pembeli dari luar daerah yang disebutkan ongkos kirim tetap ditanggung pembeli apabila ongkos kirim semuanya ditanggung maka perusahaan akan rugi dalam pengiriman.

2. Pertimbangan perusahaan

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Faris yang menyampaikan mengenai faktor pertimbangan perusahaan bahwa:

“Pertimbangan perusahaan memilih distribusi yaitu kita melakukan penjualan kepada perantara meskipun perantaranya di sini selain kepada pedagang pengecer dan agen juga melibatkan pedagang besar, akan tetapi kontrol yang kita lakukan itu hanya kepada pedagang pengecer dan agen saja, karena pedagang pengecer tersebut secara tidak langsung mempromosikan dan menawarkan beras organik ini, dan kontrol yang kita lakukan juga lebih mudah dilakukan kepada pedagang pengecer dari pada pedagang besar, dengan begitu kita terus berusaha mencari dan menawarkan kepada pedagang pengecer untuk menjualkan beras organik ini, kontrol kepada pedagang besar tidak dilakukan karena penjualan kepada pedagang besar kita hanya sebatas penjualan saja dan juga pedagang besar ini kan kebanyakan berbentuk perusahaan besar, jadi hanya sebatas penjualan saja, akan tetapi untuk penjualan tetap kami lakukan juga kepada pedagang besar dengan maksud penjualan kepada pedagang besar dapat meningkatkan penjualan beras ini.”⁷⁶

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi pertimbangan perusahaan adalah pengawasan saluran karena Gapoktan Al Barokah menjual beras organik tersebut kepada perantara meskipun perantaranya tidak hanya pedagang pengecer, dan agen saja akan tetapi melibatkan pedagang besar, pengawasan hanya dilakukan kepada pedagang pengecer saja karena pengawasannya lebih mudah

⁷⁶Faris, wawancara, Bondowoso 04 Februari 2020.

dilakukan dari pada ke pedagang besar karena pedagang besar tersebut adalah perusahaan besar, maka dari itu perusahaan terus mencari dan menawarkan beras organiknya kepada pedagang pengecer, tetapi penjualan kepada pedagang besar tetap dilakukan karena bisa meningkatkan penjualannya.

3. Pertimbangan pasar

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Faris menyampaikan mengenai faktor pertimbangan pasar bahwa:

“Pertimbangan pasar dalam distribusi beras organik ini adalah kan beras adalah bahan pokok yang dikonsumsi masyarakat jadi tujuan utama kita adalah untuk konsumen akhir, kemudian peminat beras organik ini juga sudah cukup banyak dan ada dimana-mana. Jadi kita mendistribusikan dan menjualnya kepada perantara, maka dari itu konsumen bisa membeli di toko atau kepada pedagang yang menjualkan beras organik dari kami, Selain itu konsumen juga bisa membelinya lewat media sosial.”⁷⁷

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa beras adalah kebutuhan pokok masyarakat oleh karena itu target penjualan adalah konsumen akhir. Konsumen beras organik tersebut sudah banyak dan menyebar dimana-mana, jadi Gapoktan Al Barokah melibatkan perantara untuk mendistribusikan beras organik, konsumen yang berada jauh dari perusahaan bisa membeli lewat pedagang ataupun sosial media..

Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Bapak Mulyono bahwa:

⁷⁷Faris, wawancara, Bondowoso 04 Februari 2020.

“Pertimbangan pasarnya adalah karena sampai sekarang ini kita sudah memiliki konsumen yang banyak. Konsumen sangat percaya dengan kami karena kami tidak langsung mengirimkan beras ketika mereka pesan, kami menggunakan sistem Pre Order (PO). Kami menggunakan sistem PO tersebut karena volume penjualan yang selalu meningkat. Akan tetapi mereka tetap percaya kepada kami meskipun pengiriman beras organik agak lama.”⁷⁸

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah atau volume penjualan membuat Gapoktan Al Barokah Bondowoso melakukan sistem PO (Per Order). Konsumen yang sudah berada di beberapa kota tersebut masih mempercayakan beras organik dari Gapoktan Al Barokah Bondowoso untuk dijual kembali atau digunakan sendiri.

Berdasarkan pernyataan dari beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi pertimbangan pasar adalah konsumen atau pasar industri dan jumlah pembeli potensial. Karena perusahaan mendistribusikan beras organik ini dengan tujuan utamanya adalah konsumen akhir kemudian juga peminatnya yang banyak dan sudah menyebar dimana-mana maka dari itu perusahaan memilih saluran distribusinya kepada pedagang pengecer ataupun kepada pedagang besar dengan maksud agar konsumen bisa membeli beras organik tersebut di tempat terdekat mereka.

4. Pertimbangan perantara

Sesuai dengan hasil wawancara dengan Bapak Faris menyampaikan mengenai faktor pertimbangan perantara yaitu:

⁷⁸Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

“Pertimbangan perantara di sini adalah karena dengan melakukan penjualan beras organik menggunakan perantara penjualan kami juga bisa meningkat, karena kan setiap pembelian perantara tidak hanya membeli 1 atau 5kg seperti konsumen untuk dikonsumsi langsung, melainkan bisa 500kg sampai 9 Ton dengan kita menggunakan perantara ongkos kirim kan ditanggung oleh perantara, meskipun perantara tersebut tempatnya jauh itu tidak mempengaruhi kita karena ongkirnya bukan kita yang menanggung dengan begitu penjualan beras kita itu bisa tinggi dan omset juga akan tinggi.”⁷⁹

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa perantara memiliki peran yang sangat penting dalam penjualan beras organik. Hal ini dikarenakan setiap pembelian yang dilakukan oleh perantara mencapai 500 kg hingga 9 ton dan ongkos kirim ditanggung oleh perantara. Ongkos kirim yang ditanggung oleh perantara ini membuat penyaluran beras organik ini semakin ringan sehingga Gapoktan Al Barokah tetap menggunakan perantara untuk penjualan beras organik kepada konsumen.

Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Bapak Mulyono bahwa:

“Kalau pertimbangan perantara untuk memilih distribusi itu karena dengan melakukan penjualan kepada perantara kita bisa meningkatkan jumlah penjualan, karena tidak mungkin pembeliannya itu hanya 5kg, karena pedagang membeli beras ini untuk dijual lagi. Dan juga pedagang itu secara tidak langsung membantu kita untuk mempromosikan beras organik ini”⁸⁰

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa dengan adanya perantara membuat volume penjualan semakin

⁷⁹Faris, *wawancara*, Bondowoso 04 Februari 2020.

⁸⁰Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 04 Februari 2020.

meningkat. Hal ini karena perantara tidak hanya membeli sedikit. Perantara akan menjualkannya lagi kepada pedagang-pedagang dan nantinya pedagang tersebut menjualnya lagi kepada konsumen. Hal tersebut yang membuat volume penjualan semakin meningkat dan Gapoktan Al Barokah Bondowoso tetap menggunakan perantara.

Berdasarkan pernyataan dari beberapa narasumber di atas dapat disimpulkan bahwa yang menjadi pertimbangan perantara adalah volume penjualan dan ongkos. Adanya perantara membantu dalam pendistribusian beras organik agar sampai kepada konsumen. Biasanya perantara agen maupun pedagang pengecer pembeliannya bisa mencapai 500kg, sedangkan perantara pedagang besar bisa mencapai 9 Ton setiap bulannya. Hal itulah yang membuat Gapoktan Al Barokah selalu membuka sebanyak mungkin perantara agar penjualan dan omset beras organik bisa meningkat. Kemudian dalam hal ongkos kirim yang ditanggung perantara yang tidak membuat beban kepada Gapoktan Al-Barokah dalam menyalurkan beras organiknya.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Saluran Distribusi UD.

Gapoktan Al Barokah

a. Faktor Pendukung

Sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak

Faris selaku yang menganani bidang pemasaran bahwa:

“Jadi di kita itu untuk pendukung distribusi itu karena adanya mesin untuk produksi. Kalau tidak ada mesin itu produksi tidak akan jalan dan penjualan juga tidak bisa dilakukan. Karena faktor pendukung utama itu ada di mesin itu sendiri. Dulu

sebelum ada mesin bantuan dari Pemkab Bondowoso satu kali penggilingan 1 ton saja, sekarang dengan adanya mesin itu bisa 3 sampai 4 ton. Terus sekarang kan zaman sudah modern, jadi kita bisa dibantu dengan adanya sosial media. Kami menggunakan tokopedia dan bukalapak sebagai alat supaya masyarakat bisa lebih mudah untuk membeli beras organik tanpa langsung datang kesini.”⁸¹

Selanjutnya disampaikan oleh Bapak Mulyono mengenai

faktor pendukung distribusi bahwa:

“penjualan kita dibantu dengan adanya sosial media yang sudah dikenal oleh banyak orang. Disini kita sudah menggunakan tokopedia dan bukalapa sebagai sarana masyarakat untuk membeli beras organik. Sekarang juga sudah ada aplikasi whatsapp untuk komunikasi langsung dengan konsumen. Selain itu juga kita dibantu dengan ekspedisi yang ikut menyalurkan beras organik seperti JNE, JNT, Dacota Cargo. Jadi konsumen lebih mudah karena tidak perlu keluar rumah, tinggal menunggu beras organik itu sampai saja. Kita juga mobil bantuan dari dinas pertanian yang berguna untuk mendukung saluran distribusi kita.”⁸²

Berdasarkan pernyataan hasil wawancara dengan Bapak Faris dan Bapak mulyono dapat disimpulkan bahwa Gapoktan Al Barokah memiliki faktor pendukung yang meliputi adanya sosial media, ekspedisi online, mobil bantuan, dan mesin produksi sebagai faktor pendukung saluran distribusi. Adapun dengan adanya hal tersebut kegiatan distribusi untuk menyalurkan beras organik kepada konsumen akan semakin mudah.

Sosial media seperti tokopedia, bukalapak, dan yang lainnya, bisa menjadi sarana untuk bertransaksi langsung dengan konsumen dan juga memasarkan produk beras organik dalam jangkauan yang

⁸¹ Faris, *wawancara*, Bondowoso 04 Februari 2020.

⁸² Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

luas. Selain itu ada pula faktor pendukung lainnya yaitu dengan adanya jasa ekspedisi seperti JNE, JNT, Dacota Cargo dan lain sebagainya, agar pesanan melalui media online bisa sampai kepada konsumen.

