
**Distribusi Benih Jagung Manis “VIRGINIA” Pada Masa Pandemi Covid-19
di PT Tunas Agro Persada Kabupaten Boyolali****Esti Rahmaningsih^{1*}, Dyah Panuntun Utami², Didik Widiyantono³**Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Muhammadiyah Purworejo
Email: estirahma1698@gmail.com**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah: 1) mengetahui penjualan benih jagung manis Virginia sebelum dan saat pandemic covid-19; 2) mengetahui saluran distribusi benih jagung manis Virginia pada masa pandemi covid-19; dan 3) mengetahui kendala dan solusi distribusi benih jagung manis Virginia di masa pandemi covid-19. Metode penelitian adalah studi kasus di PT Tunas Agro Persada Kabupaten Boyolali. Pemilihan sampel lokasi secara *purposive sampling*. Responden yang dijadikan sampel adalah Kepala Cabang, Manajer Pemasaran, Manajer Produksi, Staf Pemasaran, dan Bagian Personalia. Analisis data secara deskriptif analitis. Data yang diambil adalah data penjualan tahun 2019 (sebelum pandemic covid-19) dan data penjualan tahun 2020 (masa pandemi covid-19). Hasil analisis menunjukkan bahwa penjualan benih jagung manis Virginia sebelum pandemi dan masa pandemi mengalami kenaikan dengan daerah penjualan tertinggi Jawa Timur. Saluran distribusi yang digunakan PT Tunas Agro Persada adalah saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Kendala yang dihadapi PT Tunas Agro Persada adalah keterlambatan pengiriman, kemacetan lalu lintas, dan infrastruktur yang kurang baik. Solusi untuk mengatasi kendala dengan menggunakan penyedia kurir distribusi yang tersedia di daerah penjualan, sosial media, dan melalui jalan tol yang bebas hambatan agar barang lebih cepat sampai ke konsumen.

Kata Kunci: *benih jagung manis Virginia, masa pandemi, distribusi***ABSTRACT**

The research aims: 1) to find out the sales of Virginia sweet corn seeds before and during the covid-19 pandemic; 2) knowing the distribution channel of Virginia sweet corn seeds during the covid-19 pandemic; and 3) knowing the constraints and solutions for the distribution of Virginia sweet corn seeds during the covid-19 pandemic. The research method is a case study at PT Tunas Agro Persada, Boyolali Regency. The location sample was selected by purposive sampling. Respondents who were sampled were Branch Managers, Marketing Managers, Production Managers, Marketing Staff, and Personnel Section. Analytical descriptive data analysis. The data taken are sales data in 2019 (before the covid-19 pandemic) and sales data in 2020 (during the covid-19 pandemic). The results of the analysis show

that sales of Virginia sweet corn seeds before the pandemic and during the pandemic experienced an increase with the highest sales area being East Java. The distribution channels used by PT Tunas Agro Persada are direct distribution channels and indirect distribution channels. The obstacles faced by PT Tunas Agro Persada are delivery delays, traffic jams, and poor infrastructure. The solution to overcome obstacles is to use distribution courier providers available in sales areas, social media, and through barrier-free toll roads so that goods reach consumers more quickly.

Keywords: *virginia sweet corn seeds, pandemic period, distribution*

I. PENDAHULUAN

Jagung manis (*Zea mays saccharata* Sturt) merupakan salah satu komoditas pertanian yang memiliki peran penting sebagai bahan pangan. Kebutuhan akan jagung terus meningkat sejalan dengan semakin pesatnya perkembangan industry pangan. Semakin banyak perusahaan yang memproduksi benih jagung membawa dampak semakin banyak variasi produk benih jagung yang bisa dipilih oleh petani. Kualitas masing-masing varietas benih jagung dengan merk dagang, tentunya tidak semua mampu menghasilkan produksi yang lebih tinggi (Kartika, 2019).

Semakin ketat persaingan memperoleh pangsa pasar mendorong produsen benih jagung menghasilkan produk benih yang berkualitas tinggi. Oleh karena itu setiap perusahaan harus mampu mengembangkan rencana strategis pengembangan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan, baik jangka pendek, menengah maupun panjang. Menurut Swastha (2012) dalam setiap proses penjualan pasti memiliki tujuan mendapatkan laba, dan mempertahankannya atau meningkatkannya dalam jangka waktu yang lebih lama. Adapun tujuan penjualan adalah mencapai volume penjualan tertentu, mendapatkan laba tertentu, dan menunjang pertumbuhan perusahaan.

