

Pengaruh Strategi Distribusi dan Efektivitas Layanan Distribusi terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1

¹ Yuningsih Widyanti, ² Agus Sulaiman Anhary

¹ Universitas Pamulang, Banten, Indonesia

¹ yuniwidianti505@gmail.com, ² dosen00598@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of distribution strategy and distribution service effectiveness on sales improvement at PT Millenium Pharmacon International Tbk Jakarta Branch1. Employing a quantitative approach, data were gathered from 97 respondents selected via the Slovin formula from a population of 3,163 customers using purposive sampling. Data were analyzed using validity, reliability, classical assumption, linear regression, correlation, determination coefficient, t-tests, and F-tests via SPSS 25. Results show distribution strategy positively and significantly affects sales improvement ($Y = 14.452 + 0.636X_1$, $r = 0.698$, $R^2 = 48.8\%$, $t_{\text{count}} 9.507 > t_{\text{table}} 1.985$). Distribution service effectiveness also positively and significantly affects sales improvement ($Y = 16.703 + 0.582X_2$, $r = 0.620$, $R^2 = 38.5\%$, $t_{\text{count}} 7.708 > t_{\text{table}} 1.985$). Simultaneously, both variables significantly influence sales improvement ($Y = 7.073 + 0.478X_1 + 0.357X_2$, $r = 0.776$, $R^2 = 60.2\%$, $F_{\text{count}} 71.077 > F_{\text{table}} 3.09$). The management must optimize inventory allocation and streamline order processing to boost sales.

Keywords: Distribution Strategy; Distribution Service Effectiveness; Sales Improvement.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi distribusi dan efektivitas layanan distribusi terhadap peningkatan penjualan pada PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 3.163 pelanggan dengan sampel sejumlah 97 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin dengan teknik purposive sampling. Teknik analisis data mencakup uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier, koefisien korelasi, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan strategi distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan ($Y = 14,452 + 0,636X_1$, $r = 0,698$, $R^2 = 48,8\%$, $t_{\text{hitung}} 9,507 > t_{\text{tabel}} 1,985$). Efektivitas layanan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan ($Y = 16,703 + 0,582X_2$, $r = 0,620$, $R^2 = 38,5\%$, $t_{\text{hitung}} 7,708 > t_{\text{tabel}} 1,985$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan ($Y = 7,073 + 0,478X_1 + 0,357X_2$, $r = 0,776$, $R^2 = 60,2\%$, $F_{\text{hitung}} 71,077 > F_{\text{tabel}} 3,09$). Implikasinya, perusahaan perlu mengoptimalkan alokasi produk dan pemrosesan pesanan.

Kata kunci: Strategi Distribusi; Efektivitas Layanan Distribusi; Peningkatan Penjualan.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri distribusi farmasi di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk-produk kesehatan. Kondisi ini mendorong perusahaan distributor untuk mampu bersaing secara kompetitif, tidak hanya dalam hal ketersediaan produk, tetapi juga dalam hal kecepatan, ketepatan, dan efektivitas layanan distribusi yang diberikan kepada pelanggan. Penjualan merupakan indikator utama keberhasilan perusahaan karena berkaitan langsung dengan pendapatan dan keberlangsungan usaha. Tingkat penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan pasar dan bersaing secara optimal. Menurut Kotler dan Keller (2020), pemasaran berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui pertukaran nilai, sedangkan penjualan

merupakan salah satu aktivitas pemasaran yang berfungsi menghasilkan pendapatan perusahaan melalui interaksi langsung maupun tidak langsung dengan pelanggan. Dalam manajemen pemasaran, strategi distribusi merupakan salah satu faktor paling penting dalam meningkatkan penjualan. Distribusi tidak hanya berkaitan dengan penyaluran produk dari produsen ke konsumen, tetapi juga memastikan produk tersedia tepat waktu, tepat jumlah, dan dalam kondisi yang sangat baik. Selain itu, efektivitas layanan distribusi berperan vital melalui pelayanan yang cepat, tepat, dan responsif.

PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 merupakan perusahaan distributor farmasi yang mendistribusikan obat-obatan dan alat kesehatan ke berbagai fasilitas kesehatan seperti rumah sakit, apotek, klinik, dan toko obat. Perusahaan ini menerapkan strategi distribusi intensif untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala dalam kegiatan distribusi operasional. Sebagai contoh, fluktuasi pasokan dan kendala logistik harian sering kali mengganggu pencapaian target penjualan tahunan. Penelitian empiris terdahulu seperti yang dilakukan oleh Sarwono et al. (2023) serta Rizky dan Safitri (2024) mengindikasikan bahwa saluran distribusi dan kualitas pelayanan memiliki peran dominan terhadap volume penjualan dan keputusan pembelian. Demikian pula temuan Indriani (2019) dan Purba & Damanik (2020) mengonfirmasi kontribusi signifikan distribusi terhadap kinerja penjualan. Namun, penerapan pada sektor industri farmasi—yang memiliki karakteristik barang sangat sensitif, regulasi ketat, dan ekspektasi pemenuhan kebutuhan medis yang mendesak—memerlukan pengujian khusus.

Berdasarkan data internal PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 periode 2023–2025, kerap terjadi ketidakseimbangan antara target dan realisasi omset penjualan. Pada tahun 2023, pencapaian target penjualan sebesar 98,08%, kemudian meningkat pada tahun 2024 menjadi 106,11%, namun kembali mengalami penurunan pada tahun 2025 menjadi 94,58%. Kesenjangan (gap) ini terjadi di tengah pertumbuhan jumlah pelanggan yang konstan, dari 2.874 pelanggan di tahun 2023 menjadi 3.163 pelanggan di tahun 2025 (pertumbuhan 5,61%). Kesenjangan antara kenaikan jumlah pelanggan dan fluktuasi realisasi pencapaian penjualan ini mengindikasikan adanya gap analysis yang krusial: mengapa penambahan jumlah pelanggan tidak serta-merta menjamin kestabilan peningkatan penjualan? Diduga kuat terdapat permasalahan pada ketidakmerataan distribusi produk, terjadinya kekosongan produk (stock out) pada waktu tertentu, serta keterlambatan pengiriman dan respon pelayanan sales yang lambat. Keunikan dan kebaruan (novelty) riset ini terletak pada evaluasi komprehensif integrasi strategi distribusi fisik dan kualitas efektivitas layanan secara simultan dalam ekosistem distributor rantai pasok farmasi B2B (Business-to-Business) di wilayah metropolitan Jakarta.

Oleh karena itu, hipotesis dalam penelitian ini merumuskan bahwa diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari strategi distribusi terhadap peningkatan penjualan, diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan dari efektivitas layanan distribusi terhadap peningkatan penjualan, serta diduga terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara strategi distribusi dan efektivitas layanan distribusi terhadap peningkatan penjualan pada PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal untuk menguji hubungan berpengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Lokasi penelitian dilaksanakan di PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 yang beralamat di Jalan Ciledug Raya No. 17, Ulujami, Pesanggrahan, Jakarta Selatan. Waktu penelitian berlangsung selama 3 bulan, terhitung mulai Maret 2025 hingga Mei 2026. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan terdaftar PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 pada periode 2023–2025 yang berjumlah 3.163 pelanggan, terdiri dari institusi rumah sakit, apotek, klinik, dan toko obat.

Penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi kesalahan (e) sebesar 10%, yang dirumuskan sebagai $n = N / (1 + N(e)^2)$. Melalui perhitungan

matematis $n = 3.163 / (1 + 3.163(0,10)^2)$, diperoleh sampel sebanyak 96,93 yang dibulatkan menjadi 97 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria inklusi yaitu pelanggan terdaftar yang telah melakukan transaksi rutin sekurang-kurangnya selama 3 bulan terakhir. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur ber-skala Likert 1 hingga 5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju) serta observasi langsung. Data sekunder diperoleh dari dokumen pencatatan penjualan dan laporan akuntansi perusahaan serta studi pustaka.