Gapoktan Al Barokah Bondowoso juga mendapat bantuan berupa mesin dan mobil dari Dinas Pertanian untuk mendukung saluran distribusi. Dengan adanya mesin tersebut, produksi beras organik bisa terus dilakukan. Setiap kali penggilingan bisa mencapai 3-4 Ton beras organik, jadi apabila pesanan meningkat perusahaan bisa memproduksi beras organik dengan cepat dan bisa didistribusikan karena kapasitas produksinya yang cukup besar mobil bantuan dari Dinas Pertanian juga digunakan untuk membantu jalannya saluran distribusi.

b. Faktor Penghambat

Faktor penghambat disampaikan oleh Bapak Faris bahwa:

“Faktor penghambatnya sebenarnya itu kadang kekuarangan bahan baku. Karena proses penjemuran kendala hujan apalagi sekarang musim hujan itu penjemuran padi susah kering jadi kadang kalau ada pesanan dari pedagang itu banyak kita tidak bisa memenuhi semua karena kadang juga kekurangan bahan baku.”⁸³

Faktor penghambat juga disampaikan oleh Bapak Mulyono

bahwa :

“Biasanya kita di padi, padi kan kalo dimusim hujan itu susah keringnya, kadang padi bisa kering itu 2 sampai 3 hari kalau

⁸³ Faris, wawancara, Bondowoso 04 Februari 2020.

musim panas 1 hari bisa kering dan langsung kita proses untuk memenuhi pesanan.”⁸⁴

Juga diperkuat oleh Bapak Jojon selaku karyawan bagian produksi:

“Kendala dalam memenuhi produk ya kita karena cuaca sekarang kan musim hujan jadi gabah itu lama buat keringnya, sehingga untuk memenuhi produksi kita terkendala.”⁸⁵

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Faris, Bapak Mulyono dan juga Bapak Jojon dapat disimpulkan bahwa faktor penghambat distribusi terdapat pada bahan bakunya. Karena apabila bahan baku yang akan diproduksi tidak kering dalam penjemuran, maka produksi yang akan dilakukan juga akan terhambat karena kurangnya bahan baku, jika pesanan dari pelanggan banyak maka gapoktan Al-Barokah tidak bisa memenuhi semua dalam waktu yang cepat.

Sehingga dalam hal distribusi atau dalam hal penjualan nantinya akan menggunakan sistem Pre Order. Bahan baku yang digunakan oleh Gapoktan Al Barokah sebenarnya sudah mencukupi untuk melakukan distribusi, namun adanya penghambat yaitu cuaca yang saat ini sudah memasuki musim hujan maka Gapoktan Al Barokah mengalami kendala dalam produksi sehingga distribusi juga terkendala.

⁸⁴ Mulyono, *wawancara*, Bondowoso 26 Januari 2020.

⁸⁵ Jojon, *wawancara*, Bondowoso 04 Februari 2020.

C. Pembahasan Temuan

1. Pola Distribusi Beras organik UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kec. Wonosoari Kab. Bondowoso

Pola distribusi yang digunakan oleh UD. Gapoktan Al Barokah yaitu pola saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Pola saluran distribusi langsung merupakan distribusi penjualan yang dilakukan oleh produsen langsung kepada konsumen akhir tanpa adanya perantara, sedangkan pola saluran distribusi tidak langsung merupakan distribusi penjualan yang dilakukan oleh produsen dengan menggunakan perantara, jadi sebelum barang sampai kepada konsumen akhir masih ada tahapannya. Ada 4 pola distribusi yang digunakan UD. Gapoktan Al Barokah untuk mendistribusikan beras organik sampai kepada konsumen yaitu:

a. Produsen – Konsumen

Bentuk saluran yang paling pendek dan paling sederhana adalah saluran distribusi dari produsen ke konsumen, tanpa menggunakan perantara.⁸⁶ Artinya produsen menjual produknya langsung kepada konsumen tanpa menggunakan perantara.

Perusahaan menggunakan bentuk ini sebagai saluran distribusi. Jadi perusahaan langsung mendistribusikan dan menjualnya kepada konsumen akhir. Hal ini dikarenakan konsumen yang berada di daerah Bondowoso dan sekitarnya bisa membeli beras organik dengan mendatangi langsung produsen, konsumen yang membeli biasanya

⁸⁶Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, 295-297.

dengan kemasan 1, 5, 10 dan juga 25 kg, untuk dikonsumsi sehari-hari, dengan cara seperti ini produsen bisa melayani langsung dan bisa lebih dekat dengan konsumen. Biasanya konsumen memang banyak yang membeli langsung dikarenakan harga yang diberikan lebih murah dari pada membeli kepada perantara. Konsumen yang membeli langsung biasanya dari Bondowoso sendiri. Selain konsumen datang langsung ketempat produsen, bisa juga membeli lewat media sosial seperti Bukalapak, Tokopedia dan lain sebagainya, karena perusahaan juga menjual beras organik lewat marketplace tersebut, jadi konsumen tanpa harus mendatangi langsung perusahaan untuk membeli beras organik tersebut, setelah dipesan oleh konsumen maka beras organik akan dikirimkan melalui jasa ekspedisi dengan biaya kirim ditanggung oleh konsumen.

b. Produsen – Pengecer – Konsumen

Seperti halnya dengan jenis saluran yang pertama, saluran ini disebut juga sebagai saluran distribusi langsung. Disini pengecer besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen. Namun alternatif yang terakhir ini tidak umum dipakai.⁸⁷

Selain perusahaan melakukan distribusi penjualan langsung kepada konsumen, perusahaan juga melakukan distribusi penjualan

⁸⁷ Ibid., 297

kepada pengecer, jadi pedagang pengecer membeli beras organik langsung kepada produsen untuk dijual kembali kepada konsumen akhir, konsumen tidak harus datang langsung ke perusahaan untuk membeli beras organik, mereka bisa membeli kepada pedagang pengecer yang menjual beras organik UD. Gapoktan Al Barokah di tempat terdekat konsumen, perusahaan mempunyai outlet resmi yaitu outlet botanik yang ada di Bondowoso dan juga beberapa pedagang eceran yang ada di luar daerah Bondowoso. Dengan dilakukan penjualan kepada pedagang pengecer UD. Gapoktan Al-Barokah secara tidak langsung dibantu dalam hal promosi dan juga penjualan kepada konsumen, kemudian dengan cara seperti itu juga dapat meningkatkan volume penjualan beras organik UD. Gapoktan Al-Barokah, karena pengecer dalam setiap pembelian itu bisa mencapai 500kg.

c. Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi *tradisional*. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja dan tidak menjual kepada pengecer. Pembelian oleh pengecer dilayani pedagang besar, dan pembelian oleh konsumen dilayani pengecer saja.⁸⁸

Disini perusahaan juga melakukan distribusi penjualan beras organik kepada pedagang besar, ada beberapa pedagang besar yang

⁸⁸ Ibid., 297

melakukan pembelian kepada UD. Gapoktan Al-Barokah dengan jumlah besar yaitu sampai 9 Ton dengan kemasan 50, 100 kg, dan ada juga dengan kemasan eceran. Ada beberapa pedagang besar seperti Perum Bulog, PT Jedar Subur Lestari, PT Aksara Kencana Putra. Dalam Penjualan kepada pedagang besar perusahaan membuat kesepakatan bahwa setiap kali pemesanan beras organik, harus membeli minimal 9 Ton. Hal itu dikarenakan untuk menghemat waktu dan biaya pengiriman, dengan membuat kesepakatan seperti itu penjualan beras organik akan tetap maksimal, karena pedagang besar dalam setiap pembelian beras organik itu 9 ton. Dari beberapa pedagang besar, ada yang memang membuat kemasan sendiri, jadi label dan nama dari perusahaan tersebut, maka dari itu beberapa pedagang besar membeli dengan kemasan besar.

Adapun dengan dilakukannya distribusi penjualan kepada pedagang besar tersebut omset penjualan beras organik bisa meningkat, secara tidak langsung pedagang besar tersebut membantu perusahaan untuk menyalurkan kepada pengecer yang tidak bisa dijangkau langsung oleh perusahaan. Pedagang besar tersebut tidak melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir dengan kata lain pedagang besar hanya melayani penjualan kepada pengecer saja seperti di swalayan, supermarket, maupun toko kecil, kemudian dari pengecer tersebut nantinya yang akan melayani penjualan kepada konsumen akhir.

d. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Ia menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.⁸⁹

UD. Gapoktan Al-Barokah selain melakukan distribusi penjualan langsung kepada konsumen, pengecer maupun kepada pedagang besar, juga melibatkan beberapa agen di beberapa daerah sebagai perantara untuk mendistribusikan beras organik kepada pedagang pengecer. Agen tersebut dipilih oleh perusahaan dan ada sebagian agen yang memang ingin menjual dan menawarkan beras organik tersebut kepada pedagang pengecer, jadi agen tersebut hanya menjual beras organik kepada pedagang pengecer saja, agen tersebut berasal dari daerah Bondowoso dan juga luar daerah Bondowoso, Pembelian beras organik dari agen biasanya mencapai 500kg hingga 700 kg per bulannya, dari agen – agen tersebut yang kemudian akan menawarkan dan menjual kepada pengecer yang memang tertarik untuk menjual beras organik dari UD. Gapoktan Al Barokah, sehingga nantinya oleh pengecer tersebut yang akan menjual beras organik kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi langsung.

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa:

- a. Tipe saluran sistem pemasaran vertical adalah jaringan yang dikelola secara profesional dan terpusat, yang dimaksudkan untuk mencapai

⁸⁹ Ibid., 297.

penghematan dalam operasi dan hasil pasar secara maksimal.⁹⁰ Tipe saluran sistem pemasaran yang digunakan UD. Gapoktan Al Barokah adalah tipe saluran pemasaran Vertical, karena perusahaan dalam mengelola pemasaran beras organik dikelola dengan melibatkan peran perantara baik itu agen, pengecer, maupun pedagang besar agar hasil penjualan beras organik tersebut dapat diperoleh dengan maksimal.

b. Sistem saluran distribusi yang digunakan Gapoktan Al-Barokah adalah sistem saluran distribusi langsung dan tidak langsung, disini penjualan yang dilakukan yaitu penjualan langsung kepada konsumen akhir, selain itu penjualannya juga menggunakan perantara agar sampai kepada konsumen akhir untuk dikonsumsi.

c. Jenis saluran distribusi intensif merupakan cara distribusi dimana barang yang dipasarkan itu diusahakan agar dapat menyebar seluas mungkin sehingga dapat secara intensif menjangkau semua lokasi dimana calon konsumen itu berada.⁹¹ Jenis saluran distribusi yang digunakan perusahaan adalah jenis saluran distribusi Intensif karena perusahaan dalam penjualan beras organik berusaha terus agar menjangkau dan sampai ke tangan konsumen, karena konsumen menyebar diberbagai daerah di Indonesia, jadi Gapoktan melibatkan perantara baik itu agen, pengecer, pedagang besar sebanyak mungkin untuk menyampaikan beras organik sampai ke tangan konsumen.

⁹⁰ Budi Rahayu Tanama Putri, *Manajemen Pemasaran*, 114-115.

⁹¹ Basu Sawatha DH, *Manajemen Pemasaran Modern*, 103

d. Kegiatan distribusi selalu dilakukan meskipun tidak menggunakan perantara sebagai lembaga, jadi, kegiatan distribusinya langsung diarahkan oleh produse kepada konsumennya. Namun tidak jarang para perantara ini digunakan oleh produsen untuk mendistribusikan hasil produksinya kepada konsumen akhir.⁹² Adapun dalam pendistribusian beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah yaitu melibatkan perantara, perantara tersebut yaitu pedagang dan juga agen, perantara pedagang tersebut adalah pedagang besar dan pengecer, kemudian dari perantara ini nantinya yang akan menyalurkan produk kepada konsumen, dengan dilakukan distribusi menggunakan perantara perusahaan mengalami peningkatan omset dan juga penjualan karena dalam pendistribusian beras organik kepada perantara tidak hanya 50 kg sakan tetapi bisa mencapai 9 Ton.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi UD. Gapoktan Al Barokah

Produsen harus memperhatikan berbagai macam faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusi. Faktor-faktor tersebut antara lain menyangkut: 1) pertimbangan barang , 2) pertimbangan perusahaan, 3) pertimbangan pasar, 4) pertimbangan perantara.⁹³ Dalam memilih saluran distribusi beras organik ada beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu:

⁹² Ibid, 288.

