

**Analisis Strategi Kemitraan dan Saluran Distribusi pada Produk Es Kristal  
"ADEM" (Studi Kasus PT Tirta Bakti Laju Kencana)**

**Innaka Elvira Apriliana**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, innakaelvira@gmail.com

**Agung Pujianto**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, agung@untag-sby.ac.id

**Sri Andayani**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sri@untag-sby.ac.id

**Abstract**

*This research was conducted on ADEM brand ice crystal products at the company PT Tirta Bakti Laju Kencana which is located in Dusun Japanan Rt. 03 Rw. 04 Popoh Village, Wonoayu District, Sidoarjo Regency, East Java. This study aims to find out and analyze the partnership strategy and distribution channels that have been carried out by PT Tirta Bakti Laju Kencana and then identified using the SWOT theory which consists of the strengths, weaknesses, opportunities and threats that exist in the company.*

*The results of this study indicate that the partnership strategy carried out by the company PT Tirta Bakti Laju Kencana uses an agency pattern, namely partners are given special rights in developing or selling products created by the company, and the distribution channels used by the company PT Tirta Bakti Laju Kencana in distributing products from the company to hands of partners using indirect distribution channels, namely through intermediary partner agents. This research also provides solutions to the problems faced by the company PT Tirta Bakti Laju Kencana in implementing the partnership strategy and its distribution channels.*

*Keywords: Partnership Strategy, Distribution Channels, SWOT Analysis*

**Abstrak**

Penelitian ini dilakukan pada produk es kristal merek ADEM di perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana yang terletak di Dusun Japanan Rt. 03 Rw. 04 Kelurahan Popoh, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi kemitraan dan saluran distribusi yang selama ini dilakukan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana kemudian diidentifikasi menggunakan teori SWOT yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi kemitraan yang dilakukan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana menggunakan pola keagenan yaitu mitra diberi hak khusus dalam mengembangkan atau menjual produk yang diciptakan perusahaan, dan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dalam penyaluran produk dari perusahaan ke tangan para mitra menggunakan saluran distribusi tidak langsung yaitu melalui perantara mitra agen. Penelitian ini juga memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dalam penerapan strategi kemitraan dan saluran distribusinya.

Kata Kunci : Strategi Kemitraan, Saluran Distribusi, Analisis SWOT

## Pendahuluan

PT. Tirta Bakti Laju Kencana merupakan sebuah perusahaan yang terletak di Desa Popoh, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo, berdiri pada tahun 80-an. Perusahaan ini bergerak pada bidang pangan yaitu produksi es batu balok dan es batu kristal. Pada salah satu produknya yaitu es batu kristal sudah termasuk kategori yang aman dikonsumsi, karena sudah terdaftar pada Badan Pengolahan Obat dan Makanan (BPOM), dengan merek "ADEM". Mengingat produk es batu kristal merupakan produk yang sudah jelas dibutuhkan oleh kebanyakan masyarakat, karena dalam keputusan pembelian produknya tidak memerlukan adanya pertimbangan dan tanpa mengikuti perkembangan teknologi dalam hal pemasarannya.

Dalam menjajahkan produk es batu kristal "ADEM", PT. Tirta Bakti Laju Kencana menerapkan sistem yaitu dengan membangun kerjasama dengan berbagai pihak atau *stakeholder* seperti agen besar atau agen kecil tertentu. Menurut Hafsa (1999) dalam Susanti (2013) pada *Journal of Integrated Agribusiness*, mendefinisikan kemitraan sebagai kerjasama antara dua belah pihak yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan (Yansah, dkk., 2020). Dalam sistem tersebut perusahaan memberikan fasilitas pelayanan berupa pengantaran langsung oleh kurir atau distributor perusahaan dalam penyaluran produk yang dipesan kepada mitra-mitra yang sudah memiliki hubungan kerjasama.

