

**PENERAPAN STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI  
TOKO SNACK ONLINE TAQYCHAN BANANA DALAM  
MENGHADAPI PANDEMI COVID 19**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi  
Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan**



**Uhamka**  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

**Oleh**

**Jihan Tri Wulansari**

**1601085089**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Penerapan Strategi Saluran Distribusi Pada Toko Snack Online Taqychan Banana Dalam Menghadapi Pandemi Covid 19

Nama : Jihan Tri Wulansari

NIM : 1601085089

Setelah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi, dan direvisi sesuai saran penguji



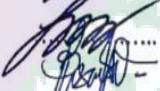
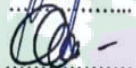

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas : Muhammadiyah Prof. DR. Hamka

Hari : Jum'at

Tanggal : 28 Agustus 2020

Tim Penguji	Nama Jelas	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	: Drs. H. M. Jamil Latief, MM. M.Pd		16/08/20
Sekretaris	: Dr. Hj. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd		16/08/20
Pembimbing	: Moh. Supendi, S.E., M. Pd		15/08/20
Penguji I	: Trisni Handayani, M.Pd		16/08/20
Penguji II	: Subali, SH., MH.		16/08/20



Dr. Desvian Bandarsyah, M.Pd

NIDN 03.1712.6903

## ABSTRAK

**Jihan Tri Wulansari:** 1601085089. “Penerapan Strategi Saluran Distribusi Pada Toko Snack Online Taqychan Banana Dalam Menghadapi Pandemi Covid 19”. Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi saluran distribusi toko snack online Taqychan Banana selama adanya pandemi Covid 19. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek dan informan penelitian yaitu pemilik atau owner toko snack online Taqychan Banana, manajer keuangan toko snack online Taqychan Banana, dan distributor toko snack online Taqychan Banana dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, serta dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, *display* atau penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menentukan strategi saluran distribusi ada faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan diantaranya faktor pasar, faktor barang, faktor perusahaan, dan faktor perantara. Sehingga diketahuilah saluran distribusi yang pakai toko snack online Taqychan Banana adalah saluran distribusi barang konsumsi. Dengan menggunakan saluran distribusi barang konsumsi yang terdiri dari beberapa tingkatan yaitu pengecer, agen, pedagang besar, lalu berakhir dikonsumsi, toko snack online Taqychan Banana menggunakan perantara berupa distributor sebagai pengecer untuk menyalurkan produknya ke reseller ataupun ke konsumen akhir. Saluran distribusi yang digunakan toko snack online Taqychan Banana juga memiliki beberapa fungsi diantaranya fungsi, informasi, negosiasi, promosi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan risiko, pemilikan fisik, pembayaran, dan hak milik. Strategi yang digunakan oleh toko snack online Taqychan Banana dalam menghadapi pandemi Covid 19 yaitu menyesuaikan strategi saluran distribusi dengan keadaan masyarakat selama pandemi, lebih giat berpromosi di medias sosial, dan memberikan potongan harga serta *giveaway*.

**Kata kunci:** Strategi Saluran Distribusi, Faktor-Faktor Pemilihan Saluran Distribusi, Jenis-Jenis Saluran Distribusi, Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi

## ABSTRACT

Jihan Tri Wulansari: 1601085089. "Implementation of a Distribution Channel Strategy in the Taqychan Banana Online Snack Shop in Facing the Covid 19 Pandemic". Essay, Jakarta: Economic Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, University of Prof. Muhammadiyah DR. Hamka, 2020.

This study aims to determine how the implementation of the distribution channel strategy for Taqychan Banana online snack shop during the Covid 19 pandemic. This research is a descriptive study with a qualitative approach. The research subjects and informants were the owner of the Taqychan Banana online snack shop, the financial manager of the Taqychan Banana online snack shop, and the distributor of the Taqychan Banana online snack shop with data collection techniques such as observation, interviews, and documentation. Data analysis methods used are data reduction, display data, and conclusions.

The results showed that in determining the distribution channel strategy there are factors that need to be considered, including market factors, goods factors, company factors, and intermediary factors. So it can be seen that the distribution channel that uses the Taqychan Banana online snack shop is a distribution channel for consumer goods. By using the distribution channel of consumer goods which consists of several levels, namely retailers, agents, wholesalers, and then ending with consumers, the Taqychan Banana online snack shop uses intermediaries in the form of distributors as retailers to distribute their products to resellers or to end consumers. The distribution channels used by the Taqychan Banana online snack shop also have several functions, including information, negotiation, promotion, ordering, financing, risk taking, physical ownership, payment, and property rights functions. The strategy used by online snack shop Taqychan Banana in dealing with the Covid 19 pandemic is to adjust the distribution channel strategy to the conditions of the community during the pandemic, to be more active in promoting on social media, and to provide discounts and giveaways.

