

**SALURAN DISTRIBUSI PRODUK HAND SANITIZER  
DI CV. SARANA CIPTA HUTAMA  
PADA ERA PANDEMI COVID-19**

**SKRIPSI**

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

**Dosen Pengampu : Dr. Hj. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd**



**Oleh**

**Elvira Fikri**

**1601085099**

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

**2020**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Saluran Distribusi Produk Hand Sanitizer di CV. Sarana  
Cipta Utama Pada Era Pandemi Covid-19

Nama : Elvira Fikri

NIM : 1601085099

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 : Sabtu

Tanggal : 22 Agustus 2020

Tim Penguji

Nama Jelas

Tanda Tangan Tanggal

Ketua : Drs. H. M. Jamil Latief, MM, M.Pd

Sekretaris

(Merangkap Pembimbing) : Dr. Hj. Onny Fitriana Sitorus, M.Pd

Penguji 1

: Drs. H. Nur Busyra, MM., M.Pd

Penguji 2

: Dr. Hj. Sri Astuti, M.Pd



Dr. Desvian Bandarsyah, M.Pd  
NIDN 03.1712.6903

## ABSTRAK

**Elvira Fikri:** 1601085099. “*Saluran Distribusi Produk Hand Sanitizer Di CV. Sarana Cipta Utama Pada Era Pandemi Covid-19*”. Skripsi. Jakarta: Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, 2020.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana saluran distribusi yang di terapkan oleh produsen *hand sanitizer* di CV. Sarana Cipta Utama Pada Era Pandemi Covid-19.

Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini dengan pendekatan secara kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan secara kualitatif yaitu pendekatan masalah berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka. Penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidik. Penelitian ini menggali informasi terkait saluran distribusi. Dalam sumber data yang digunakan adalah *Purposive sampling*, yaitu peneliti menentukan dengan sengaja subjek penelitian yang diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah produsen produk hand sanitizer di CV. Sarana Cipta Utama. Hal ini berdasarkan pertimbangan bahwa produsen lebih mengetahui tentang penyaluran produk yang dihasilkan hingga sampai ke tangan konsumennya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Saluran Distribusi Produk Hand Sanitizer Di CV. Sarana Cipta Utama Pada Era Pandemi Covid-19* yang dominan adalah pola pendistribusian tidak langsung Produsen – Agen – Konsumen atau Produsen – Agen – Pedagang Eceran - Konsumen. Pendistribusian ini sangat cocok untuk produsen hand sanitizer Utama pada masa pandemi covid-19 di CV. Sarana Cipta. Dalam penyampaian produk hand sanitizer, produsen memutuskan cara yang baik untuk menyimpan, menangani, mengendalikan persediaan, memproses pesanan dan memindahkan produk hand sanitizer sehingga produk hand sanitizer tersedia untuk konsumen sampai dalam keadaan baik.

Kata Kunci : **Saluran Distribusi**

## **ABSTRACT**

**Elvira Fikri: 1601085099.** *"Hand Sanitizer Product Distribution Channel at CV. Sarana Cipta Hutama in the Covid-19 Pandemic Era". Thesis. Jakarta: Economic Education Study Program Faculty of Education, University of Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, 2020.*

*This study aims to identify how the distribution channels implemented by hand sanitizer manufacturers at CV. Sarana Cipta Hutama in the Covid-19 Pandemic Era.*

*The reasearch method used in this thesis is a descriptive qualitative approach. A qualitative approach namely a problem approach based on descriptions that are not numeric. This descriptive research is to make descriptions, descriptions or paintings systematically, factually and accurately regarding the facts, characteristics and relationships between the phenomena being investigated. This study explores information related to distribustion channels. In the data source used is purposive sampling, namely the researcer deliberately determines the research subject under study. The information in this study were manufacturers of hand sanitizer products at CV. Sarana Cipta Hutama. This is based on the consideration that producers know more about the distribution of the products they produce to consumers.*

