

# Memilih Saluran Distribusi

Tentukanlah Saluran Distribusi yang  
Paling Sesuai dengan Kebutuhan  
Anda



**Mengimplementasikan Ide**  
Memilih Saluran Distribusi



HASIL KOLABORASI OLEH TIM:

DITULIS & DIADAPTASI OLEH:  
Hangga Nuarta

TERINSPIRASI DARI:  
MaRS (2009) Should Startups Build Distribution Channels or Sell Products Directly?  
AIB Business (2014) 6 Factors in Choosing the Right Sales Channel to Grow Your Business





# Memilih Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah pihak-pihak yang membantu menyalurkan produk atau jasa dari Usaha Sosial Anda kepada konsumen.

## KENAPA SALURAN DISTRIBUSI PENTING?

Pemilihan saluran distribusi yang tepat penting bagi Usaha Sosial karena menentukan kenyamanan konsumen dalam membeli dan mengonsumsi produk Usaha Sosial Anda. Oleh karena itu, pemilihan saluran distribusi yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif dan menentukan kesuksesan Usaha Sosial Anda.

## JENIS SALURAN DISTRIBUSI

Saluran distribusi dibedakan menjadi dua jenis, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.

- **Saluran Distribusi Langsung**

Saluran distribusi langsung berarti Anda menjual produk secara langsung kepada konsumen tanpa melalui perantara. Misal, melalui toko *online* atau menugaskan tim penjualan untuk menawarkan produk Usaha Sosial Anda langsung ke rumah konsumen. Contoh Usaha Sosial yang menggunakan saluran distribusi langsung adalah Nalacity Foundation. Nalacity menjual produk untuk muslimah seperti baju, hijab, dan aksesoris secara langsung melalui *website* dan media sosial yang mereka kelola.

- **Saluran Distribusi Tidak Langsung**

Saluran distribusi tidak langsung berarti Anda menjual produk kepada konsumen melalui perantara. Misal, melalui warung-warung tradisional atau toko-toko modern. Contoh Usaha Sosial yang menggunakan saluran distribusi tidak langsung adalah Ruma. Ruma menjual pulsa *handphone* dan pulsa listrik bekerja sama dengan warung-warung tradisional sebagai agennya.

Usaha Sosial Anda tidak hanya dapat memilih satu jenis saluran distribusi. Namun, Anda dapat pula menggunakan saluran distribusi langsung dan tidak langsung secara bersamaan. Contoh Usaha Sosial yang menggunakan dua jenis saluran distribusi tersebut adalah Kakoa Chocolate. Kakoa adalah Usaha Sosial yang memproduksi dan menjual cokelat yang terbuat dari 100% biji cokelat murni. Mereka menjual cokelat secara langsung melalui internet, juga secara tidak langsung melalui toko-toko modern, seperti Ranch Market, Kemchicks, dan AEON.



# Memilih Saluran Distribusi

## MEMILIH SALURAN DISTRIBUSI

Untuk memutuskan jenis saluran distribusi mana yang akan Anda pilih, beberapa faktor berikut perlu Anda pertimbangkan:

- **Jenis Produk**

Jika produk yang Anda jual merupakan produk fisik seperti makanan atau barang kesenian, Anda perlu mempertimbangkan menggunakan perantara. Hal ini karena dapat memudahkan konsumen untuk melihat dan merasakan produk Anda secara langsung. Akhirnya, dapat memengaruhi keinginan mereka untuk membeli. Selain itu, jika produk Anda diperuntukkan bagi orang banyak misalnya pulsa, menggunakan perantara merupakan keputusan yang tepat karena mereka dapat membantu produk Anda sampai ke konsumen yang lebih luas.

Jika yang Anda jual memerlukan interaksi yang banyak dengan konsumen, seperti jasa katering maka saluran distribusi langsung lebih tepat digunakan. Anda dapat menggunakan media *online* seperti *website* dan media sosial.

- **Persaingan**

Melihat saluran distribusi yang dipilih pesaing juga penting. Misal, Usaha Sosial Anda menjual pakaian untuk muslimah. Anda tidak bisa hanya mengandalkan toko *online* Anda sendiri untuk menjual produk. Pesaing-pesaing Anda menggunakan toko *online* mereka sendiri, perantara seperti retailer *online* atau agen-agen *reseller*.

- **Biaya**

Mempertimbangkan biaya juga penting dalam memilih saluran distribusi. Anda mungkin tidak dapat menggunakan semua saluran distribusi yang Anda inginkan karena terkendala masalah biaya. Sebab itu, Anda harus memilih saluran distribusi yang paling *cost-effective*. Artinya, saluran distribusi yang mampu mencapai tujuan dengan biaya paling murah. Contoh, jika produk Anda hijab untuk konsumen muda, mungkin akan lebih *cost-effective* jika Anda menggunakan saluran distribusi langsung (*website* dan media sosial) serta perantara digital (seperti HijUp.com) daripada membuka toko sendiri di pusat perbelanjaan atau menggunakan perantara toko-toko fisik modern.