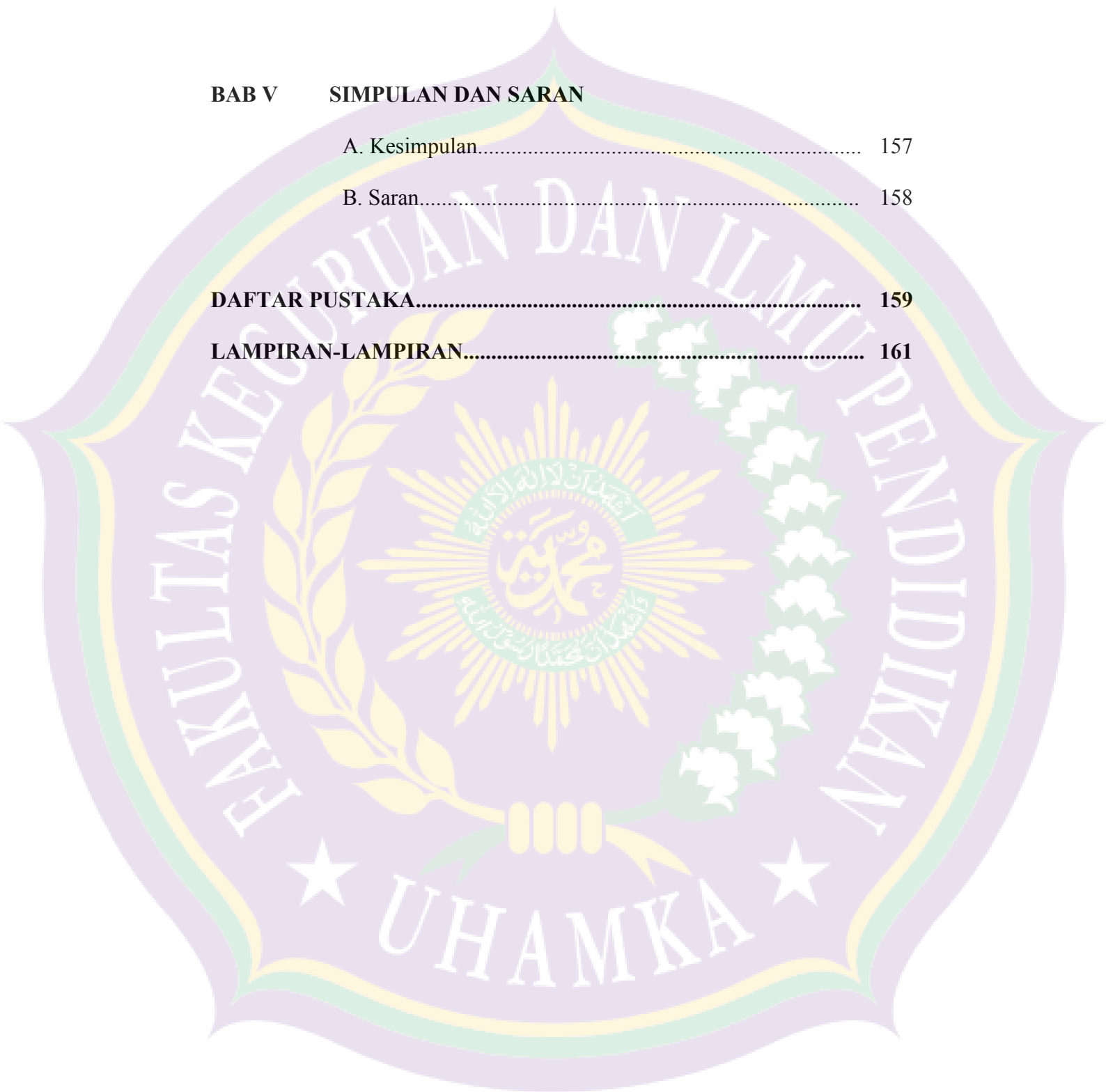
**Key word:** Distribution Channel Strategy, Distribution Channel Selection Factors, Types of Distribution Channels, Distribution Channel Functions

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian.....	4
C. Pertanyaan Penelitian.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II     KAJIAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian...	7
1. Fokus Penelitian.....	7

2. Subfokus Penelitian.....	8
a. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran.....	8
b. Jenis-Jenis Saluran Distribusi.....	13
c. Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi.....	16
3. Dampak Pandemi Covid-19.....	17
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>
A. Alur Penelitian.....	23
B. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	24
C. Latar Penelitian.....	27
D. Metode Dan Prosedur Penelitian.....	28
E. Peran Peneliti.....	28
F. Data Dan Sumber Data.....	28
G. Teknik Dan Prosedur Pengambilan Data.....	29
H. Teknik Analisis Data.....	34
I. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	36
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>
A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	39
B. Prosedur Memasuki Penelitian.....	41
C. Temuan Penelitian.....	43

