

Tinjauan Atas Saluran Distribusi Pada PT. Pupuk Indonesia

Arnetta Izlyn Fahmi, Denta Purnama
Program Diploma III, Manajemen Pemasaran
Program Vokasi Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan
Email : arnettaizlyn@gmail.com

*Distribution
Channels of PT
Pupuk Indonesia*

199

Submitted
APRIL 2023

Accepted
AGUSTUS 2023

ABSTRAK

Saluran distribusi merupakan salah satu langkah awal perusahaan untuk mendapatkan keuntungan serta memperluas daerah jangkauan pemasaran dan menjadi salah satu elemen penting bagi sebuah perusahaan yang di mana produknya harus didistribusikan dengan baik oleh distributor yang berperan aktif sebagai jembatan antara produsen dan konsumen. Adapun tujuan dari peninjauan yang dilakukan penulis adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana penerapan Saluran Distribusi pada PT. Pupuk Indonesia. 2) Untuk mengetahui bagaimana kendala Saluran Distribusi pada PT. Pupuk Indonesia. 3) Untuk mengetahui bagaimana mengatasi kendala saluran distribusi pada PT. Pupuk Indonesia. Berdasarkan hasil peninjauan penulis mengetahui bahwa 1) Saluran Distribusi yang diterapkan pada PT. Pupuk Indonesia Saluran Distribusi Eksklusif, Distribusi Selektif, dan Distribusi Intensif. 2) Adapun kendala yang dialami oleh PT. Pupuk Indonesia yaitu, Sulitnya akses transportasi untuk mengirim pupuk ke daerah terpencil, Pemda setempat telat menerbitkan SK izin untuk menjual pupuk, dan Harga pupuk yang tidak stabil. 3) Adapun upaya untuk yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut yaitu dengan cara pihak manajemen dari PT. Pupuk Indonesia yaitu menyediakan tenaga sales untuk menjangkau daerah terpencil, membuat sosialisasi kepada pemerintah mengenai pentingnya penggunaan pupuk, dan adanya penetapan harga HET pada kemasan pupuk.

Kata Kunci : Saluran Distribusi, PT. Pupuk Indonesia.

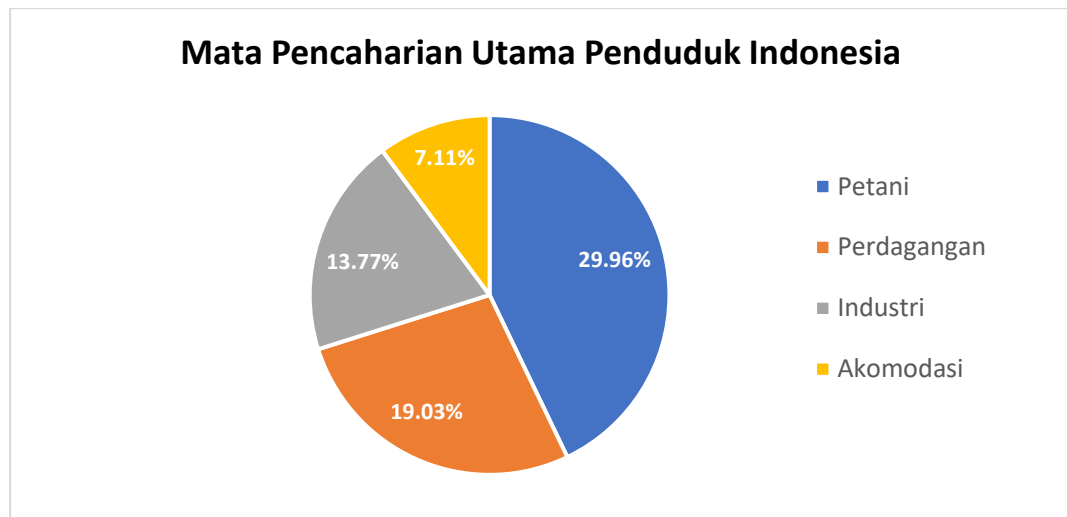
PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan iklim tropis dan memiliki curah hujan yang cukup tinggi. Keadaan ini menjadikan tanah Indonesia subur sehingga banyak jenis tanaman yang dapat tumbuh dengan cepat. Didukung oleh luas daratan yang membentang dan hasil alam yang melimpah, Indonesia dikenal sebagai negara agraris, yaitu negara yang mampu menghasilkan hasil pertanian dalam jumlah besar.