Menurut Philip Kotler (2000) pada jurnal administrasi bisnis, Saluran distribusi adalah seperangkat kegiatan penyaluran produk dari produsen ke konsumen (Anas, 2021). Kemampuan dalam memberikan suatu inovasi atau terobosan terbaru oleh perusahaan merupakan suatu kewajiban guna menyediakan produk yang lebih unggul dan kompetitif dipasaran. Dengan adanya saluran distribusi dapat membantu perusahaan dalam menyalurkan produk kepada pelanggan atau konsumen dengan cara yang seefektif dan seefisien mungkin. Saluran distribusi yang buruk akan berdampak negatif pada pengaruh volume penjualan sehingga target atau tujuan perusahaan tidak tercapai. Tidak hanya kepada mitra-mitranya untuk dijual kembali,

Salah satu alasan mengapa perusahaan menetapkan kerjasama kemitraan yaitu karena tidak sanggup memberikan upah atau gaji, seperti contoh perusahaan memiliki produk untuk dipasarkan atau dijual dan para mitra agen memiliki keterampilan dalam memasarkan produk, maka perusahaan dan mitra hanya sebatas berbagi tugas dan keuntungan saja.

## Metode

Metode yang digunakan pada penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*), menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis SWOT. Metode penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang berlandaskan kepada filsafat postpositivisme. Menurut Bogdan dan Taylor (2011), mendefinisikan metodologi penelitian sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Haerawan & Magang et al., 2019). Data kualitatif merupakan data yang dikumpulkan berdasarkan keterangan atau informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang diajukan.

Fokus penelitian ini yaitu pelaku internal PT Tirta Bakti Laju Kencana yang terdiri dari 4 orang dan memiliki objek penelitian yaitu strategi kemitraan dan saluran distribusi pada produk es kristal ADEM pada PT Tirta Bakti Laju Kencana, yang

terletak pada Dusun Japanan RT/RW 003/001, Kelurahan Popoh, Kecamatan Wonoayu, Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini juga akan dilaksanakan diluar perusahaan dengan beberapa lokasi yaitu pada agen mitra-mitra yang memiliki hubungan dengan perusahaan.

Terdapat 2 jenis dalam metode pengumpulan data, yaitu data primer yang diperoleh secara langsung dengan masalah yang akan diteliti dan data skunder yang diperoleh dari sumber tidak langsung biasanya didapat dari dokumentasi dan arsip-

arsip resmi yang dimiliki perusahaan atau sumber data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain.

Teknik Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi. Setelah data terkumpul maka dilakukan analisis dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada para mitra dan distributor perusahaan sebagai alat dalam mengidentifikasi strategi kemitraan dan saluran distribusi yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan, kuisisioner dibutuhkan untuk mendapatkan hasil yang kemudian dijadikan acuan menghitung bobot atau rating pada analisis SWOT terhadap strategi kemitraan dan saluran distribusi yang dilakukan PT Tirta Bakti Laju Kencana. Langkah terakhir yaitu penarikan kesimpulan.

### Hasil Dan Pembahasan Strategi Kemitraan

Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dalam mengembangkan pemasaran produknya menggunakan strategi kemitraan yaitu dengan menjalin kerjasama dengan agen-agen atau perantara dalam proses penjualan produknya. Menurut manager pemasaran perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana Doni Juniawan mengatakan “seperti pada umumnya dalam penjualan produk es batu kristal ADEM ini lebih efektif kalo kita mengembangkannya dengan menjalin kerjasama melalui mitra-mitra seperti agen atau konsumen dengan jumlah permintaan besar seperti tengkulak hal itu juga menjadi efisiensi pemasar karena sekali pembelian bisa dengan jumlah banyak, dibuktikan dengan beberapa mitra yang menjadikan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana sebagai pemasok utama”.

**Tabel Matriks IFAS Strategi Kemitraan**

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana menjadi pemasok utama bagi mitra	0,103	4	0,4
2.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana memberikan produk yang terbaik pada mitra	0,13	4	0,52

3.	Informasi yang diberikan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana mengenai stok produk dapat dipercaya	0,13	3	0,39
4.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana memberikan kemudahan sistem pembelian dan pembayaran kepada mitra	0,13	4	0,52
<b>Total Rata-rata</b>		0,56		1,83
<b>Kelemahan</b>				
1.	Tidak adanya hubungan yang mengikat (kontrak kerja) antara perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dengan mitra	0,13	4	0,52
2.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana tidak menuntut target penjualan	0,103	4	0,4
3.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana tidak memberikan atribut atau fasilitas penjualan pada mitra	0,103	4	0,52
4.	Perusahaan hanya menerapkan sistem <i>processing order</i> (PO)	0,103	3	0,3
<b>Total Sub Rata-rata</b>		0,44		1,74
<b>Jumlah Total Rata-rata</b>		1,00		3,57