*The results showed that the Hand Sanitizer Product Distribution Channel at CV. Sarana Cipta Hutama in the Covid-19 Pandemic Era, the dominant distribution pattern was indirect Producers - Agents - Consumers or Producers - Agents - Retailers - Consumers. This distribution is very suitable for hand sanitizer manufacturers Hutama during the covid-19 pandemic at CV. Sarana Cipta Hutama. This distribution is very suitable for hand sanitizer manufacturers in CV. Sarana Cipta Hutama in the era of the covid-19 pandemic. In delivering hand sanitizer products, manufacturers decide on a good way to store, handle, control inventory, process orders and move hand sanitizer products so that hand sanitizer products are available to consumers until they are in good condition.*

**Keyword: Distribution Channels**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I           PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian .....	9
C. Pertanyaan Penelitian .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II           KAJIAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian .....	12

1. Deskripsi Konseptual Fokus .....	12
2. Subfokus Penelitian .....	14
a. Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi .....	14
b. Alternatif Menentukan Banyaknya Penyalur .....	14
c. Distribusi Fisik .....	16
d. Lembaga Perantara.....	18
e. Fungsi dan Arus Saluran Pemasaran.....	20
f. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran .....	21
B. Penelitian yang Relevan .....	27
<b>BAB III           METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Alur Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
1. Tempat Penelitian .....	31
2. Waktu Penelitian.....	33
C. Latar Penelitian.....	35
1.Subyek dari penelitian dan lokasi Penelitian .....	35
2.Kegiatan yang dilakukan .....	35
3.Waktu yang Melatari Penelitian .....	36
D. Metode dan Prosedur Penelitian.....	36
E. Peran Peneliti .....	38
F. Data dan Sumber Data .....	39
G. Teknik dan Prosuder Pengumpulan Data .....	42

	H. Teknik Analisis Data.....	46
	I. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
<b>BAB IV</b>	<b>KAJIAN TEORI</b>	
	A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	53
	1. Sejarah CV. Sarana Cipta Utama.....	53
	2. Logo CV. Sarana Cipta Utama.....	54
	3. Struktur Organisasi.....	55
	4. Uraian Tugas Pekerjaan.....	55
	5. Visi dan Misi CV. Sarana Cipta Utama.....	59
	6. Motto CV. Sarana Cipta Utama.....	59
	B. Prosedur Memasuki Setting Penelitian.....	59
	C. Temuan Penelitian.....	60
	1. Penyaluran Barang.....	63
	2. Penyampaian Barang.....	68
	D. Pembahasan.....	75
	1. Penyaluran Barang.....	75
	2. Penyampaian Barang.....	82
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Simpulan.....	95
	B. Saran.....	96

**DAFTAR PUSTAKA .....99**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN .....105**



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Penyebaran virus Corona (COVID19) yang mematikan telah membuat masyarakat dunia resah. Wabah virus baru Corona (COVID19), tercatat mulai terdiagnosis 1 Desember 2019 di Wuhan, Profinsi Hubei, RRC. Sejak itu menyebar bersifat eksponensial. Pada tanggal 25 Maret 2020, yang terinfeksi tercatat sebanyak 422.989 dan yang meninggal 18.916 orang yang berarti tingkat kematiannya 4,4%. Sementara di Indonesia terinfeksi 790 dan meninggal 58 orang yang berarti tingkat kematiannya 7,3% (beberapa hari sebelumnya tercatat 9,3%, tertinggi di dunia). Tapi problem Covid-19 ini yang sangat dikhawatirkan adalah bukan kematiannya , tapi super cepatnya penyebaran sehingga Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menetapkan sebagai pandemi global, artinya penyebarannya mencapai geografis hampir ke seluruh negara-negara di dunia (Ahmad Erani Yustika, 2020).

Virus yang pertama kali ditemukan di Wuhan ini awalnya disebarkan melalui sebuah pasar tradisional di mana para pengunjung terekspos langsung dengan hewan yang diperjualbelikan. Kemudian, virus yang berasal dari hewan tersebut selanjutnya menyebar dari orang ke orang ke wilayah yang lebih luas. Penyebarannya pun sudah sangat meluas hingga ke 27 negara seperti Jepang, Thailand, Singapura, Hong Kong, Korea Selatan, Australia, dan sekarang di Indonesia.

