

**PERAN DISTRIBUSI PADA USAHA IMPOR PERIKANAN UD.
SANTOSO INDO LAUT UNTUK MENINGKATKAN EFESIENSI
PEMASARAN**

Vicky Verry Wijaya¹, Ari Susanto²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

Email : vickyverrywijaya234@gmail.com¹, ari.susanto@yahoo.co.id²

Abstrak

Artikel ini membahas peran distribusi dalam usaha impor perikanan di UD. Santoso Indo Laut serta kontribusinya terhadap efisiensi pemasaran. Distribusi merupakan salah satu peran penting dalam kegiatan pemasaran, terutama dalam bidang usaha perikanan yang melibatkan produk dengan keawetan rendah. Melalui pemesanan langsung dan analisis selama kegiatan magang, ditemukan bahwa sistem distribusi yang tepat waktu, terkoordinasi, dan berbasis kebutuhan pasar mampu mengurangi biaya operasional, mempercepat penyaluran produk, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, strategi distribusi yang diterapkan mendukung konsistensi penyediaan dan kualitas produk sampai ke tangan konsumen. Efisiensi dalam distribusi berperan penting dalam memperkuat posisi pemasaran perusahaan, terutama di tengah persaingan industri hasil laut yang kompetitif. Sementara itu, optimalisasi distribusi menjadi kunci utama dalam mendorong keberhasilan strategi pemasaran UD. Santoso Indo Laut.

Kata Kunci: Distribusi, Efisiensi Pemasaran, Usaha Impor Perikanan.

Abstract

This article discusses the role of distribution in the fisheries import business at UD. Santoso Indo Laut and its contribution to marketing efficiency. Distribution is one of the important roles in marketing activities, especially in the fisheries business sector involving products with low durability. Through direct ordering and analysis during the internship, it was found that a timely, coordinated, and market-based distribution system can reduce operational costs, accelerate product distribution, and increase customer satisfaction. Meanwhile, the distribution strategy implemented supports the consistency of product provision and quality to consumers. Efficiency in distribution plays an important role in strengthening the company's marketing position, especially amidst the competitive seafood industry. Meanwhile, distribution optimization is the main key in driving the success of UD. Santoso Indo Laut's marketing strategy.

Keywords: Distribution, Marketing Efficiency, Fisheries Import Business.

PENDAHULUAN

Distribusi yang efektif tidak hanya memastikan ketersediaan produk di pasar,

tetapi juga mempengaruhi kualitas produk, kepuasan pelanggan, serta efisiensi biaya operasional perusahaan. Hal ini menjadi

semakin penting dalam industri yang menangani komoditas dengan daya tahan rendah, seperti produk perikanan. Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam manajemen bisnis yang berfungsi untuk menjembatani antara produk yang dihasilkan dengan konsumen yang membutuhkan. Dalam proses pemasaran, distribusi menjadi salah satu elemen kunci yang menentukan keberhasilan penyaluran produk dari produsen atau importir ke tangan konsumen akhir.

Dalam konteks ini, efisiensi pemasaran tidak hanya diukur dari volume penjualan atau perluasan jaringan pasar, tetapi juga dari bagaimana perusahaan mampu mengelola sumber daya distribusinya secara optimal. Distribusi yang efisien mendukung kelancaran arus barang, meminimalkan pemborosan, dan mempercepat proses pengambilan keputusan dalam rantai pasokan. Oleh karena itu, pemahaman mengenai peran distribusi dalam meningkatkan efisiensi pemasaran menjadi penting untuk dikaji secara lebih mendalam.

Produk perikanan dikenal sebagai produk yang bersifat keawetan rendah, sehingga memerlukan sistem distribusi yang cepat, terkoordinasi, dan disertai

dengan pengendalian kualitas yang ketat. Dalam konteks usaha impor perikanan, tantangan distribusi menjadi lebih kompleks karena mencakup proses pengiriman internasional, pengurusan dokumen, penyimpanan sementara, serta distribusi domestik ke berbagai wilayah pemasaran. Oleh karena itu, strategi distribusi yang diterapkan harus mampu menyesuaikan dengan dinamika pasar, regulasi pemerintah, serta mempertimbangkan efisiensi biaya dan waktu.

