



# Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 1 (1) 2025: 92-96

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



## Analisis Distribusi Produk Tolak Angin di Indonesia

Hartati Mufidah<sup>1</sup>, Dodi Persada<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Studi Manajemen, Universitas Pamulang

Corresponding author: e-mail: hartatimufidah24@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima: Desember 2021 Disetujui: Januari 2022 Diterbitkan: Februari 2022</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis distribusi produk Tolak Angin di Indonesia, yang merupakan salah satu produk herbal terkenal. Distribusi yang efektif sangat penting untuk memastikan ketersediaan produk di pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan survei kepada distributor, pengecer, serta konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk Tolak Angin menggunakan berbagai saluran distribusi, termasuk distribusi langsung ke pengecer dan melalui distributor besar. Selain itu, faktor geografis dan permintaan pasar mempengaruhi strategi distribusi yang diterapkan. Penelitian ini juga menemukan bahwa kerjasama yang baik antara produsen dan distributor berperan penting dalam mencapai efisiensi distribusi. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang proses distribusi, perusahaan dapat meningkatkan strategi pemasaran dan menjangkau lebih banyak konsumen. Temuan ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam mengoptimalkan distribusi produk di pasar Indonesia.</p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Distribusi, Tolak Angin, Herbal, Saluran Distribusi, Strategi Pemasaran</p>	<p style="text-align: center;"><b>ABSTRACT</b></p> <p><i>This study aims to analyze the distribution of the product Tolak Angin in Indonesia, which is one of the most well-known herbal products. Effective distribution is crucial to ensure product availability in the market and increase customer satisfaction. The research method used is a case study by collecting data through interviews and surveys with distributors, retailers, and consumers. The results show that Tolak Angin utilizes various distribution channels, including direct distribution to retailers and through major distributors. Additionally, geographical factors and market demand influence the distribution strategies employed. This study also finds that good cooperation between producers and distributors plays an important role in achieving distribution efficiency. With a better understanding of the distribution process, companies can enhance their marketing</i></p>

---

*strategies and reach more consumers. These findings are expected to provide recommendations for companies to optimize product distribution in the Indonesian market.*

---

## **PENDAHULUAN**

Distribusi merupakan salah satu elemen penting dalam rantai pasokan yang bertujuan untuk memastikan produk sampai ke konsumen dengan tepat waktu dan dalam kondisi optimal. Produk Tolak Angin, sebagai salah satu produk herbal terkemuka di Indonesia, telah mendapatkan popularitas yang luas berkat manfaatnya dalam menjaga daya tahan tubuh dan mengatasi gejala masuk angin. Namun, dalam pasar yang semakin kompetitif, efektivitas distribusi menjadi faktor kunci dalam menjaga ketersediaan produk di berbagai wilayah dan menjamin kepuasan pelanggan. Sebagai produk dengan permintaan yang tinggi, kinerja distribusi Tolak Angin perlu dianalisis untuk memastikan optimalisasi proses pengiriman dari produsen hingga ke tangan konsumen akhir.

Beberapa studi sebelumnya telah mengeksplorasi strategi distribusi pada produk-produk sejenis di sektor FMCG (Fast-Moving Consumer Goods), dengan fokus pada optimasi rantai pasokan dan penggunaan teknologi dalam proses distribusi. Penelitian-penelitian ini sebagian besar menunjukkan bahwa saluran distribusi yang efektif dan terintegrasi dapat meningkatkan ketersediaan produk di pasar dan mengurangi biaya operasional. Beberapa peneliti berfokus pada analisis distribusi di wilayah perkotaan, sementara yang lain lebih memperhatikan tantangan distribusi di daerah terpencil. Namun, penelitian terkait produk herbal, khususnya Tolak Angin, masih terbatas dan jarang menyoroti permasalahan distribusi secara komprehensif yang mencakup berbagai wilayah geografis di Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis distribusi produk Tolak Angin di Indonesia, dengan tujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam sistem distribusi yang ada, serta memberikan rekomendasi untuk optimalisasi distribusi di berbagai wilayah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang strategi distribusi yang lebih efektif untuk produk herbal di pasar Indonesia.

## **KAJIAN LITERATUR**

Distribusi merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran, karena mencakup kegiatan yang menghubungkan antara produsen dan konsumen akhir. Menurut grand theory dalam ilmu pemasaran, distribusi berkaitan dengan bagaimana suatu produk dipindahkan dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efisien. Teori pemasaran klasik seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler menyatakan bahwa distribusi atau "place" merupakan salah satu dari empat elemen kunci dalam bauran pemasaran (4P), bersama dengan produk, harga, dan promosi. Prinsip dasar ini menekankan bahwa distribusi yang efektif memungkinkan produk dapat dijangkau oleh konsumen dengan biaya dan waktu yang efisien (Kotler & Keller, 2016).