Virus corona dipercaya ditularkan melalui udara dari partikel yang menyebar saat orang yang terinfeksi batuk atau bersin, sama seperti penularan penyakit influenza. Pada kondisi yang mengkhawatirkan ini, banyak anjuran perilaku hidup sehat yang disebar berbagai pihak dalam kondisi pandemi virus corona covid-19 belakangan ini. Bukan hanya dari WHO, melainkan juga dari pihak-pihak lain yang berkompeten di bidang kesehatan, utamanya terkait virus. Bahkan, Presiden RI, Joko Widodo pun telah menyerukan agar masyarakat Indonesia hidup sekuat tenaga demi menghindari virus corona covid-19. Salah satunya adalah dengan social distancing, menjauhkan diri dari keramaian, bekerja dan belajar di rumah. Kita juga diminta mencuci tangan sesering mungkin dengan menggunakan sabun untuk menghindari serangan virus corona covid-19. Penggunaan hand sanitizer juga disarankan, terutama dalam kondisi kita tidak menemukan sumber air. (Fitriansyah, 2020).

Mencuci tangan dengan sabun pada air mengalir atau hand sanitizer menjadi faktor yang sangat penting untuk membunuh virus yang menempel di tangan, khususnya setelah beraktivitas di luar rumah atau di tempat umum. Masyarakat yang semakin takut akan penyebaran virus ini ingin memastikan bahwa hand sanitizer yang mereka miliki cukup. Mereka mulai membeli hand sanitizer di toko fisik dan online dengan jumlah yang banyak, menyebabkan produsen kehabisan stok. Dengan menipisnya stok hand sanitizer yang ada di pasaran, harga hand sanitizer naik hingga tiga kali lipat, bahkan lebih. Seiring dengan tingginya permintaan akan hand sanitizer produsen mulai meningkatkan kapasitas produksi sehingga produk dapat segera dipasarkan.

Lalu apakah yang menjadi bahan baku hand sanitizer yang saat ini sangat dicari? Menurut WHO minimal 60% kandungan alkohol dalam hand sanitizer (Lora Ekana Nainggolan, 2020).

Bila kita mencermati kondisi di negara kita sekarang ini, dampak dari Covid-19 terjadi penurunan pertumbuhan ekonomi, menurut Studi Warwick McKibbin dan Roshen Fernando (Australian National university) memprediksi antara 4,7%, 2,8% hingga 1,3% yang sebelumnya dalam rencana APBN akan bertumbuh 5,3% (Ahmad Erani Yustika, 2020). Sehingga banyak perusahaan yang ada di Indonesia harus tutup (berhenti beroperasi) karena tidak mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Untuk itu perusahaan harus berusaha menemukan strategi yang tepat agar tetap bisa bertahan (survive) dan dapat memenuhi tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan berupa laba yang maksimal.

Hal tersebut menuntut perusahaan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam memenuhi permintaan dan keinginan tersebut, perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat baik untuk perusahaan yang memproduksi produk sejenis maupun yang berbeda sama sekali. Selain itu diperlukan ide-ide yang kreatif dan inovatif dari perusahaan untuk dapat menghasilkan produk yang lebih baik, lebih mampu bersaing dan memenangkan persaingan pasar.

Dalam hal melakukan persaingan, perusahaan seharusnya tidak hanya menitikberatkan pada kelancaran produksi saja, tetapi harus memperhatikan pula strategi dalam memasarkan hasil produksinya. Dalam menerapkan

strategi pemasaran yang tepat dan efektif, perusahaan juga harus dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga strategi pemasaran dapat berhasil. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, distribusi dan promosi.

Oleh karena itu agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu dan kualitas, dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga target dari penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat terwujud. Namun yang lebih penting perusahaan harus dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen, karena meskipun produk itu berkualitas dan bermanfaat akan tetapi bila tidak dikenal oleh konsumen, produk tersebut tidak akan diketahui kualitas dan manfaatnya oleh konsumen dan konsumen tidak akan membelinya.