Sumber : Olahan Data Primer 2023

Hasil olahan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa faktor kekuatan pada strategi kemitraan dengan rata-rata 1,83 dan kelemahan pada strategi kemitraan dengan rata-rata 1,74 dengan faktor kekuatan terbesar pada strategi kemitraan yaitu perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana memberikan produk yang terbaik pada mitra dan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana memberikan kemudahan sistem pembelian dan pembayaran kepada mitra dengan *score* masing masing 0,52. Faktor kelemahan terbesar pada strategi kemitraan yaitu tidak adanya hubungan yang mengikat (kontrak kerja) antara perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dengan mitra dan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana tidak memberikan atribut atau fasilitas penjualan pada mitra dengan *score* masing-masing 0,52.

**Tabel Matriks EFAS Strategi Kemitraan**

No.	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				

1.	Akan adanya hubungan yang terikat antara perusahaan dan mitra, serta pemberian fasilitas penjualan karena prospek usaha yang semakin berkembang kedepannya	0,13	4	0,52
2.	Meningkatnya kepercayaan mitra karena kualitas komunikasi baik antara perusahaan dengan mitra	0,1	3	0,3
3.	Mitra semakin bertambah karena keunggulan yang diberikan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dibanding produsen es kristal lainnya	0,13	4	0,52
4.	Hubungan antara mitra dan perusahaan terjalin dengan baik	0,13	3	0,39
<b>Total Rata-rata</b>		0,49		1,73
<b>Ancaman</b>				
1.	Munculnya pesaing baru yang menggeser perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana menjadi pemasok utama karena tidak adanya hubungan yang terikat antara perusahaan dengan mitra	0,13	3	0,39
2.	Sistem <i>processing order</i> (PO) yang digunakan perusahaan dapat	0,13	3	0,39

	mengakibatkan mitra mengambil produk dari perusahaan lainnya			
3.	Jumlah stok yang tidak tentu membuat mitra kesulitan dalam mendapatkan produk yang sesuai dengan permintaan	0,13	2	0,26
4.	Mitra memandang perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana sebelah mata karena tidak memiliki sistem kerjasama yang terstruktur	0,13	3	0,39
<b>Total Sub Rata-rata</b>		0,52		1,43
<b>Jumlah Total Rata-rata</b>		1,00		3,16

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2023

Hasil olahan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa faktor peluang pada strategi kemitraan dengan rata-rata 1,73 dan ancaman pada strategi kemitraan dengan rata-rata 1,43 dengan faktor terbesar pada strategi kemitraan yaitu perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana sebagai pemasok utama dikalangan produsen es kristal lainnya dan mitra semakin bertambah karena keunggulan kualitas produk yang diberikan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dibanding produsen es kristal lainnya dengan *score* masing masing 0,52.

Faktor ancaman terbesar pada strategi kemitraan yaitu munculnya pesaing baru yang menggeser perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana menjadi pemasok utama karena tidak adanya hubungan yang terikat antara perusahaan dengan mitra, sistem *processing order* (PO) yang digunakan perusahaan dapat mengakibatkan mitra mengambil produk dari perusahaan lainnya, dan mitra memandang perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana sebelah mata karena tidak memiliki sistem kerjasama yang terstruktur dengan *score* masing-masing 0,39.

**Tabel Hasil Analisis SWOT Strategi Kemitraan**

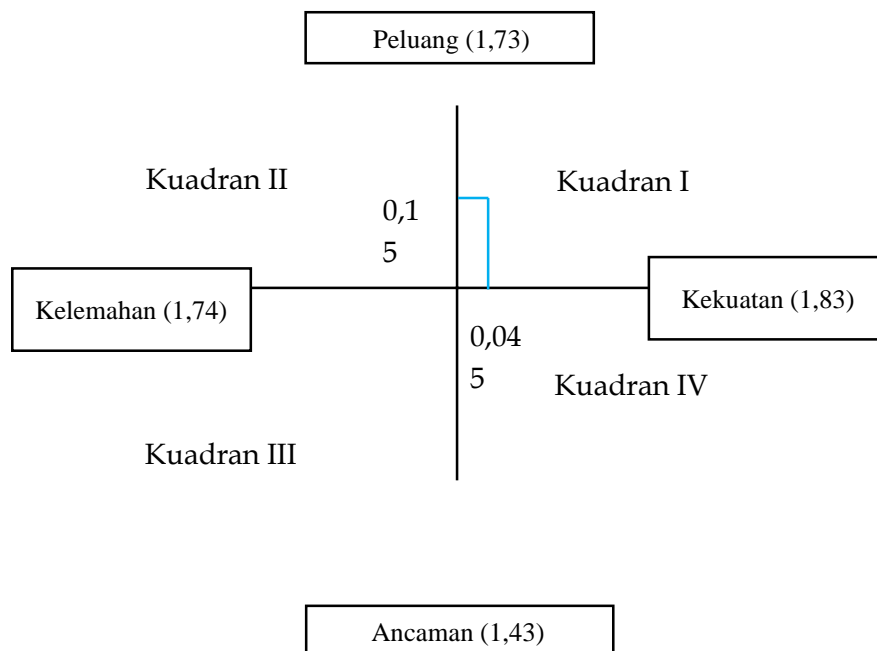
Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan > Kelemahan	Peluang > Ancaman
1,83 > 1,74	1,73 > 1,43