Sebagai negara agraris, keberadaan petani di Indonesia juga memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian nasional. Tercatat bahwa pada Februari 2022, ada 40 juta penduduk Indonesia berprofesi sebagai petani. Pertanian merupakan industri terpenting dalam penyediaan bahan pokok dan penunjang sektor sosial, ekonomi dan komersial.

JABKES

Jurnal Aplikasi Bisnis
Kesatuan
Vol. 3 No. 2, 2023
page. 199-206
IBI Kesatuan
ISSN 2807 – 6036
DOI: 10.37641/jabkes.v3i2.1892



Gambar 1.1

Diagram persentase mata pencaharian.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada Februari 2022, terdapat 40,64 juta penduduk Indonesia bekerja di sektor pertanian.. Angka tersebut merupakan 29,96% dari total penduduk yang bekerja yaitu 135,61 juta orang, sekaligus yang tertinggi dibandingkan sektor kehidupan kerja lainnya.

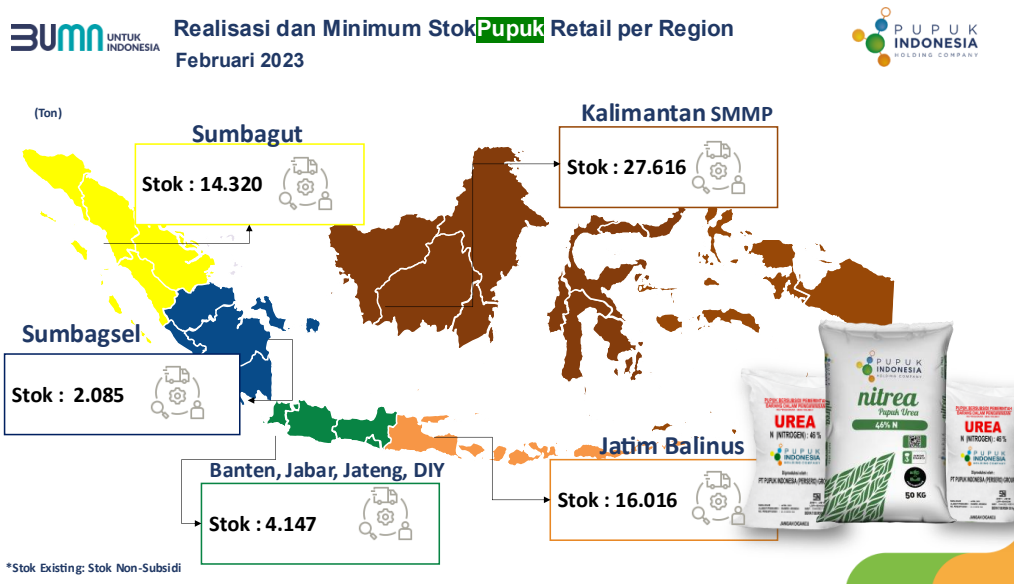
Salah satu faktor yang mendukung keberhasilan petani dalam bidang pertanian adalah penggunaan pupuk. Peranan pupuk sangat penting untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi dan kesuburan tanaman yang dibudidayakan, sehingga tanaman lebih tahan terhadap berbagai hama. Namun karena Indonesia merupakan negara kepulauan yang wilayah lautnya lebih luas dari daratan, proses distribusi ini cukup sulit. Distribusi pupuk dari satu wilayah ke wilayah lain terisolasi dari wilayah laut, sehingga waktu tempuh dan infrastruktur lebih rumit.