Salah satu kegiatan penting yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya adalah kegiatan pemasaran produk perusahaan bersangkutan. Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga produk dan promosi, melainkan juga pendistribusian produk. Oleh karena itu dalam kegiatan pemasaran muncul dalam aktivitas yang tercakup dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) yang disebut 4P yang meliputi 4P *Product* (produk), *Price* (harga), *Promotion* (promosi) dan *Place* (distribusi) (Dimiyati, 2012).

Saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang berfungsi mempercepat arus barang dari produsen ke konsumen secara efisien. Saluran distribusi sebagai salah satu unsur bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam pemasaran produk dan mencapai tujuan perusahaan.

Proses kegiatan distribusi dalam menjangkau wilayah pemasaran secara luas mencakup pemasaran dalam kota, pemasaran luar kota bahkan pemasaran produk untuk keluar negeri. Proses kegiatan penyaluran produk dapat dilakukan oleh produsen dengan beberapa macam saluran distribusi antara lain distribusi langsung (direct channel) atau distribusi tidak langsung (indirect channel). Saluran pemasaran distribusi menurut Tjiptono (2008: 587) dua karakteristik saluran distribusi yaitu, sistem langsung dan sistem tidak langsung. Sasaran pokoknya adalah mencapai jumlah pelanggan yang optimal pada waktu yang tepat dengan biaya yang rendah namun dalam batas tingkat kendali atas distribusi tertentu.

Manfaat penggunaan saluran distribusi bagi pelaku usaha akan menciptakan nilai tambah produk. Adanya kegiatan distribusi, membuat penyaluran hasil produksi menjadi lebih mudah dan dapat dipastikan sampai di tangan konsumen. Dalam hal ini, diketahui bahwa saluran distribusi ini memegang peran penting, baik bagi produsen maupun konsumen. Selain itu, peran penting distribusi ini tidak hanya dari segi ekonomi saja, melainkan juga dari berbagai aspek lain dalam masyarakat, mengingat berbagai produk pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat juga memerlukan adanya distribusi untuk bisa dimanfaatkan.

“Perantara memperlancar arus barang dan pelayanan ... Prosedur ini penting agar dapat menjembatani ketimpangan antara beraneka ragam barang dan pelayanan yang ditawarkan oleh produsen dan keanekaragaman permintaan oleh konsumen. Ketimpangan ini timbul dari kenyataan bahwa produsen itu secara khusus membuat suatu kuantitas barang yang besar dengan variasi yang terbatas, sebaliknya yang diinginkan konsumen biasanya kuantitas barang yang terbatas, tetapi dengan banyak variasi.”(Abdullah & Tantri, 2018)

Perusahaan perlu memperhatikan fungsi-fungsi dari saluran distribusi untuk mendukung kegiatan saluran distribusi seperti fungsi informasi, promosi, negoisasi, pesanan, pendanaan, pengambilan resiko dan fungsi kepemilikan fisik. Bila perusahaan kurang memperhatikan fungsi-fungsi saluran distribusi tersebut maka dapat berdampak kurang baik bagi perusahaan itu sendiri terhadap tujuan penjualannya dan juga untuk citra perusahaan.

Penentuan saluran distribusi yang tepat benar-benar harus menjadi salah satu perhatian utama bagi perusahaan, mengingat persaingan yang semakin ketat dari perusahaan lain yang memproduksi barang sejenis nampak semakin kompetitif. Saluran distribusi yang tepat adalah saluran distribusi yang mempunyai kemampuan dan tanggung jawab yang dapat meningkatkan hasil penjualan, sehingga diperoleh hasil yang maksimal. Selain penentuan saluran distribusi secara tepat, perusahaan juga harus memperhitungkan biaya yang di keluarkan untuk membiayai kegiatan distribusi tersebut, sebab apabila terlalu besar biaya yang di keluarkan akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan.