Kegiatan penjualan sangat berkaitan dengan distribusi produk. Proses distribusi menurut Tjiptono (2017) adalah aktivitas pemasaran yang mampu menciptakan nilai tambah produk melalui fungsi-fungsi pemasaran yang dapat merealisasikan kegunaan bentuk, tempat, waktu, dan kepemilikan, dan juga mampu memperlancar arus saluran pemasaran secara baik. Lebih lanjut Tjiptono (2017)

menjelaskan bahwa strategi distribusi berkenaan dengan penentuan dan manajemen saluran distribusi agar produk sampai di tangan konsumen sasaran dalam jumlah dan jenis yang dibutuhkan, pada waktu diperlukan, dan ditempat yang tepat.

Pemilihan saluran distribusi menjadi suatu hal yang penting bagi perusahaan karena akan menentukan efektifitas pendistribusian produk di seluruh wilayah pemasaran. Selain itu perusahaan juga harus memutuskan apakah akan memasarkan produknya secara langsung atau melalui perantara. Jika melalui perantara apakah akan menggunakan perantara eksklusif atau perantara biasa (Nurissilawati, 2016).

PT Tunas Agro Persada merupakan perusahaan agribisnis nasional, yang ikut berpartisipasi dalam menyediakan dan memproduksi berbagai benih hortikultura. Benih hortikultura yang diproduksi PT Tunas Agro Persada adalah benih jagung manis, melon, semangka tanpa biji, semangka berbiji, cabai, tomat, dan beberapa jenis sayuran, serta sarana produksi seperti mulsa hitam perak, pupuk organik cair dan lainnya. Salah satu benih hortikultura yang memiliki permintaan cukup tinggi adalah benih jagung manis. Benih jagung manis produksi PT Tunas Agro Persada memiliki merek dagang Virginia.

Daerah pemasaran benih hortikultura PT Tunas Agro Persada meliputi berbagai daerah seperti : Magelang, Brebes, Cianjur, Garut, Bandung, Blitar, Banyuwani, Bali, Medan dan Padang. PT Tunas Agro juga dikenal sebagai perusahaan yang mampu melakukan riset dan menemukan teknologi untuk menemukan varietas unggul benih hortikultura. Kegiatan distribusi benih yang efektif dan efisien merupakan hal penting karena sebagai perantara perusahaan sebagai produsen benih dengan konsumen. Perusahaan apabila dapat mendistribusikan produknya secara luas dan merata maka keuntungan yang diperoleh akan maksimal.

Distribusi produk tidak terlepas dari biaya. Volume penjualan agar meningkat dengan biaya yang efisien maka PT Tunas Agro Persada harus memperhatikan biaya distribusi dan memilih saluran distribusi yang tepat. Hasil penelitian Rachman & Yuningsih (2010) menunjukkan bahwa biaya distribusi dan saluran distribusi memberikan pengaruh 96,7% terhadap volume penjualan. Lebih lanjut

penelitian Novitasari & Samari (2021) menjelaskan bahwa promosi, harga, dan saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan.

Saat ini sedang terjadi pandemic covid-19 yang memberikan dampak dalam kegiatan distribusi benih jagung Virginia di PT Tunas Agro Persada. Dampak pandemi Covid-19 adalah terganggunya distribusi benih jagung manis ke daerah pemasaran. Hal ini disebabkan adanya penerapan PSBB dan penutupan wilayah secara terbatas khususnya di zona yang rentan terpapar virus Covid-19. Hal tersebut mendorong PT Tunas Agro Persada merumuskan strategi distribusi yang tepat agar tidak terjadi kelangkaan benih jagung manis Virginia di pasaran. Penerapan strategi distribusi di PT Tunas Agro Persada yang tepat di masa pandemi diharapkan dapat memperlancar rantai pasok benih kepada petani secara tepat dan cepat.

Distribusi benih jagung manis Virginia di PT Tunas Agro Persada sebelum terjadinya pandemi tidak mengalami kendala yang berarti sehingga perusahaan dapat mendistribusikan produk benih hingga ke luar wilayah. Namun saat terjadi pandemi covid-19 pendistribusian benih jagung manis Virginia ke sejumlah wilayah mengalami kendala. Hal ini terkait adanya kebijakan karantina di wilayah masing-masing yang mengakibatkan terbatasnya pergerakan di dalam negeri. Berdasarkan latar belakang tersebut maka artikel ini mengkaji tentang strategi distribusi benih jagung di PT Tunas Agro Persada di masa pandemic covid-19.

II. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus menurut Sugiyono (2016) adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.

Penelitian ini mengkaji secara mendalam terhadap program dan aktivitas strategi distribusi di masa pandemi yang diterapkan PT Tunas Agro Persada. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive sampling* yaitu PT Tunas Agro Persada yang terletak di Kabupaten Boyolali. PT Tunas Agro Persada dipilih sebagai lokasi

penelitian karena merupakan salah satu perusahaan perbenihan berskala nasional yang cukup lama berdiri dan memproduksi berbagai jenis benih hortikultura berkualitas tinggi. Selain itu daerah pemasaran PT Tunas Agro Persada cukup luas, pada masa pandemi tetap melakukan produksi, dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam distribusi benih.

Responden yang diwawancarai adalah Kepala Cabang, Manajer Pemasaran, Manajer Produksi, Staf Pemasaran, dan Bagian Personalia. Responden ini dipilih sebagai informasn kunci karena memiliki informasi terkait strategi pemasaran, strategi distribusi dan berbagai kebijakan pemasaran yang dilakukan PT Tunas Agro Persada.

Pengumpulan data dilakukan dengan obseravsi langsung di lokasi penelitian, wawancara secara mendalam kepada narasumber atau informan kunci, serta pencatatan dan dokumentasi. Data yang diperlukan adalah data penjualan, daerah pemasaran, pola saluran distribusi, strategi pemilihan saluran distribusi, kendala dan solusi penerapan strategi distribusi benih jagung di masa pandemi covid-19. Selain itu untuk mendukung analisis juga dilakukan studi literatur. Data penjualan benih jagung sebelum pandemi covid yaitu bulan Juni 2019 sampai Maret 2020. Data penjualan benih melon masa pandemi covid-19 yaitu bulan April 2020 sampai Januari 2021.

Analisis data menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan aktivitas penjualan benih jagung sebelum dan saat pandemi covid-19, strategi distribusi, kendala dan solusi yang dilakukan yang PT Tunas Agro Persada.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Penjualan Benih Jagung Manis Sebelum Pandemi dan Saat Pandemi Covid-19 PT Tunas Agro Persada

Volume penjualan benih jagung manis di PT Tunas Agro Persada periode sebelum pandemi Covid-19 yaitu tahun 2019 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Penjualan Jagung Manis Virginia Sebelum Pandemi

Jagung Manis	Isi (Pack)	Jumlah Pack	Harga Satuan	Total
Virginia	100 gr	177.541	21.000	3.728.361.000
	250 gr	433.336	52.500	22.750.140.000
		610.877		26.478.501.000

Sumber: PT Tunas Agro Persada (2019)

Tabel 1 memperlihatkan bahwa penjualan benih jagung manis Virginia sebelum pandemi di PT Tunas Agro Persada sebanyak 610.877 pack yang terdiri dari : ukuran 100 gram dan 250 gram. Ukuran 100 gram dengan harga satuan Rp. 21.000, sedangkan ukuran 250 gram dengan harga satuann Rp. 52.500.

Tabel 2. Data Penjualan Benih Jagung Manis Virginia Saat Pandemi

Jagung Manis	Isi (Pack)	Jumlah Pack	Harga Satuan	Total
Virginia	100 gr	287.091	21.000	6.028.911.000
	250 gr	583.725	52.500	30.645.562.500
		870.816		36.674.473.500

Sumber: PT Tunas Agro Persada (2019)

Penjualan benih jagung manis pada masa pandemi yaitu data tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 2. Penjualan benih jagung manis dengan merek Virginia pada masa pandemi tidak mengalami penurunan dan tetap mengalami kenaikan. Tabel 2 memperlihatkan bahwa penjualan benih jagung manis Virginia meningkat menjadi 870.816 pack atau Rp 36.674.473.500. Kemasan yang cukup banyak permintaan adalah 250 gram/pack. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan walaupun terjadi pandemi covid-19 tidak menjadi kendala bagi PT Tunas Agro Persada untuk mendistribusikan produk dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

Daerah penjualan benih jagung manis Virginia meliputi Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur dan Luar Jawa. Daerah pemasaran terbesar dan paling potensial adalah Jawa Timur. Jawa Timur merupakan wilayah pemasaran benih jagung manis Virginia terbesar karena Jawa Timur merupakan salah satu sentra produksi jagung di Indonesia. Tabel 3 dan 4 memperlihatkan daerah pemasaran benih jagung manis Virginia sebelum pandemi dan saat pandemi.

Tabel 3. Daerah Penjualan Benih Jagung Manis Sebelum Pandemi

2019		Pack				
JAGUNG MANIS	ISI (Pack)	JABAR	JATENG	JATIM	LUAR JAWA	TOTAL
VIRGINIA	100GR	43.890	35.340	87.233	11.078	177.541
	250GR	96.092	104.346	176.892	56.006	433.336
		139.982	139.686	264.125	67.084	610.877

Sumber: PT Tunas Agro Persada (2019)

Tabel 4. Daerah Penjualan Benih Jagung Manis Saat Pandemi

2020		Pack				
JAGUNG MANIS	ISI (Pack)	JABAR	JATENG	JATIM	LUAR JAWA	TOTAL
VIRGINIA	100GR	55.076	91.345	127.592	13.078	287.091
	250GR	107.599	195.704	227.211	53.211	583.725
		162.675	287.049	354.803	66.289	870.816

Sumber : PT Tunas Agro Persada (2020)

2. Saluran Distribusi Benih Jagung Manis Sebelum Pandemi dan Di Masa Pandemic Covid-19 Yang Dijalankan PT Tunas Agro Persada

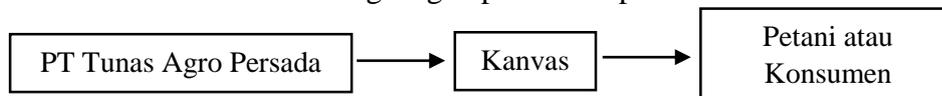
PT Tunas Agro Persada dalam mendistribusikan benih jagung manis Virginia sebelum pandemi dan saat pandemi Covid-19 menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. PT Tunas Agro Persada memberikan fasilitas dengan mendirikan outlet/toko untuk penjualan produk benih. Outlet/toko tersebut berada di kabupaten Semarang. Tidak semua daerah terdapat toko resmi milik PT Tunas Agro Persada mengingat daerah pemasaran cukup luas dan pendirian toko memerlukan investasi besar.

PT Tunas Agro Persada dalam mendistribusikan benih jagung manis Virginia juga melakukan kerjasama dengan mitra. Tujuannya agar petani yang tersebar di berbagai daerah mudah memperoleh benih jagung manis produksi PT Tunas Agro Persada. Jumlah toko mitra cukup banyak dengan kualifikasi *small*, *medium* dan *big*. Toko mitra adalah retailer yang mewakili penjualan benih di setiap provinsi. Peran toko mitra ini sangat besar dalam meningkatkan penjualan dan *cash flow* perusahaan. Oleh karena itu menjalin hubungan baik dengan toko

mitra merupakan salah strategi yang disusun PT Tunas Agro Persada agar volume penjualan meningkat.

Hasil penelitian Fitralisma & Mandasari (2021) menunjukkan bahwa dengan memberikan pelayanan khusus terhadap toko dengan kualifikasi *Small Weekly* akan memperlancar *cash flow* dan meningkatkan omset meskipun berada di masa pandemic. Toko dengan kualifikasi *weekly* adalah toko yang mengambil order atau pemesanan produk dengan frekuensi seminggu sekali. Toko kualifikasi *Small Weekly* cenderung stabil dan jumlah toko yang relatif tinggi serta pembayaran yang *Cash* maka akan memperlancar *Cash Flow* terlebih dalam kondisi pandemi saat ini.

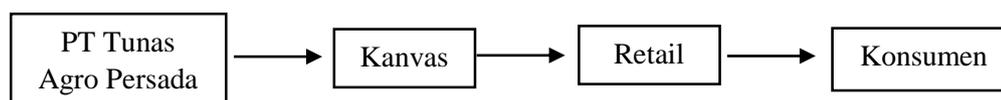
PT Tunas Agro Persada dalam mendistribusikan benih jagung manis Virginia memiliki dua pola yaitu distribusi langsung dan distribusi tidak langsung. Saluran distribusi langsung berawal dari benih yang diproduksi di kantor pusat PT Tunas Agro Persada yang sudah siap diperdagangkan. Persediaan benih jagung manis Virginia disimpan di dalam gudang, kemudian bagian *marketing* mempromosikan dan memasarkan lewat media sosial. Petani yang yang bermaksud membeli dapat langsung memesan benih. Selanjutnya PT Tunas Agro Persada mengantarkan benih kepada petani lewat ekspedisi kanvas. Gambar saluran distribusi langsung dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bagan Struktur Saluran Distribusi Langsung
(Sumber: PT Tuinas Agro Persada)

Saluran distribusi tidak langsung dilakukan melalui ekspedisi kanvas yang mengantarkan benih jagung manis Virginia ke toko Mitra (retailer). Selanjutnya dari retailer langsung dijual kepada konsumen/petani. Pola saluran 2 dapat dilihat pada Gambar 2. Saluran ini efektif digunakan karena retailer toko pertanian tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Dengan demikian PT Tunas Agro Persada mampu menjangkau berbagai daerah. Distribusi menggunakan banyak retailer merupakan strategi yang sangat efektif dalam meningkatkan penjualan produk.

Hal ini sesuai dengan penelitian Rohmah, Ani & Kantun (2020) dan Shihab, Hidayati & Basalama (2021) bahwa strategi distribusi intensif dengan menggunakan banyak perantara memberikan kemudahan akses yang cepat untuk memenuhi permintaan dan konsumsi bagi konsumen, serta dapat menjangkau pasar yang luas.



Gambar 2. Bagan Struktur Saluran Distribusi Tidak Langsung
(Sumber: PT Tuinas Agro Persada)

PT Tunas Agro Persada memiliki mitra atau distributor toko pertanian cukup banyak. Tabel 5 memperlihatkan mitra/distributor dalam penjualan benih jagung manis Virginia.

Tabel 5. Mitra atau Distributor Dalam Menjual Benih Jagung Manis

Wilayah	Mitra atau Distributor
Luar Jawa	PT Inti Subur Kimindo Raya – Medan
	CV Wira Agri Sejati – Padang
	Setya Tani – Bali
Jawa Barat	Merdeka Tani – Bandung
	Tani Mas – Garut
	CV Mega Jaya Semesta – Tasikmalaya
Jawa Tengah	PT Nuhun Bravo Agung – Cianjur
	CV Agro Bumi Sejahtera – Magelang
	CV Sumber Tani Raya – Temanggung
Jawa Timur	PT Abdi Agro Abadi – Brebes
	PT Berkah Tani Mukti – Blitar
	CV Berkah Tani – Malang
	PT Angkasa Jaya – Banyuwangi

Sumber : PT Tunas Agro Persada Tahun 2020

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa mitra PT Tunas Agro Persada dalam mendistribusikan benih jagung manis Virginia sebagian besar masih didominasi di wilayah pulau Jawa. Penjualan di luar Jawa masih terbatas di Medan, Padang dan Bali. Walaupun demikian mitra/distributor yang beroperasi di luar Jawa merupakan toko pertanian besar sehingga penjualan di luar Jawa

cukup menguntungkan dan memiliki potensi untuk meningkat area penjualannya.

Untuk mendukung tercapainya tujuan pemasaran yaitu tersedianya benih jagung manis di setiap wilayah pemasaran maka PT Tunas Agro Persada menerapkan strategi distribusi intensif. Distribusi intensif adalah strategi distribusi yang menempatkan produk benih jagung manis pada banyak retailer atau pengecer serta distributor di berbagai tempat seperti : Luar Jawa, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. PT Tunas Agro Persada akan memberikan diskon kepada distributor yang membeli produknya dengan jumlah yang banyak. PT Tunas Agro juga memberikan cash back atau hadiah kepada toko atau retail yang menjual produk melebihi target penjualan.

PT Tunas Agro Persada juga menerapkan sistem COD (*Cash on Delivery*). Teknis COD yang diterapkan PT Tunas Agro Persada bekerjasama dengan jasa pengelolaan order dan pengiriman barang yaitu J&T, J&E, dan Sicepat. Strategi COD bertujuan memberikan pelayanan kepada petani di masa pandemi agar tidak perlu berkunjung ke toko untuk membeli produk. Strategi pemasaran khususnya untuk promosi PT Tunas Agro Persada juga menjual produk di marketplace Shopee dan Tokopedia. Petani yang bermaksud membeli benih dapat membeli secara online dan selanjutnya produk diantar ke tujuan. Strategi ini dinilai cukup efektif untuk meningkatkan penjualan di masa pandemi covid-19.

3. Kendala Yang Dihadapi PT Tunas Agro Persada dalam Mendistribusikan Benih Jagung Manis Di Masa Pandemi Covid-19

Pandemi covid-19 yang melanda seluruh dunia memberikan dampak terhadap distribusi benih jagung manis ke toko mitra dan juga ke petani. Adapun kendala yang terjadi terkait distribusi benih jagung manis Virginia adalah keterlambatan pengiriman sampai tujuan, terjadi penumpukan barang di gudang penyimpanan, adanya kemacetan sehingga distribusi tertunda, dan kondisi infrastruktur kurang baik. Kondisi infrastruktur yang kurang baik ini terjadi di luar Jawa, yaitu jalan berupa jalan setapak dan belum beraspal. Adanya kendala

ini secara tidak langsung mengganggu rantai pasok benih jagung manis ke mitra dan petani.

Selain faktor-faktor tersebut, di lapangan kendala penerapan strategi distribusi juga disebabkan oleh kurangnya pengendalian distribusi. Penelitian Ibrahim, Saroh & Krisdianto (2020) menunjukkan bahwa kendala strategi distribusi karena kurang efektifnya pengimplementasian strategi pengendalian distribusi serta kurang menjalin hubungan baik dengan distributor dapat menyebabkan tidak tercapainya tujuan penjualan yang ditargetkan.

4. Solusi Untuk Mengatasi Kendala Distribusi Pemasaran Benih Jagung Manis Di Masa Pandemi Covid-19

Kendala distribusi yang muncul pada saat pandemic covid-19 maka PT Tunas Agri Persada menyusun strategi untuk mencari solusi. Adapun solusi yang diambil adalah bermitra dengan penyedia kurir distribusi yang tersedia di daerah penjualan benih jagung manis. Kurir untuk daerah pemasaran Temanggung dan Magelang menggunakan 1 kurir yang sama agar lebih efektif dan efisien.

Layanan pemesanan dan pembelian benih dapat melalui media sosial seperti facebook dan Instagram. Selain itu juga bisa melalui toko online PT Tunas Agro Persada di akun Shopee dan Tokopedia. Melalui platform tersebut PT Tunas Agro Persada, mitra dan petani mengalami kemudahan dalam proses transaksi serta pelayanan kepada konsumen lebih cepat. Untuk mengatasi kendala kemacetan maka pendistribusian melewati jalan tol Boyolali-Semarang yang bebas hambatan, sehingga barang lebih cepat sampai ke konsumen.

Kemudahan mendapatkan produk merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu solusi yang dilakukan PT Tunas Agro Persada sangat tepat dengan memberikan kemudahan dengan membuka toko online. Hal ini sesuai dengan penelitian Bloom dan Boone (2006) dalam Heriyanto (2015) yang menyatakan bahwa kunci sukses dari distribusi adalah membuat produk tersedia pada waktu dan tempat yang pas sehingga produk menjadi lebih mudah didapat dan dibeli oleh konsumen. Lebih lanjut Rosmadi (2021) menjelaskan bahwa untuk mempertahankan kelangsungan

usaha dari UMKM pemanfaatan internet dan media sosial merupakan strategi yang sangat tepat ditengah pandemi covid-19 ini.

IV. PENUTUP

Volume penjualan benih jagung manis di PT Tunas Agro Persada di masa pandemi covid-19 mengalami peningkatan dengan daerah penjualan meliputi provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan luar Jawa. Saluran distribusi yang digunakan PT Tunas Agro Persada sebelum dan saat pandemi sama yaitu menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung atau melalui perantara mitra. Saluran distribusi langsung dari produsen benih jagung manis kemudian melalui jasa kanvas. Saluran distribusi tidak langsung dari PT Tunas Agro Persada disalurkan ke kanvas kemudian didistribusikan ke retail-retail hingga sampai ke konsumen. Strategi distribusi yang dilakukan PT Tunas Agro Persada menggunakan strategi distribusi intensif, pembelian sistem COD, dan penjualan melalui *online shop* di platform Shopee dan Tokopedia.

Kendala yang dihadapi PT Tunas Agro Persada dalam mendistribusikan benih jagung manis Virginia kepada pelanggan di masa pandemic Covid-19 adalah keterlambatan pengiriman, kemacetan lalu lintas, dan infrastruktur yang kurang baik. Solusi untuk mengatasi kendala dalam distribusi adalah bermitra dengan penyedia kurir distribusi yang tersedia di daerah penjualan benih jagung manis, menggunakan sosial media, melalui jalan tol yang bebas hambatan agar barang lebih cepat sampai ke konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitalisma, G. dan Mandasari. 2021. Analisis Strategi Segmentasi Pasar Guna Menghadapi Pesaing Dan Meningkatkan Penjualan Di Masa Pandemi (Studi Kasus Peningkatan Omzet Penjualan Selama Pandemi Pada CV. Dian Ayu Setiabudi Brebes). *Value : Jurnal Manajemen dan Akuntansi Volume 16 Nomor 1*.Halaman: 287-293 Diakses dari <https://ejournal.umc.ac.id/index.php>
- Heryanto, I. 2015. Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship Vol. 9, No. 2*.

Halaman: 80-101. Diakses dari
<https://garuda.ristekbrin.go.id/journal/view/7299?issue>

Ibrahim, M., Saroh, S., dan Krisdianto, D. 2020. Implementasi Strategi Distribusi Pada Tujuan Penjualan PT Indo Oji Sukses Pratama KC Malang. *JIAGABI Vol. 9, No. 2*. Halaman: 304-312. Diakses dari <http://riset.unisma.ac.id>jiagabi>issue>view>

Kartika, T. (2019). Potensi Hasil Jagung Manis (Zea Mays Saccharata Sturt) Hibrida Varietas Bonanza F1 Pada Jarak Tanam Berbeda. Fakultas MIPA Universitas PGRI Palembang; Jurnal Ilmiah Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam ,16(1) 55–66. Diakses dari https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/sainmatika

Novitasari, D. dan Samari. 2021. Upaya Peningkatan Volume Penjualan di Masa Pandemi Covid-19 melalui Optimalisasi Promosi, Harga, dan Saluran Distribusi pada Pusat Oleh-oleh Gudange Tahu Takwa. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 6 No. 1* Halaman: 55-63. Diakses dari <https://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/issue/view/59>

Nurusilawati, I. & Subagyo (2016). Penentuan Strategi Saluran Distribusi Berdasarkan Karakteristik Produk Sukses. *Forum Majalah Teknologi. Volume 37 Nomor. 1*. Halaman: 49–57. Diakses dari <https://jurnal.ugm.ac.id/mft/article/view/12399/9014>

Rachman, G.G. dan Yuningsih, K. 2010. Pengaruh Biaya Distribusi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan (Studi Pada Sari Intan Manunggal Knitting Bandung). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Vol 10 No .2* Halaman: 151-175. Diakses dari [http://103.28.220.26>issue=Vol 10 No 2 \(2010\)](http://103.28.220.26>issue=Vol 10 No 2 (2010))

Rohmah, S.N., Ani, H.M., dan Kantun, S. 2020. Strategi Distribusi Pada CV. Lahan Mas Di Desa Baletbaru Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, dan Ilmu Sosial. Volume 14 Nomor 2*. DOI: 10.19184/jpe.v14i2.15854

Rosmadi, M.L.N. 2021. Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol 4 No 1*. Halaman:122-127. Diakses dari <https://journals.upi-yai.ac.id>index.php>issue>archive>

Shihab, J.C.N, Hidayati, N., dan Basalama, M.R. 2021. Pelaksanaan Strategi *Marketing Mix* Yang Efektif Dalam Usaha Meningkatkan Kinerja Pemasaran Masa Pandemi Covid-19 Pada CV. Sarjana Tembakau Malang. *e – Jurnal Riset Manajemen Volume 10 Nomor 8* Halaman: 108-121. Diakses dari <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10537>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Swastha, B. (2012). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.

Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.