D. Pembahasan.....	71
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>
A. Kesimpulan.....	157
B. Saran.....	158
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>159</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>161</b>



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang produk maupun jasa pasti menggunakan bauran pemasaran ketika akan dan melaksanakan kegiatan usahanya. Kegiatan usaha dapat dilaksanakan dengan optimal jika sudah memenuhi semua bauran pemasaran yang sesuai sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Bauran pemasaran terdiri dari 7 P yaitu (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya memerlukan strategi pemasaran yang tepat agar tujuan dari perusahaan tercapai, salah satu strategi pemasaran yang sangat penting dan tidak boleh dilupakan adalah saluran distribusi atau *place* (penempatan). Saluran distribusi sendiri merupakan saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen. Saluran distribusi penting, karena barang yang telah dibuat dan harganya sudah ditetapkan (Fuad et al., 2006)

Oleh karena itu para distributor atau penyalur haruslah cermat dalam menentukan saluran distribusi agar barang dagang atau produk sampai kepada konsumen akhir, selain itu para distributor pun menyusun strategi saluran distribusi dengan tepat dan cermat agar ketika ada hal-hal yang tidak diinginkan atau hal-hal yang tak terduga datang saluran distribusi tetap berjalan dan tidak mengalami hambatan. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa



Universitas Jember yaitu Erin Diah Nur'aini, Sri Wahyuni dan Joko Widodo dalam jurnal ilmiah pendidikan ekonomi dengan judul “Strategi Saluran Distribusi Obat Tradisional Pada PT. Karya Pak Oles Tokcer” diketahui bahwa alam menentukan strategi saluran distribusi perusahaan harus mempertimbangkan beberapa faktor diantaranya pasar, produk, perantara, dan perusahaan. Sehingga dapat diketahui strategi saluran distribusi intensiflah yang diterapkan oleh PT. Karya Pak Oles Tokcer dengan menggunakan saluran distribusi tidak langsung yang terdiri dari satu tingkat perantara yaitu pengecer.

Namun pada kenyataannya pentingnya penerapan strategi saluran distribusi masih kurang diperhatikan oleh para pelaku usaha yang juga menjadi distributor pada suatu produk sehingga menyebabkan saluran distribusi terganggu dan produk tidak bias sampai ke seluruh segmentasi pasar serta konsumen. Seperti halnya pada saat ini di dunia sedang terjadi penyebaran virus Covid-19 atau biasa dikenal dengan virus Corona, Coronavirus merupakan keluarga besar virus yang menyebabkan penyakit pada manusia dan hewan. Pada manusia biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, mulai flu biasa hingga penyakit yang serius seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS)* dan Sindrom Pernafasan Akut Berat/ *Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS)*. Coronavirus jenis baru yang ditemukan pada manusia sejak kejadian luar biasa muncul di Wuhan Cina, pada Desember 2019, kemudian diberi nama *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-COV2)*, dan menyebabkan penyakit *Coronavirus Disease-2019 (COVID-19)*. (Kemkes, 2020)

Dengan dari menyebarnya virus Covid-19 ini pemerintah membuat kebijakan agar sementara waktu untuk berkerja dan berkegiatan di rumah serta menerapkan social distancing guna untuk memutus mata rantai dan mengurangi penularan virus covid-19. Dari kebijakan tersebut banyak perusahaan, lembaga-lembaga, dan fasilitas publik ditutup sementara, dan memberi dampak yang cukup signifikan pada beberapa aspek terutama dalam aspek ekonomi, karena pembatasan kegiatan diluar rumah banyak usaha-usaha dibidang pemasaran tutup sementara atau tidak beroperasi sementara waktu sehingga banyak masyarakat yang terkena *panic buying* membeli kebutuhan pokok secara berlebihan sehingga mengakibatkan kelangkaan dan kenaikan harga, untuk usaha *online* atau *online shop* imbasnya adalah banyak masyarakat yang ragu untuk berbelanja online karena khawatir akan kebersihan barang yang dipesan sehingga mengakibatkan para pengusaha online sepi permintaan.