*“Distribution is an increasingly important way of competing for sales”*. Yang dimaksudkan Distribusi merupakan langkah yang penting dalam persaingan mendapatkan penjualan (Ebert & Griffin, 2017). Alih-alih sekedar menawarkan Keuntungan dari keutamaan produk serta kualitas, harga dan promosi, banyak perusahaan telah beralih pada distribusi sebagai landasan strategi bisnis mereka. Pendekatan ini berarti menilai dan memperbaiki arus aktivitas secara keseluruhan (perdagangan partai besar, pergudangan, dan transportasi) yang tercakup dalam pengiriman produk-produk kepada para pelanggan.

Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Dengan semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut.

Kemacetan dalam mendistribusikan produk akan banyak menimbulkan kesulitan baik dipihak konsumen maupun produsen. Kesulitan yang terjadi dipihak produsen meliputi terganggunya penerimaan penjualan sehingga target penjualan yang telah ditentukan tidak dapat terpenuhi, sedangkan dampak kemacetan pendistribusian barang bagi konsumen adalah membuat konsumen kesulitan mendapatkan produk tersebut serta menyebabkan tendensi harga, tendensi harga yang meningkat terjadi akibat berkurangnya barang yang ditawarkan dipasar yang akhirnya membuat konsumen mengambil alternatif lain dengan beralih ke produk yang lainnya.

Hal ini akan menyebabkan arus pendapatan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melangsungkan kontinuitas tidak dapat diharapkan.

Demikian pula dengan CV. Sarana Cipta Utama sebagai salah satu home industri membuat strategi untuk dapat bertahan dalam kondisi seperti ini, yaitu dengan mengeluarkan produk Hand Sanitizer dengan merek Norris. Produk tersebut di produksi sebagai bentuk upaya preventif adanya wabah pandemi Covid-19 dan adanya rasa prihatin dan empati terhadap masyarakat yang membutuhkan akan Hand Sanitizer. Hand Sanitizer tersebut di distribusikan, diutamakan kepada yang lebih membutuhkan seperti tenaga medis dengan kualitas dan kandungan yang sesuai standar kesehatan. Hand Sanitizer Norris mengandung alkohol 70% dengan aroma terapi sereh yang dapat efektif melawan kuman dan virus. Hand Sanitizer tersebut dilakukan quality control untuk memastikan bahan, dosis dan formula nya dengan benar, yang menjadi quality control tersebut yaitu PT. Ratu Biru Perkasa.

Suparli sebagai pemilik CV. Sarana Cipta Utama menambahkan bahwa distribusi hand sanitizer ini tidak hanya saat wabah pandemi COVID-19 saja, namun akan diberlakukan tahun selanjutnya agar menjaga kebersihan dan kesehatan masyarakat. "Distribusi ini tidak berhenti saat adanya wabah pandemi ini saja, namun akan diberlakukan tahun selanjutnya agar masyarakat selalu menjaga kebersihan dan kesehatan," tambahnya.

Pada tahun 2017, CV. Sarana Cipta Utama yang berada di bawah naungan UMKM Bekasi dan Majelis Ilmu telah diakui diperindustrian kecil sebagai perusahaan kecil yang mulai berkembang. CV. Sarana Cipta Utama

melakukan langkah strategis untuk mengikuti tatanan marketing yang terorganisir sebagai sebuah perusahaan yang berkembang dan memiliki jaringan distribusi yang meluas.

Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti permasalahan-permasalahan yang terkait saluran distribusi yang ada di CV. SARANA CIPTA HUTAMA PADA ERA PANDEMI COVID-19, maka peneliti ingin melakukan penelitian

“SALURAN DISTRIBUSI PRODUK HAND SANITIZER DI CV. SARANA CIPTA HUTAMA PADA ERA PANDEMI COVID-19”

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

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, agar pokok bahasan mengenai saluran distribusi tidak terlalu melebar, maka peneliti memfokuskan penelitian ini pada Saluran Distribusi Produk Hand Sanitizer Di CV. Sarana Cipta Hutama Pada Era Pandemi Covid-19. Sedangkan sub fokus penelitian meliputi:

1. Pola penyaluran produk hand sanitizer agar dapat sampai ke pemakai akhir.
2. Proses penyampaian produk hand sanitizer hingga kepada konsumen.