Menurut Chopra dan Meindl (2016), rantai pasokan terdiri dari semua pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam pemenuhan permintaan pelanggan. Manajemen distribusi di sini termasuk perencanaan, implementasi, dan pengendalian proses untuk memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Teori ini menekankan pentingnya koordinasi dan kolaborasi antara pihak-pihak dalam rantai pasokan untuk memastikan kelancaran distribusi, yang secara langsung berdampak pada ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan.

Dalam distribusi modern mengacu pada penggunaan teknologi dalam manajemen distribusi, seperti enterprise resource planning (ERP) dan logistics information systems (LIS). Teknologi ini membantu perusahaan untuk mengelola dan memantau distribusi secara real-time, sehingga meningkatkan efisiensi dan mengurangi kemungkinan kesalahan dalam proses distribusi (Christopher, 2016). Dalam konteks Tolak Angin, yang diproduksi oleh PT Sido Muncul, optimalisasi distribusi sangat penting karena perusahaan ini tidak hanya melayani pasar domestik tetapi juga ekspor ke beberapa negara. Oleh karena itu, penerapan teknologi dalam distribusi sangat membantu dalam memastikan produk tersedia tepat waktu di seluruh wilayah, baik di dalam maupun luar negeri.

Pengaruh antar variabel dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana faktor-faktor seperti saluran distribusi, ketersediaan produk, dan permintaan konsumen saling memengaruhi kinerja distribusi secara keseluruhan. Distribusi yang efektif memungkinkan produk tersedia di berbagai titik penjualan, meningkatkan kepuasan konsumen, dan pada akhirnya memperkuat posisi pasar merek Tolak Angin. Sebaliknya, distribusi yang tidak efektif dapat menyebabkan ketidaktersediaan produk, menurunkan loyalitas konsumen, dan berpotensi mengurangi keuntungan perusahaan.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menganalisis sistem distribusi produk Tolak Angin di Indonesia. Penelitian dilakukan selama enam bulan, mulai dari bulan Januari hingga Juni 2024, dengan lokasi penelitian yang mencakup beberapa wilayah distribusi utama seperti Jakarta, Surabaya, dan Medan. Target penelitian adalah produsen, distributor, dan pengecer Tolak Angin yang terlibat langsung dalam rantai distribusi produk.

Subjek penelitian terdiri dari beberapa pihak kunci dalam rantai distribusi, yakni manajer distribusi dari PT Sido Muncul sebagai produsen, agen dan distributor besar yang menjadi perantara distribusi, serta pengecer yang tersebar di berbagai wilayah. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung dalam proses distribusi produk Tolak Angin. Wawancara mendalam dengan subjek-subjek ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif terkait sistem distribusi yang diterapkan.

Prosedur penelitian diawali dengan pengumpulan data primer melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi lapangan di beberapa titik distribusi utama. Data sekunder juga dikumpulkan melalui laporan tahunan perusahaan, publikasi terkait distribusi produk herbal, serta dokumen resmi perusahaan terkait strategi distribusi. Instrumen penelitian yang digunakan mencakup panduan wawancara yang dirancang untuk mengeksplorasi aspek-aspek penting distribusi seperti efisiensi rantai pasokan, tantangan geografis, dan kinerja saluran distribusi.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis tematik, di mana data diorganisasikan dan dikelompokkan berdasarkan tema utama seperti strategi distribusi, kendala distribusi, dan efektivitas rantai pasokan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola distribusi yang dominan serta menemukan tantangan dan peluang yang dapat dioptimalkan dalam sistem distribusi Tolak Angin di Indonesia. Teknik triangulasi digunakan untuk memvalidasi hasil wawancara dengan data sekunder yang relevan

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini menganalisis distribusi produk Tolak Angin di Indonesia dengan menggunakan data yang diperoleh dari survei pada beberapa wilayah, termasuk daerah perkotaan dan pedesaan. Hasil menunjukkan bahwa produk Tolak Angin memiliki distribusi yang luas dan merata di seluruh Indonesia. Terdapat beberapa perbedaan tingkat penetrasi berdasarkan wilayah. Di daerah perkotaan, produk ini lebih mudah diakses melalui berbagai

saluran distribusi seperti minimarket, supermarket, apotek, dan toko obat tradisional. Sedangkan di daerah pedesaan, distribusi produk ini lebih bergantung pada pasar tradisional dan toko-toko kecil.