Berdasarkan hasil dari matriks IFAS dan EFAS pada saluran distribusi, hasil digambarkan oleh tabel diatas dapat diketahui posisi pada kuadran strategi kemitraan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{1,83 - 1,74}{2} = \frac{0,09}{2} = 0,045$$

$$Y = \frac{1,73 - 1,43}{2} = \frac{0,3}{2} = 0,15$$

Hasil yang diperoleh dengan menganalisa strategi kemitraan yang dilakukan perusahaan dengan metode SWOT dimana dilihat dari segi *Strength*, *Weakness*, *Oppotunity*, dan *threatness*.



**Diagram Kuadran Analisis SWOT Strategi Kemitraan**

Setelah mengetahui titik pertemuan pada sumbu X dan Y, maka posisi strategi kemitraan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa strategi kemitraan yang diterapkan oleh PT Tirta Bakti Laju Kencana memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Strategi yang seharusnya diterapkan pada kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*), yaitu:



1. Menjaga kualitas pelayanan dan mutu produk.
2. Menguasai dan memperluas pangsa pasar.
3. Menjaga hubungan komunikasi yang baik dengan para mitra.
4. Menjaga citra baik perusahaan.

### Saluran Distribusi

Kegiatan kemitraan yang dilakukan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana berkaitan erat dengan saluran distribusi, dimana dalam saluran distribusi perusahaan dapat menyalurkan produknya pada mitra-mitra atau perantara bertempat. Saluran distribusi yang dilakukan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana merupakan saluran distribusi tidak langsung, pada saluran distribusi ini memalui perantara atau mitra yang dimiliki perusahaan tidak langsung ke tangan konsumen atau pengecer. Dalam mengembangkan pemasaran produknya menggunakan strategi kemitraan yaitu dengan menjalin kerjasama dengan agen-agen atau perantara dalam proses penjualan produknya. Menurut manager pemasaran perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana Doni Juniawan mengatakan "Saluran distribusi yang dilakukan perusahaan yaitu semata untuk membantu pengembangan strategi kemitraan perusahaan, jadi saluran distribusi ini sangat berkaitan erat dengan kegiatan kerjasama dengan agen atau kemitraan yang sedang dijalankan perusahaan, tanpa adanya distribusi produk dari perusahaan kegiatan kemitraan tidak dapat terjalin dengan baik".

**Tabel Matriks IFAS Saluran Distribusi**

No.	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>KEKUATAN</b>				
1.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana memiliki gudang penyimpanan produk es kristal yang memudahkan distributor dalam pengambilan produk	0,13	3	0,39
2.	Distributor mengirim produk es kristal dari perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana sampai ke mitra tepat waktu	0,13	3	0,39

3.	Distributor dapat menjaga kualitas produk dalam pengiriman	0,13	3	0,39
4.	Distributor memiliki komunikasi yang cukup baik dengan mitra	0,13	3	0,39
<b>Total Rata-rata</b>		0,53		1,56
<b>KELEMAHAN</b>				
<b>N</b>				
1.	Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana tidak menyediakan alat transportasi penyaluran produk untuk distributor	0,13	3	0,39
2.	Distributor seringkali terlambat dalam penyaluran produk disebabkan karena kendala pada stok gudang	0,1	3	0,3
3.	Kurangnya kualitas alat transportasi untuk penyaluran produk	0,13	3	0,39
4.	Berkurangnya kualitas pada produk yang disalurkan kepada mitra karena faktor cuaca ekstrim	0,1	2	0,2
<b>Total Sub Rata-rata</b>		0,47		1,28
<b>Jumlah Total Rata-rata</b>		1,00		2,84