Pengolahan data instrumen dan pengujian hipotesis dilakukan menggunakan bantuan software SPSS versi 25. Uji instrumen meliputi Uji Validitas dengan korelasi Pearson Product Moment (kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1985 pada α 0,05) dan Uji Reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha (kriteria $\alpha \geq 0,70$). Sebelum analisis regresi, pengujian asumsi klasik dilakukan secara menyeluruh mencakup Uji Normalitas (One-Sample Kolmogorov-Smirnov dan P-P Plot), Uji Multikolinearitas (nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10), Uji Autokorelasi (Durbin-Watson), dan Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser dan Scatter Plot). Model analisis kuantitatif utama menggunakan Regresi Linier Sederhana dan Regresi Linier Berganda dengan persamaan linier umum $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, dilanjutkan dengan analisis Koefisien Korelasi (r), Koefisien Determinasi (R^2), Uji Hipotesis Parsial (Uji t), dan Uji Hipotesis Simultan (Uji F).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data terhadap 97 responden pelanggan PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1, gambaran umum responden menunjukkan variasi cakupan fasilitas kesehatan yang terdiri dari apotek (52%), klinik (24%), rumah sakit (16%), dan toko obat (8%). Sebelum melangkah pada pengujian statistik parametrik, data pendukung operasional perusahaan dianalisis untuk memberikan pemahaman menyeluruh atas permasalahan riil yang terjadi di lapangan.

Tabel 1. Evaluasi Evaluatif Kondisi Aktual Strategi Distribusi

No.	Indikator	Kondisi Aktual	Permasalahan Field
1.	Cakupan wilayah	Menjangkau wilayah Jakarta & sekitar	Distribusi belum merata di sub-area
2.	Ketersediaan produk	Tersedia namun belum konsisten	Kekosongan stok pada waktu tertentu
3.	Kemudahan memperoleh	Dapat diakses fasilitas kesehatan	Kendala kuota pemesanan reguler
4.	Kelancaran distribusi	Proses penyaluran terjadwal	Keterlambatan rute armada kirim
5.	Keandalan distribusi	Prosedur pengiriman ketat	Ditemukan kemasan rusak/near ED

Sumber: Data Primer PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 (2026).

Data pada Tabel 1 menegaskan bahwa meskipun cakupan geografis perusahaan sudah melingkupi area Jakarta dan sekitarnya, dinamika ketersediaan barang dan keandalan rute pengiriman masih memicu beberapa kendala operasional. Rincian rekapitulasi permasalahan distribusi selama tiga tahun terakhir disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rekapitulasi Permasalahan Distribusi Tahun 2023–2025

No.	Indikator Permasalahan	2023	2024	2025
1.	Produk belum merata di semua wilayah	120	110	107

2.	Kekosongan produk pada waktu tertentu	251	265	331
3.	Kendala memperoleh produk pesanan	180	210	240
4.	Pengiriman tidak sesuai jadwal	60	71	76
5.	Distribusi belum konsisten	40	55	58

Sumber: Data Operasional Cabang Jakarta 1 (2026).

Trend data pada Tabel 2 memperlihatkan peningkatan kasus kekosongan produk dari 251 kasus pada tahun 2023 menjadi 331 kasus pada tahun 2025. Peningkatan ini berdampak langsung terhadap efektivitas pelayanan penjualan. Selain faktor ketersediaan, aspek layanan distribusi juga tercatat mengalami keluhan pelanggan yang bervariasi sebagaimana dirangkum pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Keluhan Pelanggan Tahun 2023–2025

No.	Jenis Keluhan Pelanggan	2023	2024	Total
1.	Kesulitan dalam pemesanan	79	67	208
2.	Respon sales yang lambat	43	61	173
3.	Proses retur barang lambat	47	44	142
4.	Program promosi kurang menarik	33	27	100
5.	Keterlambatan pengiriman barang	75	77	243

Sumber: Customer Care PT Millenium Pharmacon International Tbk (2026).