Taqychan Banana di *launching* oleh Adha Afarat Kausar dan Ahmad Taqiyuddin Malik pada bulan Juli 2018, beralamat di Jl. Pagar Alam, Segala Mider, Kedaton, Kota Bandar Lampung Taqychan Banana ini menggunakan media social berupa *Instagram* dan situs belanja online untuk memasarkan produknya yang berupa snack keripik pisang lumer dan bubuk, ada tiga produk yang ditawarkan oleh Taqychan Banana yaitu :

1. Taqychan Banana besar dengan varian (*choco mania, chessy mania, dan choco chan*)
2. Taqychan Banana mini dengan varian (*choco mania, chessy mania, choco chan, dan milo chan*)

### 3. Taqychan Lumer dengan varian (*choco melted, tiramisu melted, dan greentea melted*)

Taqychan Banana ini mengandalkan penjualan dengan menjadi distributor untuk cabang-cabang di beberapa daerah seperti Jakarta, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Nusa Tenggara Barat, dan Nusa Tenggara Timur. Dengan adanya virus pandemi covid-19 dan kebijakan *social distancing* juga berdampak pada pendistribusian Taqychan Banana dan untuk menghadapi masalah tersebut tentu saja Taqychan Banana menerapkan strategi distribusi guna menghindari adanya gangguan dalam distribusi produknya. Oleh karena itu berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan judul **“PENERAPAN STRATEGI SALURAN DISTRIBUSI TOKO SNACK ONLINE TAQYCHAN BANANA DALAM MENGHADAPI PANDEMI COVID 19”**

#### **B. Fokus dan Subfokus Penelitian**

##### 1. Fokus penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti memfokuskan penelitian untuk membahas tentang **“Strategi Saluran Distribusi Toko Snack Online Taqychan Banana Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19”**

##### 2. Subfokus Penelitian

a. Faktor-Faktor Distribusi Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran.

b. Jenis-Jenis Saluran Distribusi

c. Fungsi-Fungsi Saluran Distribusi

**C. Pertanyaan Penelitian**

1. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi toko snack online Taqychan Banana dalam memilih saluran distribusi?
2. Jenis strategi saluran distribusi apa yang diterapkan oleh toko snack online Taqychan Banana?
3. Bagaimana pemanfaatan dari fungsi strategi saluran distribusi yang diterapkan oleh toko snack online Taqychan Banana?

**D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Faktor-Faktor apa saja yang mempengaruhi toko snack online Taqychan Banana untuk memilih saluran distribusi yang diterapkan.
2. Jenis strategi saluran distribusi apa yang diterapkan oleh toko snack online Taqychan Banana.
3. Fungsi dari strategi saluran distribusi yang diterapkan oleh toko snack online Taqychan Banana

**E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Dapat memberikan pengetahuan mengenai penerapan strategi saluran distribusi, faktor-faktor distribusi yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, jenis-jenis saluran distribusi dan fungsi-fungsi dari saluran

distribusi pada produk keripik pisang lumer dan bubuk di toko snack online Taqychan Banana.

## 2. Manfaat Empirik

- a. Manfaat bagi peneliti, sebagai pembelajaran, penambah wawasan dan juga syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Pendidikan Ekonomi (Spd) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah PROF. DR. Hamka.
- b. Manfaat bagi peneliti selanjutnya, Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk memperdalam dan memperluas penelitian di bidang Penerapan strategi saluran distribusi pada sebuah produk di perusahaan atau organisasi.
- c. Manfaat bagi program studi, Sebagai arsip untuk Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah PROF. DR. Hamka.
- d. Manfaat bagi tempat peneliti, Sebagai bahan masukan terhadap Toko snack online Taqychan Banana untuk meningkatkan penerapan startegi saluran distribusi pada produk Taqychan Banana.

## DAFTAR PUSTAKA

- Warnadi dan Aris Triyono. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fuad, M., H., C., Nurlaela, Sugiarto, Paulus, & Y.E.F. (2006). *Pengantar Bisnis (Kelima)*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Firmansyah, Anang. 2019. *Pemasaran : Dasar dan Konsep*. Pasuruan: Qiara Media.
- Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana. 2016. *PEMASARAN Esensi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sinta, Agustina. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gilarso, T. 2003. *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bian, Jungsong, Xiaolei Gou & Kevin Lu. (2015). *Distribution Channel Strategies In A Mixed Market*.
- Diah, Erina Nur'aini, Sri Wahyuni, Joko Widodo. (2019). *Strategi Saluran Distribusi Obat Tradisional Pada PT Karya Pak Soleh Tokcer*.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta cv
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitattif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Pusat Bahsasa Depdiknas
- Kemkes. (2020). Apakah Coronavirus dan Covid-19 Itu?

WHO. (2020). Novel Coronavirus.

Sirclo. (2020). Bagaimana pandemi covid 19 berdampak pada e-commerce.

Merry Dame Pane. (2020) Kenali Gejala Orang Terinfeksi Virus Corona Di Minggu Pertama.

Wijokongko. (2020). Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Ekonomii Indonesia.

<https://jmzacharias.com/kuasai-nilai-produk/>

[177house.blogspot.com/2015/11/economi-education-24.html](http://177house.blogspot.com/2015/11/economi-education-24.html)

<https://www.slideshare.net/bukansalafudin/pengertian-pelayanan-penjualan>