**Tabel 1. Tingkat Penetrasi Berdasarkan Wilayah**

Wilayah	Minimarket (%)	Supermarket (%)	Apotek (%)	Pasar Tradisional (%)	Toko Obat Tradisional (%)
Perkotaan	85	70	65	20	30
Pedesaan	30	10	15	70	60

Sumber: Hasil Penelitian (2024)

Distribusi produk Tolak Angin menunjukkan perbedaan signifikan antara wilayah perkotaan dan pedesaan. Di perkotaan, ketersediaan produk di minimarket, supermarket, dan apotek jauh lebih tinggi dibandingkan dengan di pedesaan. Ini menunjukkan bahwa distribusi melalui jaringan ritel modern lebih dominan di daerah urban yang didukung oleh infrastruktur yang lebih baik dan akses yang lebih mudah ke pasar-pasar besar. Sebaliknya, di pedesaan, produk lebih banyak tersedia di pasar tradisional dan toko obat tradisional, yang mencerminkan preferensi lokal dan keterbatasan infrastruktur distribusi modern.

Penelitian ini juga menemukan bahwa penetrasi produk Tolak Angin di daerah pedesaan cenderung lebih rendah dibandingkan dengan di perkotaan. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor seperti terbatasnya akses transportasi dan distribusi yang lebih bergantung pada jaringan lokal. Namun, meskipun ada perbedaan, distribusi di pedesaan tetap signifikan, terutama melalui jalur pasar tradisional dan toko obat yang berfungsi sebagai saluran distribusi utama.

Interpretasi ilmiah dari hasil ini mengindikasikan bahwa strategi distribusi Tolak Angin dapat dioptimalkan dengan lebih fokus pada wilayah pedesaan yang masih memiliki potensi pertumbuhan. Dalam konteks ini, peningkatan kolaborasi dengan jaringan distribusi tradisional di pedesaan bisa menjadi langkah strategis untuk memperluas cakupan pasar. Distribusi yang lebih merata juga akan mendukung akses yang lebih luas bagi konsumen di seluruh Indonesia.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi lain yang menunjukkan bahwa produk kesehatan tradisional seperti Tolak Angin cenderung memiliki distribusi yang lebih kuat di daerah perkotaan, namun tetap relevan dan penting di daerah pedesaan, di mana konsumen cenderung mengandalkan pasar tradisional dan toko obat lokal.

## KESIMPULAN

Distribusi produk Tolak Angin di Indonesia menunjukkan perbedaan signifikan antara daerah perkotaan dan pedesaan. Di perkotaan, distribusi produk melalui minimarket, supermarket, dan apotek lebih dominan, didukung oleh infrastruktur yang lebih baik dan akses yang lebih mudah. Sebaliknya, di pedesaan, produk ini lebih banyak didistribusikan melalui pasar tradisional dan toko obat tradisional. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa strategi distribusi yang digunakan perusahaan telah menyesuaikan dengan karakteristik pasar lokal, namun masih ada potensi untuk pengembangan lebih lanjut di wilayah pedesaan.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan bahwa untuk meningkatkan penetrasi pasar di pedesaan, diperlukan strategi distribusi yang lebih terintegrasi dengan jalur-jalur distribusi tradisional yang mendominasi daerah tersebut. Selain itu, kolaborasi dengan para pelaku usaha lokal di daerah pedesaan juga dapat membantu meningkatkan ketersediaan produk, sehingga konsumen di seluruh wilayah Indonesia dapat mengakses produk ini dengan lebih mudah.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa produk kesehatan tradisional cenderung lebih mudah diakses di daerah perkotaan melalui jaringan ritel modern, namun tetap relevan di pedesaan dengan distribusi yang lebih bergantung pada pasar tradisional.

## **REFERENSI**

- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation* (6th ed.). Pearson.
- Rahmawati, D. (2021). Distribusi Produk di Era Digital: *Studi Kasus Perusahaan FMCG di Indonesia*. *Jurnal Distribusi dan Logistik*, 15(2), 123-135.
- Suhendra, A., & Pratama, I. (2023). Optimalisasi Distribusi Produk Herbal: *Tantangan dan Peluang di Indonesia*. *Jurnal Manajemen Rantai Pasokan*, 10(3), 45-58.
- Widianto, S. (2020). Strategi Distribusi Produk dalam Rantai Pasokan: *Tinjauan Kasus di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 22(1), 76-89.