UD. Santoso Indo Laut merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di bidang perikanan khususnya hasil laut seperti ikan laut, cumi-cumi, dan udang. Sebagai perusahaan yang melayani pasar dalam negeri dengan permintaan yang cukup tinggi dan beragam, UD. Santoso Indo Laut sangat bergantung pada sistem distribusi yang mampu menjamin ketepatan waktu pengiriman dan kualitas produk baik. Berdasarkan hasil observasi dan keterlibatan langsung melalui program magang di perusahaan tersebut, dapat ditemukan bahwa distribusi memainkan peranan penting dalam upaya meningkatkan efisiensi pemasaran. Koordinasi yang baik antara bagian pengiriman, pemasaran, dan operasional

terbukti mampu menekan biaya pengiriman, mengurangi tingkat kerusakan produk, serta meningkatkan kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran distribusi dalam kegiatan usaha impor perikanan di UD. Santoso Indo Laut dan bagaimana distribusi tersebut dapat memberikan kontribusi terhadap efisiensi pemasaran. Penelitian ini juga dapat memberikan sebuah contoh strategis mengenai praktik distribusi yang efektif pada industri perikanan, yang dapat dijadikan referensi oleh pelaku usaha sejenis dalam mengembangkan sistem pemasaran yang lebih efisien dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan cara Teknik deskriptif kualitatif. Studi deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki suatu kondisi, keadaan atau peristiwa lain dan hasilnya akan dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto 2019). Metode ini dapat mengelola substansi penelitian, karena metode kualitatif ini secara langsung menggambarkan hubungan antara peneliti dan nara sumber, item dan subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau

subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2017).

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memperoleh gambaran secara menyeluruh mengenai sistem bagaimana distribusi pada UD. Santoso Indo Laut dijalankan dan bagaimana perannya dalam meningkatkan efisiensi pemasaran produk impor perikanan. Pendekatan ini dianggap sesuai karena mampu menggali informasi secara mendalam mengenai proses distribusi dan proses kinerja pemasaran. Penelitian ini dilakukan di UD. Santoso Indo Laut yang berlokasi di pasar Darmo Permai Timur GG.03, Surabaya, yang bergerak di bidang impor dan distribusi produk perikanan. Penelitian ini dilakukan selama 3 bulan. Metode penelitian ini dilakukan untuk mengetahui peran pada usaha impor perikanan UD. Santoso Indo Laut untuk meningkatkan efisiensi dengan cara pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem peran distribusi yang dilakukan usaha UD. Santoso Indo Laut. Peran pada usaha impor perikanan UD. Santoso Indo Laut untuk meningkatkan efisiensi pemasaran. Untuk sistem

distribusi yang diterapkan adalah distribusi tidak langsung. Distribusi yang dilakukan melalui pemasok atau mitra nelayan dan pusat pasar perikanan kemudian menyalurkan ke minimarket dan pasar.

Peran distribusi memegang peran vital dalam menciptakan efisiensi pemasaran, karena menyangkut dalam efisiensi pemasaran:

1). Kecepatan: Pengiriman yang cepat (tepat waktu) membuat konsumen puas dan meminimalkan kerusakan produk.

2). Kualitas Produk: Produk yang sampai dalam kondisi baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen.

3). Biaya: pengiriman yang efisien dan kualitas produk dalam kondisi baik akan berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dihasilkan mengenai peran distribusi pada usaha impor perikanan UD. Santoso Indo Laut untuk meningkatkan efisiensi pemasaran, dapat disimpulkan dalam hal-hal berikut:

1. Sistem distribusi yang diterapkan UD. Santoso Indo Laut yaitu distribusi tidak langsung melalui pemasok. Sistem ini sudah cukup terstruktur, tetapi masih menghadapi

kendala pada cuaca dan stock ikan yang kurang.

2. Distribusi memiliki peran strategis dalam meningkatkan efisiensi pemasaran, terutama karena produk perikanan bersifat mudah rusak dan memerlukan penanganan khusus. Efisiensi distribusi secara langsung berdampak pada kualitas produk yang diterima pelanggan, waktu pengiriman, dan biaya operasional.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin efisien distribusi dijalankan, maka semakin tinggi pula efektivitas dan efisiensi pemasaran yang dapat dicapai. Distribusi bukan hanya aktivitas pengiriman barang, melainkan bagian strategi pemasaran, terutama produk perikanan yang sangat sensitive terhadap waktu dan kualitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

- Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2013). *Supply Chain Logistics Management* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Christopher, M. (2011). *Logistics and Supply Chain Management* (4th ed.). Pearson Education.
- Rahmawati, D., & Prabowo, A. (2020). "Pengaruh Distribusi Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Perikanan di Jakarta". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 112–120.
<https://doi.org/10.21009/JMP.142.05>
- Harahap, F., & Lestari, P. (2019). "Efisiensi Sistem Distribusi Produk Perikanan di Sentra Ikan Nusantara". *Jurnal Perikanan dan Kelautan*, 10(1), 65–73.
- Syahputra, R., & Sari, M. (2018). "Analisis Distribusi Produk Hasil Laut dan Dampaknya Terhadap Pemasaran". *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(3), 205–212.
- Fitriani, R. (2021). "Manajemen Distribusi dalam Rantai Pasok Perikanan: Studi Kasus di Industri Skala Menengah". *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 33–41.
- Yuliana, I. N. (2022). "Strategi Pemasaran Melalui Optimalisasi Distribusi Produk Perikanan di Indonesia Timur". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Perikanan*, 5(2), 89–97.