Dampak dari hambatan distribusi dan efektivitas layanan tersebut bermuara pada fluktuasi realisasi target omset penjualan harian dan tahunan perusahaan, yang tercermin secara terperinci pada Tabel 4.

Tabel 4. Pertumbuhan Penjualan PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1

Tahun	Target (Rp)	Pencapaian (Rp)	Capaian (%)
2023	214.242.130.787	210.139.526.769	98,08%
2024	231.027.315.658	245.160.057.321	106,11%
2025	266.876.346.939	252.400.243.535	94,58%
Total	712.145.793.384	707.699.827.625	99,37%

Sumber: Data Akuntansi & Keuangan Cabang Jakarta 1 (2026).

Hasil pengujian instrumen terhadap 30 butir pernyataan kuesioner menunjukkan seluruh indikator variabel Strategi Distribusi (X1), Efektivitas Layanan Distribusi (X2), dan Peningkatan Penjualan (Y) memiliki nilai r_{hitung} antara 0,412 hingga 0,782, yang mana seluruhnya melebihi nilai r_{tabel} (0,1985), sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,845 untuk X1, 0,821 untuk X2, dan 0,862 untuk Y. Nilai ini berada di atas ambang batas 0,70, memverifikasi bahwa instrumen penelitian sangat reliable.

Pengujian asumsi klasik menunjukkan residual berdistribusi normal, dibuktikan dengan nilai Asymp. Sig (2-tailed) Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 ($> 0,05$) dan sebaran titik-titik P-P Plot yang merapat sejajar garis diagonal. Uji multikolinearitas menghasilkan nilai Tolerance sebesar 0,612 ($> 0,10$) dan VIF sebesar 1,634 (< 10), mengonfirmasi tidak terdapat gangguan multikolinearitas antar variabel independen. Uji autokorelasi menghasilkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,942, berada di antara nilai dU (1,715) dan 4 - dU (2,285), menandakan model bebas

autokorelasi. Uji heteroskedastisitas dengan Glejser menghasilkan nilai signifikansi X_1 sebesar 0,341 dan X_2 sebesar 0,215 ($> 0,05$), disokong oleh grafik Scatter Plot yang menyebar acak.

Hasil analisis regresi linier sederhana variabel Strategi Distribusi (X_1) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) menghasilkan persamaan $Y = 14,452 + 0,636X_1$. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,698 menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,488 mengindikasikan bahwa 48,8% variasi peningkatan penjualan dipengaruhi oleh strategi distribusi. Pengujian hipotesis parsial menghasilkan $t_{hitung} 9,507 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil analisis regresi linier sederhana variabel Efektivitas Layanan Distribusi (X_2) terhadap Peningkatan Penjualan (Y) menghasilkan persamaan $Y = 16,703 + 0,582X_2$. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,620 menunjukkan hubungan yang kuat. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,385 mengidentifikasi bahwa 38,5% peningkatan penjualan dijelaskan oleh efektivitas layanan distribusi. Uji t parsial menghasilkan $t_{hitung} 7,708 > t_{tabel} 1,985$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, memverifikasi pengaruh positif dan signifikan secara parsial.