Untuk menciptakan pupuk dan menyediakan kebutuhan petani di Indonesia, langkah pertama pemerintah adalah berkolaborasi dengan PT. Pupuk Indonesia, perusahaan induk dari pabrik pupuk milik negara terbesar di negara. Untuk memastikan distribusi yang efektif dan merata, PT. Pupuk Indonesia mengelola perusahaan yang memproduksi, menjual, dan mendistribusikan pupuk di wilayahnya. Industri distribusi sangat penting untuk memastikan bahwa barang yang diiklankan tersedia secara konsisten di seluruh wilayah dalam kegiatan industri. Akan sulit bagi konsumen untuk mengakses barang-barang jika suatu produk diproduksi secara tidak merata karena ada permintaan pasar yang kuat untuk itu meskipun kelangkaannya. Komponen bauran pemasaran adalah distribusi. Distribusi juga dapat dilihat sebagai pemasaran barang, yang mencoba untuk mempercepat pasokan barang dan jasa sehingga penggunaannya diperlukan. Pemasaran produk adalah metode lain untuk menggambarkan distribusi. Alih-alih memesan dari produsen yang jauh, konsumen mungkin mendapatkan barang yang mereka butuhkan pada waktu yang sesuai dengan mereka dari pengecer yang secara geografis lebih dekat dengan mereka berkat jaringan distribusi.

Menurut Abubakar (2018), saluran distribusi adalah kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk mempercepat dan memudahkan penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen untuk digunakan sesuai kebutuhan. Namun menurut Sunyoto (2015), saluran distribusi dapat diartikan sebagai sekelompok pedagang dan agen perusahaan yang menggabungkan pengiriman fisik dan nama produk untuk menciptakan kegunaan bagi pasar tertentu. Menurut Kartajaya (2013), strategi adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi bisnis dapat berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, masuk pasar, rasionalisasi staf, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan. Sementara itu, menurut Nitisemito (2013), strategi adalah rencana yang terpadu, komprehensif dan terpadu yang berkaitan dengan kepentingan strategis perusahaan terhadap tantangan lingkungan, dan yang tujuannya untuk

memastikan tercapainya tujuan perusahaan dapat dicapai melalui implementasi yang tepat oleh organisasi.

Pengaturan sistem distribusi pupuk ini diharapkan agar petani dapat memperoleh pupuk dengan 6 asas tepat, yaitu : tempat, jenis, waktu, jumlah, mutu, dan harga. Saluran ini sudah di atur dalam sebuah peraturan pemerintah yang terdapat pada SK Menperindag No. 17/M-DAG/PER/6/2011



Gambar 1.2

Persebaran Pupuk Per Region di Indonesia.

Sumber : Data Internal PT. Pupuk Indonesia.

Berikut adalah gambar peta persebaran produk PT. Pupuk Indonesia di kota dan pulau seluruh Indonesia. Berbagai upaya yang dilakukan dalam pendistribusian ini bertujuan untuk membuat pelanggan merasa puas, tidak hanya terhadap produk yang dijual, namun juga terhadap perusahaan penghasil produk. Sehingga pelanggan akan terus tertarik membeli produk. Disinilah nilai produk bisa dikatakan semakin tinggi karena adanya proses distribusi yang baik disertai dengan adanya berbagai upaya yang inovatif untuk semakin menarik konsumen.

Adanya kegiatan pendistribusian yang dilakukan oleh perusahaan salah satunya yaitu untuk meningkatkan nilai suatu barang yang nantinya akan disalurkan dari produsen ke konsumen. Jika barang yang diproduksi oleh perusahaan memiliki manfaat yang tinggi maka nantinya akan ada keuntungan yang didapatkan oleh konsumen maupun perusahaan atau industri tersebut. Dengan pendistribusian ini, keuntungan yang utama bisa didapatkan oleh perusahaan adalah mendapatkan hasil dari nilai barang yang dijual sehingga akan ada pemasukan yang membuat modal bisa kembali dan keuntungan juga bisa didapatkan.

Maksud dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Diploma III (D3) jurusan Manajemen Pemasaran di Institut Bisnis Informatika Kesatuan Bogor.

Adapun tujuan penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan saluran distribusi di PT. Pupuk Indonesia.
2. Untuk mengetahui bagaimana kendala saluran distribusi di PT. Pupuk Indonesia.
3. Untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi kendala di PT. Pupuk Indonesia.

METODE PENELITIAN.

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan terhitung sejak tanggal 19 Oktober 2022 – 19 April 2023. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di PT. Pupuk Indonesia Holding Company yang beralamat di Gedung Graha Phonska, Lantai 4

Jalan Tanah Abang III no 16 Jakarta Pusat. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Data penelitian diperoleh melalui observasi dan wawancara terhadap pihak-pihak yang terkait serta melalui studi literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN.

Distribusi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang memiliki peran penting. Kegiatan distribusi berhubungan dengan penyaluran barang maupun jasa dari produsen ke konsumen agar kegiatan perekonomian berjalan dengan lancar.

Sebagai pelaku usaha untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal, perlu sebuah strategi distribusi yang tepat. Untuk itu, perlu di pelajari beberapa strategi saluran distribusi, menurut Jowan Kho dilansir dari jurnal data accurate.id 2018, Strategi ini sangat berperan penting dalam proses menyalurkan barang dan jasa dari perusahaan ke tangan konsumen. Secara prakteknya, berdasarkan hasil magang dan pengamatan yang saya lakukan, PT. Pupuk Indonesia melakukan proses distribusi secara tidak langsung sehingga alurnya cukup panjang dan menggunakan 3 saluran distribusi.

1. Saluran Distribusi B2B

a. Strategi Saluran Distribusi Eksklusif

Strategi distribusi eksklusif akan diterapkan dengan memberikan hak distribusi produk kepada beberapa pengecer atau distributor di area tertentu saja. PT. Pupuk Indonesia membuat jaringan eksklusif dengan mendistribusikan formula pupuk dengan anak perusahaan, yang mana formula tersebut hanya boleh di distribusikan kepada anak perusahaan yang termasuk ke dalam anggota holding company dan tidak dapat disebarluaskan. Jaringan ini memiliki benefit berupa reward kendaraan operasional jika melakukan penjualan dengan kuantiti yang sudah ditentukan.

Gambar 3.7

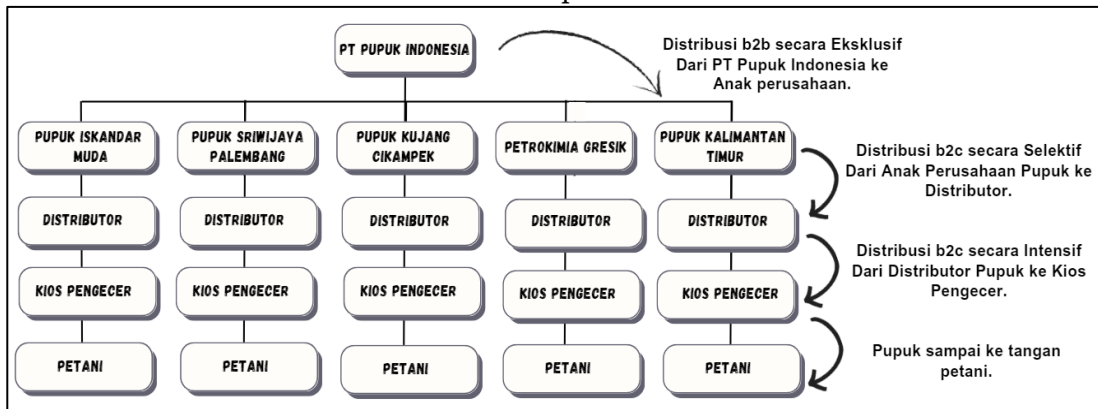
Distribusi Eksklusif PT. Pupuk Indonesia



b. Strategi Saluran Distribusi Selektif

Strategi yang satu ini adalah metode distribusi yang dilakukan dengan cara menyalurkan Formula yang sudah didistribusikan kepada anak perusahaan kemudian di olah menjadi pupuk siap pakai yang selanjutnya oleh anak perusahaan akan didistribusikan secara selektif kepada para distributor yang telah memenuhi syarat penebusan, distributor ini sudah memiliki lisensi dan sudah memiliki area persebarannya masing masing. Contoh pada anak perusahaan PIM yang mendistribusikan pupuk secara selektif kepada jaringan distributor, salah satu produknya yang terkenal yaitu Pupuk Urea. Saluran distribusi ini juga menghadiahkan reward kepada para distributor yang bisa menebus pupuk dengan kuantiti tertentu sehingga distributor akan terpacu untuk terus menebus pupuk dengan jumlah yang banyak.

Gambar 3.8
Proses Distribusi Pupuk 3 level Channel



2. Saluran Distribusi B2C

Strategi Saluran Distribusi Intensif

Distribusi Intensif ini merupakan salah satu bentuk strategi yang menempatkan produk pupuk yang sudah di tebus oleh distributor kemudian disebarakan secara intensif kepada kios kios yang sudah terdaftar menjadi mitra pupuk, setiap wilayah persebaran ditugaskan seorang salesman untuk mendata kios dan jumlah pupuk yang dibutuhkan sehingga proses distribusi menjadi lebih efektif.

Kendala yang terjadi pada saluran distribusi PT. Pupuk Indonesia.

Di dalam proses terjadinya pendistribusian dalam sebuah perusahaan tersebut, pastinya terdapat kendala yang terjadi dan tidak akan semulus dengan apa yang dibayangkan, pastinya akan timbul beberapa permasalahan dalam proses pendistribusian. Secara prakteknya berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pihak PT. Pupuk Indonesia, hambatan atau kendala yang terjadi pada PT. Pupuk Indonesia cukup kompleks, proses distribusi tidak langsung yang melibatkan banyak pihak dan armada ini cukup memakan waktu dan biaya yang tidak sedikit sehingga diperlukan adanya fasilitas yang mumpuni dan sumber daya manusia yang ahli dalam mengaturnya, proses distribusi yang tidak teratur akan berdampak terhadap harga pupuk pada saat sampai ke tangan petani, jika prosesnya terlalu panjang maka harganya akan naik, berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi PT. Pupuk Indonesia :

Saluran Distribusi B2B

a. Sulitnya akses transportasi ke daerah daerah kecil.

Proses pendistribusian ke daerah yang masih asri persawahan dan perkebunan cukup sulit di jangkau menggunakan angkutan pupuk, proses pemasaran serta pendistribusian ini juga cukup terhambat apabila cuaca tidak menentu sehingga diperlukan adanya penjadwalan ulang dalam pengiriman pupuk yang memerlukan tenaga dan transportasi seperti kapal laut.

Hambatan ini di alami oleh salah satu anak perusahaan yaitu Pupuk Sriwijaya Palembang yang akan mengirimkan pupuk ke daerah Muaro Jambi namun terkendala infrastruktur di pelabuhan Boom Baru, Sumatera utara. Hal ini juga disebabkan oleh pendangkalan sungai musi yang membuat pengiriman pupuk menjadi terhambat.

b. Harga pupuk yang tidak stabil.

Komponen penting seperti harga ini sangat memengaruhi proses distribusi, harga yang naik turun membuat para distributor ragu untuk membeli dan menyimpan stok. Hal tersebut membuat pendistribusian pupuk ke kios dan petani menjadi tidak tepat waktu.

Hal ini disebabkan oleh krisis gas eropa yang membuat harga gas dunia naik cukup signifikan, Gas adalah bahan baku pupuk urea, sehingga terjadi kenaikan harga global yang cukup sering terjadi. Contoh kasus pada tahun 2022 terjadi 3 kali perubahan harga pupuk.

Tabel 3.7
Harga kenaikan dan penurunan pupuk

No.	Jenis Pupuk	Maret	September	Desember
1	Urea	2250	2550	2500
2	NPK	2300	2450	2400

2. Saluran distribusi B2C

a. Pemda setempat telat menerbitkan SK izin penjualan pupuk

Pendistribusian pupuk tidak bisa dilakukan apabila pemerintah daerah belum mengeluarkan surat keterangan izin untuk menjual pupuk baik subsidi maupun non subsidi, sehingga banyak pupuk yang seharusnya sudah dikeluarkan dari gudang menumpuk bersama dengan pupuk yang baru di produksi, hal tersebut cukup merugikan karena gudang produksi akan kehabisan tempat untuk menyimpan pupuk baru.

Seperti yang terjadi pada tahun lalu, pengiriman pupuk terhambat dikarenakan ada dua provinsi yang belum menerbitkan Surat keterangan edar yakni Kalimantan Utara, dan DKI Jakarta.

b. Biaya transportasi atau pengangkutan pupuk yang mahal.

Salah satu bagian terpenting dalam proses distribusi yaitu akomodasi, penyewaan kapal atau truk yang mahal membuat harga pupuk melonjak, seperti yang terjadi saat pandemi, biaya angkutan kapal melonjak tinggi karena jumlah kapal yang beroperasi hanya sedikit terutama pada daerah sumatera yang mengirim pupuk dengan jarak tempuh yang jauh.

Upaya menghadapi kendala yang terjadi pada PT. Pupuk Indonesia.

Sebagian besar industri memiliki proses manajemen distribusi, baik distribusi secara langsung maupun secara tidak langsung, prosesnya beragam dari sederhana, sedang, hingga kompleks. keberagaman proses tersebut tetap harus diselesaikan dengan cara yang efektif dan efisien sehingga tidak berdampak pada harga barang dan kualitas barang yang didistribusikan. Prosedur pengiriman yang jelas dan pengaturan jadwal yang tepat diharapkan bisa menjadi Upaya dalam menghadapi kendala distribusi dalam berbagai industri

Kendala dan permasalahan yang terjadi pada PT. Pupuk Indonesia tentu harus ditindak lanjuti, mencari cara agar PT. Pupuk Indonesia dapat menghadapi kendala dan permasalahan yang terjadi dan tetap melakukan pendistribusian produk dengan baik dan tepat, berikut adalah hasil wawancara dengan pihak PT. Pupuk Indonesia bagaimana upaya dalam menghadapi kendala yang terjadi :

1. Saluran Distribusi B2B

a. Disediakan tenaga sales untuk menjangkau daerah daerah terpencil sehingga persebaran pupuk bisa lebih merata dan pendistribusian pupuk sudah sesuai dengan yang dipesankan oleh sales force melalui pre order. Melalui upaya tersebut ada progress baik yang terlihat yaitu pemilihan armada pengangkutan dapat disesuaikan sehingga efektif, dan pengiriman pupuk sudah jelas tujuan alamatnya. Contoh pada daerah kabupaten sumedang, pengiriman ke daerah kabupaten sumedang cukup terpencil namun tidak mengalami kendala yang signifikan dikarenakan sales menggunakan metode pre order yang membuat proses distribusi menjadi efektif.

b. Perlu adanya penetapan harga atau HET pupuk dalam jangka waktu tertentu sehingga distributor tidak ragu membeli dan melakukan stok barang, hal tersebut juga berguna untuk menjaga kestabilan harga. Hal ini terlihat ketika pada tahun 2020 silam harga ditetapkan serentak selama beberapa periode, sehingga harga tidak bisa diubah oleh distributor maupun pengecer.

2. Saluran Distribusi B2C

a. Membuat perjanjian atau kontrak dengan penyedia kapal dan truk agar harga yang dibayarkan untuk sewa transportasi lebih murah dan stabil, juga bisa digunakan

kapanpun tanpa perlu mencari ketersediaan kapal pada waktu diperlukan. Seperti contoh anak perusahaan petrokimia Gresik memiliki kapal pribadi untuk mengirimkan pupuk dari Gresik ke Bali dan Nusa Tenggara melalui jalur laut, pengiriman pupuk bisa diatur kapan saja karena ada kapal yang sudah standby menunggu pengiriman.

b. Sosialisasi kepada pemerintah daerah mengenai pentingnya pupuk bagi petani demi meningkatkan produktivitas dan keberlangsungan ekonomi sehingga para petani dapat terbantu melalui pendistribusian pupuk ini. Tidak hanya itu, kegiatan distribusi ini juga meningkatkan ekonomi daerah setempat karena menyerap banyak tenaga kerja dalam proses pendistribusian. Seperti pada daerah kab Cianjur yang pemerintah daerahnya sudah diberi pemahaman bahwa pupuk sangat dibutuhkan oleh petani Cianjur sehingga proses pengurusan izin edar ini tidak sulit.

PENUTUP

PT. Pupuk Indonesia melakukan distribusi secara tidak langsung, dengan tiga metode yaitu Distribusi Eksklusif yang dilakukan oleh PT. Pupuk Indonesia kepada Anak Perusahaan, kemudian Distribusi Selektif yang dilakukan oleh Anak Perusahaan kepada distributor yang memenuhi syarat, dan yang terakhir Distribusi Intensif yang dilakukan Distributor kepada kios atau pengecer.

Kendala yang dialami oleh PT. Pupuk Indonesia dalam proses mendistribusikan pupuk yaitu sulitnya akses untuk mengirimkan barang ke daerah-daerah terpencil terutama jika sedang terjadi cuaca buruk, Pemda setempat lambat memberi izin edar pupuk sehingga pupuk lambat sampai ke tangan kios dan petani, Harga pupuk yang tidak stabil membuat distributor enggan menyimpan stok, dan biaya sewa transportasi atau pengangkutan yang mahal membuat harga pupuk menjadi tidak stabil. Contoh kasus pada saat pandemi lalu, pupuk Sriwidjaja Palembang mengalami kendala pengiriman ke daerah Jambi karena ketidaktersediaan kapal pengirim.

Adapun upaya dalam menangani kendala yang dialami oleh PT. Pupuk Indonesia dalam mengirimkan pupuk hingga ke tangan konsumen, yaitu penggunaan tenaga sales yang akan memasarkan dan mendata kebutuhan pupuk sehingga pengiriman pupuk bisa lebih cepat dan efektif, Upaya selanjutnya yaitu memberi sosialisasi kepada pemda setempat agar mempermudah kelancaran surat izin edar dengan begitu pupuk akan bisa segera disebarkan, dan dalam menangani harga yang tidak stabil pupuk Indonesia memasang HET atau harga eceran tertinggi sehingga harga pupuk akan lebih stabil di pasaran, dan yang terakhir yaitu membuat sewa atau kontrak dengan armada besar seperti kapal atau truk sehingga bisa digunakan kapan saja ketika dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abubakar, Rusydi. 2018. Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- [2] Ahmad. 2021. Manajemen Pemasaran, Gramedia Blog. Jakarta.
- [3] Assauri, Sofyan. 2013. Manajemen Pemasaran, Gramedia Blog. Jakarta.
- [4] Budy Kusnandar, Viva. 2015. Jumlah Pekerja Berdasarkan Lapangan Pekerjaan Utama, databoks, Jakarta.
- [5] Gilarso. 2022. Pengantar Ilmu Ekonomi Makro. Gramedia Blog. Jakarta.
- [6] Kartajaya. 2013. Pengaruh 4P terhadap Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada CV Tjahaja Baru. Darmajaya.ac.id. Bukit Tinggi.
- [7] Kho, Jowan. 2018. Marketing-manajemen dan strategi distribusi. Data accurate.id. Jakarta
- [8] Kledo. 2022. manajemen-distribusi. kledo.com/blog. Jakarta
- [9] Kodrat. David Sukardi. 2016. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi ketigabelas. Erlangga. Jakarta.
- [10] Kotler Philip dan Lane Kevin Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi ketigabelas. Erlangga. Jakarta.
- [11] Kotler. 2015. Fungsi Manajemen Pemasaran. Dspace.uui.ac.id. Jakarta.

- [12] Kotler. Armstrong. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Erlangga. Jakarta.
- [13] Lupiyoadi. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Marknesis. Yogyakarta.
- [14] McCarthy. 2017. Konsep Bauran Pemasaran. Polsri.ac.id. Palembang.
- [15] Menteri Perdagangan R.I, Menteri. 2011. Pengadaan Dan Penyaluran Pupuk Bersubsidi Untuk Sektor Pertanian. BPHN.go.id. Jakarta.
- [16] Nitisemito. 2013. Pengaruh 4P terhadap Pembelian Sepeda Motor Yamaha pada CV Tjahaja Baru. Darmajaya.ac.id. Bukit Tinggi.
- [17] Prasetyo. 2015. Model Bisnis E-Commerce. Dspace.uui.ac.id. Jakarta
- [18] Stanton. 2017. Fundamentals Of Marketing. Erlangga. Jakarta.
- [19] Subagyo. Nur. Indra. 2018. Prosedur Pendistribusian. Perbanas.ac.id. Jakarta
- [20] Sukardi Kodrat. David. 2013. Manajemen Distribusi teori dan Praktek Bab 5. Furqonyaqin.blogspot. Jakarta.
- [21] Sunyoto, Danang. 2015. Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya
- [22] Manusia. Center for Academic Publishing Service. Yogyakarta.
- [23] Swashta, Bayu. 2019. Distribusi Jenis dan Strategi. Dosenpendidikan.id Jakarta.
- [24] Tjiptono. 2014. Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, Penelitian. Marknesis Yogyakarta.
- [25] Wardana. 2020. Tujuan Saluran Distribusi. Distributioncannel.blogspot. Jakarta