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2023

Seluruh faktor kekuatan pada saluran distribusi sama-sama memiliki *score* 0,39 dengan total rata-rata 1,56 dan total rata-rata pada kelemahan saluran distribusi yaitu 1,28. Faktor kelemahan saluran distribusi terbesar ada pada perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana tidak menyediakan alat transportasi penyaluran produk untuk distributor dan kurangnya kualitas alat transportasi untuk penyaluran produk dengan masing-masing *score* 0,39.

**Tabel Matriks EFAS Saluran Distribusi**

No.	Indikator	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				

1.	Pertambahan jumlah mitra karena distributor mampu menjaga kualitas produk tetap baik sampai ke tangan mitra	0,17	4	0,68
2.	Meningkatnya permintaan produk karena bertambahnya jumlah mitra yang bergabung	0,125	3	0,375
3.	Teknologi penyaluran produk yang semakin maju akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan	0,17	4	0,68
4.	Memiliki pangsa pasar yang bersifat pasti atau pelanggan tetap	0,17	4	0,68
<b>Total Rata-rata</b>		0,63		2,415
<b>Ancaman</b>				
1.	Kapasitas gudang penyimpanan yang tidak terkontrol atau mengalami kekurangan stok produk akibatnya membludaknya permintaan	0,04	4	0,16
2.	Cuaca yang ekstrim membuat kualitas produk berkurang	0,08	3	0,24
3.	Persaingan peningkatan kualitas produk antar produsen es kristal	0,125	3	0,375
4.	Persaingan pada pelayanan distribusi yang lebih unggul dapat menggeser posisi perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dari mitra	0,125	3	0,375
<b>Total Sub Rata-rata</b>		0,37		1,525
<b>Jumlah Total Rata-rata</b>		1,00		3,94

Sumber : Hasil Olahan Data Primer 2023

Hampir seluruh faktor peluang pada saluran distribusi memiliki rata-rata 2,415 dengan peluang terbesar yaitu pertambahan jumlah mitra karena distributor mampu menjaga kualitas produk tetap baik sampai ke tangan mitra, teknologi penyaluran produk yang semakin maju akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan, dan Memiliki pangsa pasar yang bersifat pasti atau pelanggan tetap sama-sama memiliki *score* 0,68. Faktor ancaman saluran distribusi memiliki rata-rata 1,525 dengan ancaman terbesar ada pada perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana Persaingan peningkatan kualitas produk antar produsen es kristal dan Persaingan pada pelayanan distribusi yang lebih unggul dapat menggeser posisi perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dari mitra dengan masing-masing *score* 0,375.

Setelah mengetahui nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, strength , weakness , opportunity , threat . maka akan diketahui selisih dari hasil total skor strength , weakness adalah :

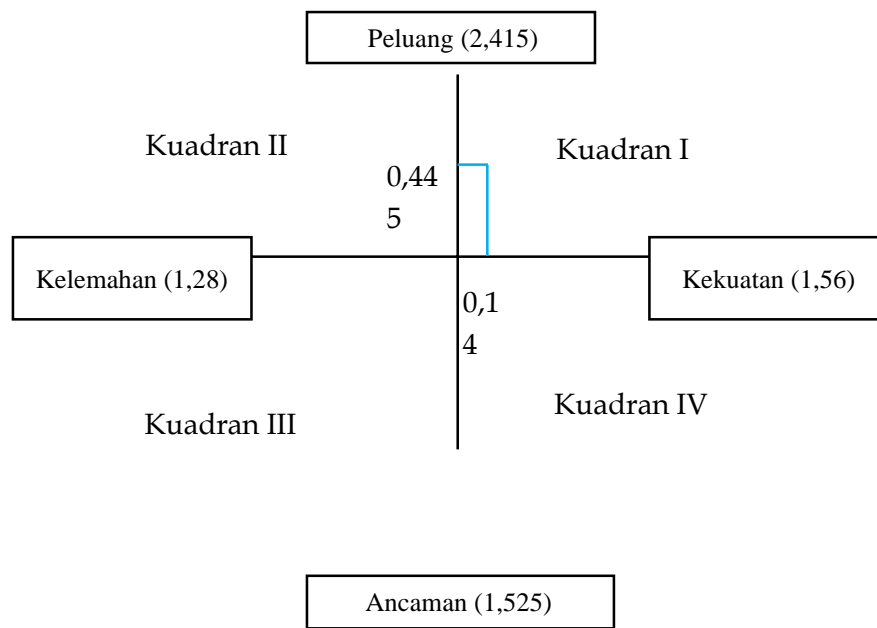
**Hasil Analisis SWOT Saluran Distribusi**