⁹³ Ibid, 299.

a. Pertimbangan Barang

Ada beberapa faktor yang harus dipertimbangkan dari segi barang ini antara lain nilai unit, Besar dan berat barang, mudah rusaknya barang, sifat teknis, barang standard pesanan, dan luasnya produk *line*.⁹⁴ Pertimbangan barang yang digunakan perusahaan dalam memilih saluran distribusi adalah faktor nilai unit yang dijual, besar dan berat barang, dan mudah rusaknya barang.

Nilai unit, jika nilai unit dari barang yang akan dijual relatif rendah maka produsen cenderung untuk menggunakan saluran distribusi yang panjang. Begitu sebaliknya, jika nilai unit relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.⁹⁵ Beras organik tersebut harganya lebih mahal dari beras pada umumnya dikarenakan rasa maupun perawatannya berbeda dan juga tidak mengandung bahan kimia sedikitpun. Meskipun beras organik tersebut lebih mahal, produsen tetap menjualnya kepada perantara dengan alasan peminatnya sudah banyak, jadi untuk menjangkau konsumen yang tempatnya jauh konsumen bisa membeli di perantara tersebut.

Besar dan berat barang, manajemen harus mempertimbangkan ongkos angkut dalam hubungannya dengan nilai barang secara keseluruhan dimana besar dan berat barang sangat menentukan. Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya sehingga terdapat beban berat bagi perusahaan, maka ongkos angkut

⁹⁴ Ibid.,300.

⁹⁵ Ibid, 300.

dialihkan kepada perantara.⁹⁶ Adapun dalam hal ongkos kirim akan ditanggung produsen jika pembelian beras organik 250kg keatas untuk daerah Bondowoso, Jember, dan Situbondo tetapi untuk daerah lainnya ongkos kirim tetap ditanggung oleh pembeli, produsen memang tidak menanggung ongkos kirim semuanya dikarenakan apabila semua pengiriman ditanggung maka produsen akan mengalami kerugian, karena konsumen beras organik tersebut karena konsumen tidak hanya dari daerah Bondowoso dan sekitarnya saja melainkan sudah mencapai luar pulau. Maka dari itu produsen hanya menggratiskan ongkos kirim ke daerah Bondowoso, Jember, dan juga Situbondo saja dikarenakan daerah tersebut dekat dengan perusahaan.

Mudah rusaknya barang, jika barang yang dijual mudah rusak maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara jika ingin menggunakannya maka harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan yang cukup baik.⁹⁷ Adapun selanjutnya yang menjadi pertimbangan adalah mudah rusaknya barang, karena beras organik tersebut bisa bertahan lama asalkan tetap didalam kemasan, kemudian kemasan yang digunakan juga tidak mudah rusak, jadi meskipun beras organik tersebut dalam pendistribusianya masih melewati beberapa perantara itu tidak menjadi sebuah masalah akan tetapi menjadi keuntungan karena dibantu perantara dalam penjualan beras organik.

⁹⁶ Ibid, 300.

⁹⁷ Ibid, 300.

b. Pertimbangan Perusahaan

Pada segi perusahaan ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah: Sumber pembelanjaan, pengalaman dan kemampuan manajemen, pengawasan saluran, dan pelayanan yang diberikan oleh penjual.⁹⁸ Di sini yang menjadi pertimbangan perusahaan dalam memilih saluran distribusi adalah pengawasan saluran,

Pengawasan saluran kadang-kadang menjadi pusat perhatian produsen karena dalam kebijaksanaan saluran distribusinya. Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bilamana saluran distribusinya pendek.⁹⁹ perusahaan melakukan distribusi penjualan kepada pedagang pengecer dan juga agen dengan maksud agar pengawasan saluran distribusi lebih mudah dilakukan, maka dari itu perusahaan terus menawarkan dan membuka tangan kepada agen dan juga pedagang pengecer untuk menjual beras organik, akan tetapi perusahaan juga melakukan penjualan kepada pedagang besar dengan maksud agar penjualan beras organik tetap meningkat, pengawasan kepada pedagang besar tidak dilakukan oleh perusahaan, karena pedagang besar itu adalah perusahaan besar yang melakukan pembelian beras organik kepada Gapoktan Al Barokah.

c. Pertimbangan Pasar

Ada beberapa faktor pertimbangan pasar yang harus diperhatikan adalah: Konsumen atau pasar industri, jumlah pembeli potensial, Konsetrasi pasar secara geografis, jumlah pesanan, kebiasaan dalam

⁹⁸ Ibid, 301.

⁹⁹ Ibid, 301.

pembelian.¹⁰⁰ Adapun yang menjadi pertimbangan pasar yang digunakan perusahaan dalam memilih saluran distribusi adalah konsumen atau pasar industri, dan jumlah pembeli potensial.

Konsumen atau pasar industri, apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.¹⁰¹ Jadi target utama penjualan beras organik ini adalah konsumen dan pasar industri, segmentasi pasar untuk penjualan beras organik tersebut adalah konsumen akhir dan pedagang, jadi selain perusahaan melakukan penjualan langsung kepada konsumen akhir masih juga melibatkan perantara untuk mendistribusikan beras organik sampai kepada konsumen akhir.

Jumlah pembeli potensial, jika jumlah konsumen relatif kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.¹⁰² Adapun dengan banyaknya konsumen beras organik yang ada, selain dari Bondowoso sendiri juga ada di beberapa daerah yang ada di Indonesia, sehingga menjadi pertimbangan perusahaan untuk mendistribusikan beras organik dengan melibatkan peran perantara, karena perantara untuk mendistribusikan beras organik tidak hanya di Bondowoso saja melainkan sudah ada perantara dari luar daerah Bondowoso seperti Jakarta, Surabaya, Jember, dan daerah

¹⁰⁰ Ibid, 299.

¹⁰¹ Ibid, 299.

¹⁰² Ibid, 299.

lainnya, dengan adanya perantara, konsumen yang jauh bisa membeli di tempat terdekat mereka tanpa datang langsung kepada produsen.

d. Pertimbangan Perantara

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan adalah: pelayanan yang diberikan oleh perantara, kegunaan perantara, sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen, volume penjualan, ongkos.¹⁰³ Adapun yang menjadi pertimbangan perantara yang digunakan perusahaan dalam memilih saluran distribusi adalah volumen penjualan, dan ongkos.

Volume penjualan, jadi produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan barangnya dalam volume yang besar untuk jangka waktu lama.¹⁰⁴ Adapun dengan digunakannya perantara dalam saluran distribusi, volume penjualan meningkat karena setiap penjualan kepada perantara pedagang pengecer maupun agen dapat mencapai 500 kg ataupun lebih, sedangkan penjualan kepada perantara pedagang besar bisa mencapai 9 ton setiap bulannya dan penjualan tersebut tidak hanya satu kali saja melainkan berkelanjutan. Hal itulah yang membuat UD. Gapoktan Al Barokah selalu membuka sebanyak mungkin perantara agar distribusi beras organik berjalan dengan lancar.

Ongkos, jika ongkos dalam penyaluran barang dapat lebih ringan dengan digunakannya perantara, maka hal tersebut dapat dilaksanakan

¹⁰³ Ibid, 302.

¹⁰⁴ Ibid, 302.

terus.¹⁰⁵ Adapun dalam hal ongkos pengiriman yang ditanggung oleh perantara baik itu agen, pengecer maupun pedagang besar, sehingga hal tersebut tidak menjadi permasalahan dalam pendistribusian beras organik kepada perantara, karena hal tersebut dapat meringankan beban perusahaan dalam mendistribusikan beras organiknya meskipun perantara tersebut tempatnya jauh dari produsen.

3. Faktor Pendukung dan Penghambat Saluran Distribusi UD. Gapoktan Al Barokah

Saluran distribusi sangatlah penting bagi perusahaan dalam menunjang berhasilnya kegiatan pemasaran pada sebuah usaha. Dengan adanya strategi tersebut bisa mempengaruhi penjualan atau distribusi penjualan perusahaan terus mengalami peningkatan. Namun dalam menjalankan kegiatan distribusi atau penjualan tersebut tidaklah mudah, pasti terdapat berbagai hambatan yang terjadi yang dapat mempengaruhi proses distribusi atau penjualan usaha tersebut.

Ketika sebuah perusahaan mengalami hambatan dalam saluran distribusi tersebut, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam proses penjualan. Sehingga dengan adanya faktor penghambat, maka perusahaan pasti akan memiliki solusi untuk mengatasi hambatan tersebut. Hal inilah yang dijadikan perusahaan sebagai faktor pendukung kegiatan usaha penjualan perusahaan untuk tetap mencapai target penjualan yang mereka inginkan.

¹⁰⁵ Ibid, 302.

Begitu pula yang dilakukan oleh UD. Gapoktan Al Barokah. Perusahaan yang berskala besar dan memiliki konsumen cukup banyak juga memiliki beberapa faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi. Berikut ini adalah faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi yang dilakukan oleh UD. Gapoktan Al Barokah:

a. Faktor Pendukung

Adapun faktor pendukung saluran distribusi beras organik UD. Gapoktan Al Barokah adalah dengan adanya sosial media, ekspedisi pengiriman, mobil bantuan dari dinas pertanian, dan mesin sebagai faktor pendukung saluran distribusi. Adapun dengan adanya hal tersebut kegiatan distribusi untuk menyalurkan beras organik kepada konsumen akan semakin mudah.

Sosial media seperti tokopedia dan bukalapak bisa menjadi sarana untuk bertransaksi langsung dengan konsumen dan juga memasarkan produk beras organik dalam jangkauan yang luas, jadi perusahaan dapat langsung mendistribusikan beras organik kepada konsumen akhir. Selain itu ada pula faktor pendukung lainnya yaitu dengan adanya jasa ekspedisi pengiriman seperti JNE, JNT, Dacota Cargo dan lain sebagainya agar pesanan bisa sampai kepada konsumen maupun perantara.

Gapoktan Al Barokah Bondowoso juga mendapat bantuan berupa mesin produksi dan mobil dari Dinas Pertanian untuk mendukung saluran distribusi. Dengan adanya mesin tersebut, produksi beras organik bisa terus dilakukan. Dalam sekali penggilingan bisa mencapai 3-4 Ton,

dimana sebelum adanya mesin tersebut sekali produksi hanya bisa mencapai 1 Ton beras organik, jadi jika ada pesanan banyak perusahaan dapat memenuhi dengan cepat dikarenakan adanya mesin produksi tersebut. Mobil bantuan dari Dinas Pertanian juga digunakan untuk membantu jalannya saluran distribusi seperti pengiriman jarak dekat yaitu daerah Bondowoso dan sekitarnya.

b. Faktor Penghambat

Suatu kegiatan usaha tidak selalu berjalan baik. UD. Gapoktan Al Barokah merupakan satu-satunya perusahaan beras organik terbesar di Bondowoso. UD. Gapoktan Al Barokah seringkali mengalami hambatan dalam melakukan proses distribusi. Pada penelitian ini ditemukan bahwa UD. Gapoktan Al Barokah tidak hanya sekali mengalami kerusakan mesin sehingga proses penggilingan dihentikan beberapa hari. Hal tersebut menjadi hambatan dalam saluran distribusinya karena produksi beras organik terhambat rusaknya mesin.

Tidak hanya itu saja, faktor penghambat distribusi beras organik lainnya yaitu keadaan cuaca. Karena apabila cuaca tidak mendukung seperti musim hujan maka bahan baku tidak kering dalam proses penjemuran dan tidak bisa dilakukan produksi karena kurangnya bahan baku, maka hal tersebut dapat menghambat pendistribusian beras organik kepada konsumen ataupun perantara, jadi, jika pesanan dari pelanggan banyak maka UD. Gapoktan Al-Barokah tidak bisa memenuhi semuanya dalam waktu yang cepat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pola distribusi yang diterapkan oleh Gapoktan Al Barokah Bondowoso yaitu menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung yang dimaksud adalah beras organik yang diproduksi oleh Gapoktan Al Barokah bisa didistribusikan secara langsung kepada konsumen. Konsumen juga dapat membeli beras organik langsung di perusahaan, tanpa menggunakan perantara. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung yang diterapkan oleh perusahaan yaitu mendistribusikan beras organik dari produsen-pengecer-konsumen, produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen, kemudian produsen-agen-pengecer-konsumen.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi beras organik adalah *pertama* faktor pertimbangan barang yang menjadi pertimbangan adalah nilai unit, besar dan berat barang, dan mudah rusaknya barang. *Kedua* faktor pertimbangan perusahaan yang menjadi pertimbangan adalah pengawasan saluran. *Ketiga* Faktor pertimbangan pasar yang menjadi pertimbangan adalah konsumen atau pasar industr, dan jumlah pembeli potensial. *Keempat* faktor pertimbangan perantara yang menjadi pertimbangan adalah volume penjualan, dan ongkos.
3. Faktor pendukung dalam saluran distribusi adalah adanya mesin, ekspedisi pengiriman, sosial media dan mobil bantuan dari Dinas Pertanian. Mesin digunakan sebagai alat produksi beras organik. Adanya sosial media juga

membantu dalam pendistribusian beras organik karena konsumen bisa mengetahui dan memesan langsung lewat media sosial tersebut tanpa mendatangi Gapoktan Al Barokah Bondowoso. Selain itu adanya ekspedisi online juga membantu saluran distribusi untuk konsumen yang memesan lewat media sosial yang jaraknya cukup jauh agar sampai kepada konsumen lebih cepat. Faktor pendukung yang terakhir yaitu mobil bantuan dari Dinas Pertanian yang bisa digunakan sebagai saluran distribusi beras organik. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu terdapat pada faktor cuaca. Apabila cuaca sering hujan maka bahan baku tidak cepat kering ketika penjemuran, jadi faktor cuaca yang membuat bahan baku tidak cepat kering ketika dijemur, sehingga apabila ada pesanan tidak bisa langsung melakukan pendistribusian.

B. Saran

1. Gapoktan Al Barokah seharusnya menjalin kerjasama tidak hanya dengan perantara itu saja, melainkan memperluas kerjasama dengan perantara-perantara lainnya agar distribusi beras organik juga semakin meningkat.
2. Gapoktan Al Barokah harus tetap mempertahankan dan juga meningkatkan saluran distribusi yang digunakan.
3. Dalam memilih saluran distribusi Gapoktan Al Barokah harus mempertimbangkan banyak faktor yang lain agar pemilihan saluran distribusi lebih tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Anto, Hendrie. 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*, Yogyakarta: Ekonisia
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiarto, Teguh. 1993. *Dasar Pemasaran*. Jakarta: Gunadarma.
- Fuad, M. 2006. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gitosudarmo, Indriyo. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Hermawan, Agus. 2016. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kementrian Agama Republik Indonesia. 2012. *Al-Mubin Al Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Pustaka Al Mubin.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: GRAHA ILMU
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Penyusun, Tim. 2018. *Penulisan Pedoman Karya Tulis Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Purnama, Lingga. 2001. *Strategic Marketing Plan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Ruauw, Eyverson. 2015. "Kajian Distribusi Pangan Pokok Beras Di Kabupaten Kepulauan Talaud". Vol 11
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi, (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sukandarrumidi. 2012. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Swastha, Basu. 1999. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset.

Umar, Husein. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.



Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
“Pola Distribusi Beras Organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso”	Pola Distribusi	1. Distribusi Langsung 2. Distribusi tidak Langsung	1. Produsen-Konsumen 2. Produsen-Pengecer-Konsumen 3. Produsen-Pedagang Besar-Pengecer-Konsumen 4. Produsen-Agen-Pedagang Besar-Pengecer-Konsumen 5. Produsen-Agen-Pengecer-Konsumen	1. Wawancara a. Pimpinan Gapoktan b. Manajer Pemasaran c. Pekerja bagian produksi d. Konsumen e. Pedagang 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	a. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian studi lapangan (field research) b. Subyek penelitian menggunakan purposive c. Metode pengumpulan data 1. Observasi 2. Dokumentasi 3. Wawancara d. Metode analisis data: Analisis Deskriptif e. Keabsahan data: Triangulasi Sumber	1. Bagaimana pola distribusi Beras Organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso ? 2. Apa Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok kulon Kec. Wonosari Kab. Bondowoso? 3. Apa saja faktor pendukung dan penghambat distribusi beras organik di UD. Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kab. Bondowoso ?



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id

J E M B E R

Nomor : B-290 /In.20/7.a/PP.00.9/02/2020
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

**Yth. Ketua Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kabupaten
Bondowoso**
di-

TEMPAT

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Ketua Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso untuk memberikan izin penelitian bagi Mahasiswa dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Saobieat Isnadi
NIM : E20162087
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
No Telpon : 082230689730
Dosen Pembimbing : Toton Fanshurna, M.E.I
NIP : 19811224 201101 1 008
Judul Penelitian : Pola Distribusi Beras Organik Oleh Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 11 Februari 2020

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik




Abdul Rokhim



GABUNGAN KELOMPOK TANI AL-BAROKAH
DESA LOMBOK KULON WONOSARI KAB. BONDOWOSO
Jl. Trunojoyo, Desa Lombok Kulon RT/RW 10/03 Kec. Wonosari, Kab. Bondowoso

SURAT KETERANGAN
0081/ABR/III/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Mulyono
Jabatan : Ketua Gapoktan Al-Barokah
Alamat : Desa Lombok Kulon, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Saobieat Isnandi
NIM : E20162087
Prodi : Ekonomi Syariah
Jurusan : Ekonomi Islam
Instusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan penelitian dengan Judul **“Pola Distribusi Beras Organik di Gapoktan Al-Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso”**.

Demikian Surat Keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bondowoso, 17 Maret 2020

KETUA
GAPOKTAN AL-BAROKAH


MULYONO

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saobieat Isnadi

Nim : E20162087

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program studi : Ekonomi Syariah

Institusi : IAIN Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Pola Distribusi Beras Organik Di Gapoktan Al Barokah Desa Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso” adalah benar-benar hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jember, 07 April 2020

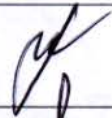













Saobieat Isnadi
E20162087

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya UD. Gapoktan Al Barokah ?
2. Apa saja visi dan misi serta Struktur organisasi di UD. Gapoktan Al Barokah ?
3. Bagaimana UD. Gapoktan Al Barokah dalam mendistribusikan beras organik?
4. Mengapa UD. Gapoktan Al Barokah menggunakan sistem langsung dan tidak langsung?
5. Siapa saja perantara dalam saluran distribusi beras organik?
 - a. Bagaimana pendistribusian beras organik kepada konsumen?
 - b. Bagaimana pendistribusian beras organik kepada pengecer?
 - c. Bagaimana pendistribusian beras organik kepada pedagang besar?
 - d. Bagaimana pendistribusian beras organik kepada agen?
6. Faktor apa saja yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi beras organik?
 - a. Bagaimana pertimbangan barang dalam memilih saluran distribusi?
 - b. Bagaimana pertimbangan perusahaan dalam memilih saluran distribusi?
 - c. Bagaimana pertimbangan pasar dalam memilih saluran distribusi?
 - d. Bagaimana pertimbangan perantara dalam memilih saluran distribusi?
7. Apa Faktor pendukung dan penghambat saluran distribusi beras organik Gapoktan Al Barokah ?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Tanggal	Uraian Kegiatan	Informan	Paraf
1.	22/11/2019	Melakukan observasi awal di Gapoktan Al-Barokah	Mulyono	
2.	18/12/2019	Memasukkan surat izin penelitian ke Gapoktan Al Barokah Bondowoso	Mulyono	
3.	20/01/2020	Menembusi surat izin penelitian	Faris	
4.	26/01/2020	Melakukan wawancara dan meminta struktur organisai	Faris	
5.	26/01/2020	Melakukan wawancara dengan Bapak Mulyono	Mulyono	
6.	04/02/2020	Melakukan kelanjutan wawancara dengan mas Faris	Faris	
7.	04/02/2020	Melakukan wawancara dengan jojon selaku pegawai bagian produksi	Jojon	
8.	04/02/2020	Melakukan wawancara dengan novendi selaku pegawai bagian produksi	Novendi	
9.	10/02/2020	Melakukan wawancara dengan bapak karyo selaku konsumen beras organik	Karyo	
10.	11/02/2020	Melakukan wawancara dengan bapak mustofa selaku konsumen beras organik	Mustofa	
11.	12/02/2020	Melakukan wawancara dengan Bapak Emil selaku Pedagang Eceran	Emil	
12.	13/02/2020	Melakukan wawancara dengan Ibu Marita selaku Pedagang Eceran	Marita	
13.	14/02/2020	Melakukan wawancara dengan Bapak Hendra selaku Agen	Hendra	

DOKUMENTASI



Bersama Bapak Mulyono ketua Gapoktan Al Barokah



Bersama Bapak Faris Bidang Pemasaran



Bersama Ibu marita pedagang pengecer



Bersama Bapak Emil pedagang pengecer



Bersama Bapak Hendra Salah satu agen



Proses produksi beras organik



Proses Produksi Beras organik



Mesin Produksi





IAIN JEMBER

BIODATA PENULIS



Nama : Saobieat Isnadi
NIM : E20162087
Tempat dan Tanggal Lahir : Bondowoso, 19 Mei 1999
Alamat : Jalan Raya Pakisan Dusun Lumbang RT/RW
10/03 Desa Kejayan Kecamatan Pujer Kabupaten
Bondowoso
Jurusan : Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut : Institut Agama Islam Negeri Jember

Riwayat Pendidikan

1. SDN Kejayan 02 : 2004-2010
2. SMPN 1 Pujer : 2010-2013
3. MAN Bondowoso : 2013-2016
4. Institut Agama Islam Negeri Jember : 2016- Sekarang