Analisis regresi linier berganda secara simultan menghasilkan persamaan matematis:

$$Y = 7,073 + 0,478 X_1 + 0,357 X_2$$

Persamaan regresi berganda tersebut menjelaskan bahwa konstanta sebesar 7,073 menyatakan jika variabel strategi distribusi dan efektivitas layanan bernilai nol, maka skor peningkatan penjualan berada pada skala 7,073. Koefisien regresi b_1 sebesar 0,478 mengindikasikan setiap kenaikan satu satuan strategi distribusi akan meningkatkan penjualan sebesar 0,478 unit. Koefisien b_2 sebesar 0,357 mengindikasikan setiap kenaikan satu satuan efektivitas layanan distribusi akan meningkatkan penjualan sebesar 0,357 unit.

Nilai koefisien korelasi simultan (R) sebesar 0,776 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara kedua variabel independen secara bersama-sama dengan peningkatan penjualan. Koefisien determinasi simultan (R^2) sebesar 0,602 menunjukkan bahwa sebesar 60,2% variasi Peningkatan Penjualan pada PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 ditentukan oleh Strategi Distribusi dan Efektivitas Layanan Distribusi secara bersama-sama, sedangkan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian seperti harga kompetitor, strategi promosi langsung, dan kondisi makroekonomi. Hasil Uji F simultan menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar $71,077 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pembahasan temuan ini mendukung teori Kotler & Armstrong (2021) serta Tjiptono (2019) yang menegaskan bahwa keterjaminan ketersediaan barang melalui saluran distribusi intensif yang andal berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan dan frekuensi pembelian ulang. Hasil penelitian ini selaras dengan studi terdahulu oleh Sarwono et al. (2023), Candra (2023), serta Kurnia et al. (2025) yang menyimpulkan pentingnya integrasi logistik fisik dan responsivitas armada penjualan. Implikasi praktis dari temuan ini menuntut manajemen PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 untuk memperkuat digitalisasi pemrosesan pesanan guna memangkas keterlambatan, serta menerapkan buffer stock pada produk-produk farmasi kategori fast-moving.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa strategi distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1, dengan kontribusi sebesar 48,8%. Efektivitas layanan distribusi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan kontribusi sebesar 38,5%. Secara simultan, strategi distribusi dan efektivitas layanan distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan dengan kontribusi sebesar 60,2%, sedangkan 39,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar fokus penelitian ini.

Saran yang dapat direkomendasikan bagi manajemen PT Millenium Pharmacon International Tbk Cabang Jakarta 1 adalah meningkatkan pengawasan rantai pasok guna meminimalkan risiko kekosongan produk di gudang, mengoptimalkan penjadwalan rute pengiriman armada agar barang

tiba tepat waktu, serta mengadakan pelatihan peningkatan daya tanggap (responsiveness) bagi tim sales dan layanan pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sampel dan menambahkan variabel independen lain seperti harga produk, program promosi, dan manajemen hubungan pelanggan (CRM) untuk memperkaya analisis peningkatan penjualan di industri farmasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Candra, A. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan saluran distribusi terhadap keputusan pelanggan penyewa perancah pada PT Dutaraya Sejati Medan. *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 5(2), 85–94.
- Indriani, D. (2019). Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT Sinar Kalimantan Berau. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 15–22.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Kurnia, Y. D., Lengkong, V. P. K., & Saerang, R. T. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan, distribusi dan promosi terhadap peningkatan penjualan produk logam mulia. *Jurnal EMBA*, 13(1), 10–20.
- Purba, E., & Damanik, D. (2020). Pengaruh promosi dan distribusi terhadap penjualan sosis BE MART. *Pamator Journal*, 13(1), 25–32. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.6941>
- Rizky, A., & Safitri, N. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, saluran distribusi dan diskon terhadap keputusan pembelian Shopee. *JEKOBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Sarwono, M. R. A., Lukitaningtias, F., & Kirom, N. R. (2023). Pengaruh saluran distribusi dan kualitas pelayanan terhadap penjualan pada PT Suzuki Finance Indonesia Cabang Banyuwangi. *Jurnal Penelitian & Pengkajian Ilmiah Mahasiswa (JPPIM)*, 2(4), 91–101.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.