Faktor Internal	Faktor Eksternal
Kekuatan > Kelemahan	Peluang > Ancaman
1,56 > 1,28	2,415 < 1,525

Berdasarkan hasil dari matriks IFAS dan EFAS pada saluran distribusi, hasil digambarkan oleh tabel diatas dapat diketahui posisi pada kuadran saluran distribusi menggunakan rumus sebagai berikut:

$$X = \frac{1,56 - 1,28}{2} \qquad Y = \frac{2,415 - 1,525}{2}$$
$$X = \frac{0,28}{2} \qquad Y = \frac{0,89}{2}$$
$$X = 0,14 \qquad Y = 0,445$$

Hasil yang diperoleh dengan menganalisa saluran distribusi yang dilakukan perusahaan dengan metode SWOT dimana dilihat dari segi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *threatness*.



#### Diagram Kuadran Analisis SWOT Saluran Distribusi

Setelah mengetahui titik pertemuan pada sumbu X dan Y, maka posisi strategi kemitraan perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa saluran distribusi yang diterapkan oleh PT Tirta Bakti Laju Kencana memiliki kekuatan dan peluang yang besar. Strategi yang seharusnya diterapkan pada kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*), yaitu:

1. Menjaga kualitas produk sampai ke tangan konsumen atau mitra.
2. Mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada mitra.
3. Menjaga atau bahkan menguasai pangsa pasar yang berpotensi.
4. Mengembangkan teknologi penyaluran produk agar dapat meningkatkan produktivitas serta efisiensi penyaluran.

#### Kesimpulan

Hasil penelitian pada perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana, maka didapatkan kesimpulan bahwa perusahaan memproduksi es kristal dengan merek ADEM, dengan menerapkan sistem pemasaran berupa strategi kemitraan yaitu menjalin kerjasama dalam penjualan atau pengembangan produknya, kemitraan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu kemitraan keagenan atau penjualan dalam skala besar. Hal ini dibuktikan dengan sebagian mitra menjadikan perusahaan PT Tirta bakti sebagai pemasok untuk produk es batu kristal ADEM yang kemudian dijual kembali. Pada strategi ini dihadapkan dengan lebih besarnya kekuatan daripada

kelemahan yang dimiliki oleh internal perusahaan seperti Perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana dengan peluang besar yang akan dihadapi perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana. Pada hasil analisis SWOT strategi kemitraan menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran I yang sebaiknya menggunakan strategi agresif atau mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy). Misalnya menjaga kualitas mutu produk serta memperluas pangsa pasar.

Saluran distribusi pada perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana yaitu menyalurkan produk ketangan mitra dengan sistem saluran distribusi tidak langsung, yaitu melalui perantara. Saluran distribusi perusahaan memiliki kekuatan yang lebih besar dibanding dengan kelemahan yang dimiliki dihadapan peluang yang besar, dengan peluang besar pula yang dihadapi perusahaan PT Tirta Bakti Laju Kencana. Pada hasil analisis SWOT saluran distribusi menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran I yang sebaiknya menggunakan strategi agresif atau mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy). Misalnya menjaga kepercayaan para mitra dengan menjaga kualitas pelayanan dan produk sampai ketangan para mitra.

#### **Ucapan Terima Kasih**

Dengan terselesaikannya penelitian ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada para pendidik di lembaga Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah memberikan dukungan serta arahan selama penelitian ini dilakukan. Terimakasih kepada para narasumber yang sudah terlibat dan sukarela memberikan informasi dan data yang diperlukan dalam mendukung penelitian ini.