Dari penelitian di lapangan bisa jadi fokus penelitian yang diteliti dapat meluas atau menyempit tergantung dari situasi yang ada atau yang terjadi.

### C. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka muncullah beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimanakah pola penyaluran produk hand sanitizer agar dapat sampai ke pemakai akhir di CV. Sarana Cipta Utama?
2. Bagaimana proses penyampaian produk hand sanitizer hingga kepada konsumen di CV. Sarana Cipta Utama?

### D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang Saluran Distribusi Produk Hand Sanitizer Di CV. Sarana Cipta Utama Pada Era Pandemi Covid-19.

1. Mengetahui pola penyaluran produk hand sanitizer di CV. Sarana Cipta Utama agar dapat sampai ke pemakai akhir.
2. Mengetahui proses penyampaian produk hand sanitizer di CV. Sarana Cipta Utama hingga kepada konsumen.

### E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Salah satu kajian untuk penulisan ilmiah berkenaan dengan Saluran Distribusi.

2. Manfaat Empirik
  - a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori – teori yang diperoleh selama perkuliahan dalam mata kuliah yang lebih nyata dan untuk menambah ilmu pengetahuan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk melakukan penelitian sejenis dan lebih lanjut dalam bidang yang sama.

c. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Sebagai satu bahan acuan penelitian di bidang Pendidikan Ekonomi khususnya di bidang keahlian Tata Niaga.

d. Bagi Tempat Peneliti

Dapat digunakan sebagai dasar untuk mengambil keputusan pemecahan mengenai masalah yang timbul khususnya saluran distribusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *MANAJEMEN PEMASARAN* (1st ed.). Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Ahmad Erani Yustika, A. H. F. A. S. (2020). *Pandemi Corona: Virus Deglobalisasi* (R. A. Didin S. Damanhuri, Irvan Rahardjo, Tauhid Ahmad, ed.). Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Anggiani, S. (2018). *Kewirausahaan Pola Pikir Pengetahuan Keterampilan* (2nd ed.; I. Fahmi, ed.). Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.
- Arafik, H. (2017). *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam Kontemporer* (1st ed.; I. Fahmi, ed.). Depok: KENCANA.
- Dimiyati, M. (2012). *Konsep Inti & Elemen Pemasaran* (1st ed.; M. Purbangkoro, ed.). Mojokerto: Insan Global.
- Ebert, R. J., & Griffin, R. W. (2017). *Business Essentials* (11th ed.; S. Wall, ed.). Edinburgh Gate: Pearson Education Limited.
- Fitriansyah, H. (2020). Cegah Virus Corona Covid-19. Retrieved from Liputan 6 website: <https://www.liputan6.com/>
- Hartono, B. (2012). *EKONOMI BISNIS* (T. U. Press, Ed.). Malang: Tim UB Press.
- Lora Ekana Nainggolan, D. (2020). *Belajar Dari Covid-19 Perspektif Ekonomi & Kesehatan* (J. Simamata, Ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (36th ed.; I. Taufik, Ed.). BANDUNG: PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu* (1st ed.). BANDUNG: CV

## PUSTAKA SETIA.

- Rifqi Suprpto, M. Z. W. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Samun Jaja Raharja, R. A. (2010). Analisis Saluran Distribusi Hypermarket di Kota Bandung. *Sosiohumaniora*, 15, 119–129. Retrieved from <http://sosiohumaniora.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2014/01/samun-jaja-rahharja-ok-119-130-Rev-1.pdf>.
- Simamora, B. (2014). *Pemasaran Strategik* (1st ed.; R. S. Brontolaras, Ed.). Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Subagyo, Nur Aini Masruroh, I. B. (2018). *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain* (Azzet, Ed.). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kombinasi* (1st ed.; M. T. Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (26th ed.). BANDUNG: Alfabeth. CV.
- Tamuntuan, N. (2013). Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 421–432.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik* (3rd ed.). Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (1st ed.; Giovanny, Ed.). Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET.