

## **STRATEGI DISTRIBUSI PRODUK BAWANG CRISPY DI PT. SINERGI BREBES INOVATIF**

*Distribution Strategy Of Crispy Shallot Products At PT. Sinergi Brebes Inovatif*

**Sarah Fauziah<sup>1</sup>, Suci Nur Utami, Khusnul Khotimah<sup>2</sup>**

*Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Brebes, Indonesia*

e-mail corespondensi

: [1sarahfauziah1312@gmail.com](mailto:1sarahfauziah1312@gmail.com); [2bundanusai@gmail.com](mailto:2bundanusai@gmail.com)

### **Abstrak**

*PT. Sinergi Brebes Inovatif adalah perusahaan yang bergerak dibidang pertanian sebuah perusahaan yang dimiliki dan dikelola oleh kelompok tani yaitu Kelompok Tani Sidomakmur dengan memproduksi olahan bawang merah. PT. Sinergi Brebes Inovatif merupakan Pabrik atau tempat produksi pertama di Brebes bertempat di Desa Sidamulya, Kecamatan Wanasari, Kabupaten Brebes Jawa Tengah binaan dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Tegal. Perusahaan ini telah mengolah bawang merah menjadi produk pasta bawang merah, bawang goreng dan bawang crispy yang sudah masuk tingkat ekspor ke negara Jeddah dan Singapura. PT. Sinergi Brebes Inovatif memiliki masalah terkait pendistribusian produk. Apalagi setelah adanya Covid-19 masuk ke Indonesia, kegiatan ekspor-impor sangat dibatasi. Hal tersebut yang menyebabkan menurunnya hasil produksi dan konsumen. Pengamatan ini ditujukan guna mengetahui strategi distribusi di PT. Sinergi Brebes Inovatif dengan menggunakan distribusi langsung dan tidak langsung. Dimana hasil pengamatan pada saat Praktik Kerja Lapangan, penulis menemukan dua strategi distribusi produk Bawang Crispy di PT. Sinergi Brebes Inovatif, yaitu distribusi langsung dan tidak langsung. Strategi distribusi merupakan suatu usaha perusahaan guna mengetahui penentuan saluran distribusi yang digunakan untuk menyampaikan produk ke konsumen. Dengan mengetahui strategi distribusi pada PT. Sinergi Brebes Inovatif diharapkan dapat meningkatkan kuantitas konsumen. Untuk mengetahui strategi distribusi, penulis melakukan pengamatan. Pengamatan yang telah dilakukan penulis yaitu dengan cara melakukan survey langsung pada kegiatan pendistribusian produk dan data-data yang telah ada.*

**Kata kunci**—*Bawang Crispy, Distribusi, PT.Sinergi Brebes Inovatif, Pemasaran*

### **Abstract**

*PT. Brebes Innovative Synergy is a company operating in the agricultural sector, a company owned and managed by a farmer group, namely the Sidomakmur Farmer Group, which produces processed shallots. PT. Innovative Brebes Synergy is the first factory or production site in Brebes located in Sidamulya Village, Wanasari District, Brebes Regency, Central Java, which is built by the Bank Indonesia (BI) Tegal Representative Office. This company has processed red onions into red onion paste, fried onions and crispy onions which have reached*

---

*export level to Jeddah and Singapore. PT. Brebes Innovative Synergy has problems related to product distribution. Moreover, after Covid-19 entered Indonesia, export-import activities were very limited. This causes a decrease in production and consumer output. This observation is intended to determine the distribution strategy at PT. Innovative Brebes Synergy using direct and indirect distribution. Based on observations during Field Work Practices, the author found two distribution strategies for Crispy Onion products at PT. Innovative Brebes Synergy, namely direct and indirect distribution. Distribution strategy is a company's effort to determine the distribution channels used to deliver products to consumers. By knowing the distribution strategy at PT. Innovative Brebes Synergy is expected to increase the quantity of consumers. To find out the distribution strategy, the author made observations. The observation that the author has made is by conducting a direct survey on product distribution activities and existing data.*

**Keywords**—*Crispy Shallot, Distribution, PT. Innovative Brebes Synergy, marketing*

## 1. PENDAHULUAN

Sektor pertanian terdiri dari subsektor tanaman pangan, subsektor perkebunan, subsektor peternakan, dan subsektor hortikultura. Subsektor hortikultura terdiri dari komoditas buah-buahan, sayuran, tanaman hias, dan tanaman obat-obatan. Diantara komoditas sayuran yang ada di Indonesia yaitu bawang merah. Bawang Merah merupakan komoditas hortikultura jenis sayur-sayuran yang dibutuhkan oleh hampir semua kalangan. Bawang merah pada umumnya digunakan sebagai bumbu masak sehari-hari pada rumah tangga, rumah makan sampai hotel.

Direktoral Bina Produksi (Hasri, 2020) menjelaskan bahwa Bawang merah (*Allium ascalonicu L.*) merupakan salah satu komoditas hortikultural penting di Indonesia yang dikonsumsi oleh sebagian penduduk tanpa memperhatikan tingkat sosial. Produksi panen bawang merah mencapai 1.503.438 ton, 2019 mencapai 1.580.247 ton, 2020 mencapai 1.815.445 ton, 2021 mencapai 2.004.590 ton, dan pada tahun 2022 mencapai 1.982.360 ton (BPS, 2023). Kabupaten Brebes terkenal sebagai sentra bawang merah terbesar di Indonesia. Kontribusinya sebesar 18,5% dari total produksi nasional atau 57% dari total produksi Jawa Tengah. Bawang merah Brebes pun tak hanya memenuhi kebutuhan dalam negeri, tetapi juga luar negeri (Monavia, 2021). Pada Tahun 2020, Produksi bawang merah di Kabupaten Brebes mencapai 3,8 juta kuintal dengan luas panen 38,9 ribu ha. Produksi ini meningkat 26,6% dibanding tahun sebelumnya yang sebesar 3,03 juta kuintal.

Akan tetapi banyak sekali persoalan dalam tata niaga bawang merah diantaranya adanya fluktuasi harga yang relatif sering, sehingga merugikan petani pada saat panen raya. Dengan adanya fluktuasi panen raya, PT. Sinergi Brebes Inovatif hadir memberikan solusi agar bawang merah Brebes dapat terjaga dari adanya lonjakan harga akibat panen raya yang dapat merugikan para petani di Kabupaten Brebes. Oleh karenanya peneliti ingin mengkaji bagaimana Strategi distribusi Produk Bawang Crispy Di PT. Sinergi Brebes Inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk

---

mengkaji strategi distribusi yang dilakukan oleh PT. SBI sebagai upaya untuk meningkatkan sistem pemasaran dan menarik konsumen.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus yang dilakukan dengan metode observasi dan wawancara dengan alat bantu kuesioner pada responden di PT. SBI. Data yang diperoleh diambil dari data primer dan data sekunder.

### 1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individu atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data yang diperoleh lebih akurat, tetapi memerlukan waktu, tenaga, dan biaya yang lebih besar (Songadji dan Sopiah, 2010). Pengambilan data primer dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara pencatatan hasil observasi, wawancara, dan partisipasi aktif.

#### b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan indra sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata (Songadji dan Sopiah, 2010). Observasi dalam Penelitian ini dilakukan terhadap berbagai hal yang berhubungan dengan Strategi Distribusi Produk Bawang Crispy di PT. Sinergi Brebes Inovatif.

#### c. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu data subyek yang dapat diperoleh melalui lisan (verbal) dengan menyertakan opini atau pendapat dari sumber data (Songadji dan Sopiah, 2010). Wawancara dilakukan dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada responden atau informan (Songadji dan Sopiah, 2010). Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab mengenai sejarah berdirinya PT. Sinergi Brebes Inovatif, kegiatan pemasaran, promosi, dan distribusi produk olahan bawang crispy.

#### d. Partisipasi Aktif

Partisipasi aktif dilakukan dengan cara mengikuti semua kegiatan secara langsung di lapangan (Nazir, 2011). Kegiatan yang dilakukan berhubungan dengan Strategi Distribusi Produk Bawang Crispy di PT. Sinergi Brebes Inovatif.

### 2. Data Sekunder

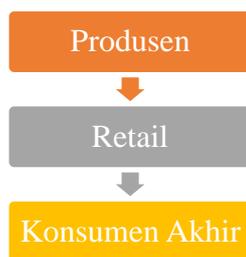
Menurut Songadji dan Sopiah (2010), bahwa data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak

dipublikasikan. Data sekunder yang penulis dapat yaitu mengambil dari media internet maupun dari buku-buku, literatur, dan jurnal ilmiah guna memenuhi data yang kurang lengkap diperoleh selama Praktik Kerja Lapangan.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses perencanaan distribusi olahan bawang merah pada PT. Sinergi Brebes Inovatif dengan menentukan jalan atau rute yang efektif untuk dilalui dalam mengirim produk. Karena produk didistribusikan secara ekspor ke Jeddah dan Singapura, penentuan jalur dan rute yang efektif untuk mempermudah dan memperlancar penyampaian produk tersebut tepat waktu, sehingga nilai unit dan kualitas produk tidak mudah rusak. Penyimpanan hasil produksi berupa gudang penyimpanan/cold storage, dilengkapi keranjang, kardus khusus dan pendingin transportasi yang digunakan adalah mobil container. Pasar produk Bawang Crispy PT. Sinergi Brebes Inovatif ini yakni :

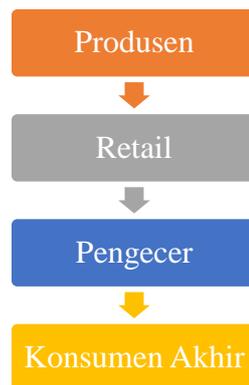
- a. PT. Sinergi Brebes Inovatif bekerjasama dengan Indomaret dan alfamart.



- b. Konsumen mengunjungi PT secara langsung untuk membeli produk olahan Bawang Crispy.



- c. Pada bulan Juli tahun 2023 PT. Sinergi Brebes Inovatif sekurang-kurangnya memasarkan 200 Bawang Crispy untuk Bank Indonesia (BI), Bank Rakyat Indonesia (BRI), dan konsumen lain.



PT. Sinergi Brebes Inovatif menggunakan strategi distribusi langsung dan tidak langsung. Dimana, produsen menjual produk olahan Bawang Crispy secara offline dan online. Namun, setelah beberapa tahun berproduksi, produsen mengembangkan distribusi yang dimilikinya, yaitu:

a. Distribusi Langsung

Pada beberapa perusahaan biasanya tetap menerapkan distribusi langsung, dimana produsen langsung mengirimkan produk kepada konsumen. Begitu pula PT. Sinergi Brebes Inovatif, produsen dapat mendistribusikan produk Bawang Crispy langsung kepada konsumen baik itu secara offline maupun online seperti e-commerce atau marketplace tanpa menggunakan perantara atau pihak ketiga. Contohnya: dilakukan secara door to door dan mulut ke mulut, serta konsumen menghubungi produsen secara langsung tanpa perantara retailer atau distributor.

b. Distribusi Tidak Langsung

Distribusi tidak langsung adalah proses pengiriman produk yang dilakukan oleh produsen kepada konsumen dengan menggunakan beberapa perantara. Perantara yang digunakan PT. Sinergi Brebes Inovatif yaitu para retailer, pengecer, ataupun konsiyasi dengan minimarket. Berikut strategi distribusi tidak langsung yang diterapkan PT. Sinergi Brebes Inovatif guna mencapai keberhasilan pemasaran produk yang efisien:

1. Distribusi Intensif

Distribusi Intensif yaitu dimana produsen memasukkan produk sebanyak-banyaknya di lokasi retail. Biasanya, produk dititipkan ke toko atau minimarket yang menjual kebutuhan pokok sehari-hari. Kali ini PT. Sinergi Brebes Inovatif memasukkan produk Bawang Crispy di beberapa lokasi seperti Minimarket, dan beberapa toko kelontong serta toko sembako.

## 2. Distribusi Selektif

Selain distribusi intensif, PT. Sinergi Brebes Inovatif menerapkan Distribusi Selektif, dimana distribusi ini menjadi jalan tengah antara distribusi intensif dan eksklusif. Produsen mendistribusikan produk ke retail namun tidak sebanyak yang digunakan distribusi intensif. Contohnya: Produsen menitipkan produk ke Rest Area, Dinas, Kementrian, dan Bank Indonesia serta Bank BRI.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa produsen menggunakan strategi distribusi intensif dan selektif sebagai upaya meeningkatkan pangsa pasar produk olahan bawang crysipi. Stratei tersebut dipilih sebagai inovasi dalam memperluas pasar agar untuk menjaga kestabilan pasar yang telah dilakukan dari tahun ke tahun.

## DAFTAR PUSTAKA

*Badan Pusat Statistika (2023)*

*Hasri, Z. J. (2020). FAktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Bawang Merah Di Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene. Paradoks Jurnal Ilmu Ekonomi Volume 3 No.4, 65.*

*Monavia, R. A. (2021, Agustus 13). Katadata Media Network. Retrieved Agustus 13, 2021, from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/13/produksi-bawang-merah-brebes-capai-38-juta-kuintal-pada-2020>*