#### **Daftar Pustaka**

- Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). SENI MENGELOLA DATA: PENERAPAN TRIANGULASI TEKNIK, SUMBER DAN WAKTU PADA PENELITIAN PENDIDIKAN SOSIAL. *Historis : Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.  
<https://doi.org/10.31764/HISTORIS.V5I2.3432>
- Ardi Said. (1945). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DENGAN TEMA BUDAYA PADA PRODAK KAOS SEBAGAI UPAYA MEMPERKENALKAN BUDAYA FLORES TIMUR (Studi Kasus Pada Usaha Sablon Kaos Oleh Mahasiswa Flores Timur Surabaya). *Dinamika Administrasi Bisnis*. Dan, N., Wuryanto, T., & Ekonomi, F. (2014). Analisis Saluran Distribusi Selektif Agen Dan Sub Agen Terhadap Volume Penjualan (Studi kasus pada PT.Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Area Pemasaran Kabupaten Blitar) (Nurani dan Teguh Wuryanto) ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI SELEKTIF AGEN DAN SUB AGEN TERHADAP VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus Pada PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. Area Pemasaran Kabupaten Blitar). In *Jurnal Universitas Tulungagung BONOROWO* (Vol. 1, Issue 2).
- Ilmiah Manajemen Bisnis, J., Yulius Here Magang, dan, Tunas Pemuda, P., & Triguna Jakarta, S. (2019). *Haerawan dan Magang: Analisis Swot dalam Menentukan Strategi Pemasaran*« ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN ALAT RUMAH TANGGA DI PT IMPRESSINDO KARYA STEEL JAKARTA-PUSAT (Vol. 5, Issue 2).

- Jane, O. (n.d.). *Analisis Potensi Partnership sebagai Moda untuk meningkatkan Kapabilitas Inovasi dan Teknologi*.
- Jasuli, A., Sunartomo, A. F., & Ridjal, J. A. (2014). Analisis Pola Kemitraan Petani Kapas Dengan PT Nusafarm Terhadap Pendapatan Usahatani Kapas di Kabupaten Situbondo. *Berkala Ilmiah Pertanian*, 1(1), 1-7. <https://repository.unej.ac.id/handle/123456789/68736>
- Jurnal, W., Penelitian, P. A., Puding, K., Kabupaten, B., Yansah, B., Setiawan, I., Sapta Pranoto C Abc, Y., Agribisnis, J., Perikanan, P., & Biologi, D. (n.d.). *Journal of Integrated Agribusiness*. <https://doi.org/10.33019/jia.v2i2.1569>
- Juwita, A. (2019). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran pada Usaha Furniture di Some Renders Madiun. *Thesis*, 1-100.
- Mardiyana. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN METODE ANALISIS SWOT PADA HOME INDUSTRI WEN-DANG JAHE DI KABUPATEN KUKAR. 10(1), 1-11.
- Mayang, A., Astuti, I., & Ratnawati, S. (n.d.). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). In *Anissa Mayang Indri Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 17, Issue 2).
- Nurjannah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Bengkulu, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.stiesyariah Bengkulu.ac.id/index.php/jps>
- Pasaribu, H. F. (2018). Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan. *Skripsi*, 1-91. <http://repository.uinsu.ac.id/5198/>
- Purba, E. A. (2008). Analisis Penerapan Strategi Kemitraan Terhadap Kinerja Perusahaan Biro Teknik Listrik. *Bisnis Strategi*, 17(2), 197-202. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jbs/article/view/14438/11030>
- Siallagan, A. (2021). UNIVERSITAS SUMATERA UTARA Poliklinik UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 1(3), 82-91.
- Sofyan, A., & Ca, N. I. M. (2006). *Tesis*.
- Susanto, V. A., Andriani, R., Nelfianti, F., Elyana, I., Program, J, Bisnis, S. A., Bina, U., & Informatika, S. (n.d.). *Penerapan Strategi Pemasaran Menggunakan Marketing Mix Pada Event Organizer (Studi Pada Event Organizer Cipayung Jakarta Timur)*.
- Triana, E. (2019). Inovbiz Analisa Sistem Pendistribusian Produk Jadi di PT. Perkebunan Nusantara V Riau dengan menggunakan Metode SWOT. In *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* (Vol. 7). [www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP](http://www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP)
- Yam, J. H. (2022). *JURNAL EMPIRE Refleksi Penelitian Metode Campuran*. 2(2), 126- 134. <https://doi.org/10.33592/empire.v2i2.3310>
- Zakaria, A., Yanto Niode, I., & Juanna, A. (n.d.). Analisis Saluran Distribusi Di Pt. Awet Sarana Sukses Gorontalo. *JAMBURA*, 5, 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>