

ANALISIS EFEKTIVITAS DISTRIBUSI PADA JARINGAN BISNIS DI FOTOCOPY NITS CELL CIBADUYUT BANDUNG

Tangguh Mochammad Raihan¹, Isnan Darussalam², Zaldi Huwaidi³, Rijki Hanja Pratama⁴,
Resya Dwi Marselina⁵

¹²³⁴⁵ Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Email Korespondensi: tangguh10122053@digitechuniversity.ac.id

ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas distribusi dan jaringan bisnis pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Fotocopy NITS CELL di Cibaduyut, Bandung. Di tengah persaingan bisnis yang kompetitif, pengelolaan sistem distribusi dan jaringan bisnis menjadi krusial bagi keberlangsungan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, melalui observasi langsung dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem distribusi di NITS CELL masih berjalan secara manual dan sederhana, sangat bergantung pada komunikasi langsung dengan *supplier* dan fleksibilitas pemilik. Jaringan bisnis yang terbentuk bersifat lokal dan informal, namun cukup solid dalam menjaga ketersediaan stok. Analisis SWOT mengidentifikasi lokasi strategis sebagai kekuatan utama, sementara keterbatasan modal dan kurangnya pemasaran digital menjadi kelemahan. Penelitian ini merekomendasikan penerapan manajemen stok berbasis teknologi dan optimalisasi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing usaha.

Kata Kunci: Efektivitas Distribusi, Jaringan Bisnis, UMKM, Analisis SWOT, Manajemen Operasional

ABSTRACT *This study aims to analyze the effectiveness of distribution and business networks in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) of Fotocopy NITS CELL in Cibaduyut, Bandung. Amidst competitive business environments, the management of distribution systems and business networks becomes crucial for business sustainability. The research method used is qualitative with a descriptive approach, utilizing direct observation and interviews. The results indicate that the distribution system at NITS CELL operates manually and simply, relying heavily on direct communication with suppliers and the owner's flexibility. The established business network is local and informal but solid enough to maintain stock availability. SWOT analysis identifies strategic location as a primary strength, while limited capital and a lack of digital marketing act as weaknesses. This study recommends the implementation of technology-based stock management and the optimization of digital marketing to enhance business competitiveness.*

Keywords: *Distribution Effectiveness, Business Network, MSME, SWOT Analysis, Operational Management*

Article History

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagirism checker no 1584

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

• 1. Pendahuluan

Dalam era bisnis modern yang serba cepat, pelaku usaha dituntut untuk beradaptasi terhadap perubahan pasar, termasuk di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu aspek vital yang menentukan keberlangsungan usaha adalah kemampuan mengelola sistem distribusi dengan baik. Distribusi bukan sekadar penyaluran produk, melainkan strategi untuk mengefisienkan biaya dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Bagi pelaku usaha jasa cetak seperti Fotocopy NITS CELL di Cibaduyut, Bandung, efektivitas distribusi sangat krusial mengingat tingginya kebutuhan jasa cetak dan perlengkapan administrasi di wilayah tersebut. Namun, kendala seperti keterlambatan pasokan bahan baku dan kurangnya koordinasi dengan pemasok seringkali menghambat operasional. Li et al. (2022) menyatakan bahwa keberhasilan jaringan bisnis bergantung pada integrasi dan kerja sama antar pihak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas distribusi dan menganalisis jaringan bisnis yang terbentuk di Fotocopy NITS CELL. Analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai permasalahan distribusi serta menawarkan strategi peningkatan daya saing melalui pendekatan manajemen rantai pasok dan analisis SWOT.

• 2. Kajian Teori

Jaringan Bisnis Jaringan bisnis adalah struktur organisasi dalam lingkup ekonomi yang memfasilitasi koordinasi dan kolaborasi antar unit usaha. Menurut Marselina et al. (2024), jaringan bisnis merupakan mekanisme strategis untuk membangun hubungan dengan pihak yang memiliki kepentingan serupa. Tujuannya adalah memperluas akses sumber daya, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat daya saing.

Jaringan bisnis menurut Karima, Ramdan, Marselina, & Amelia (2024) konsep jaringan bisnis dapat dipahami sebagai suatu struktur organisasi dalam lingkup ekonomi yang berfungsi untuk memfasilitasi proses koordinasi dan kolaborasi antar berbagai komponen organisasi maupun unit-unit usaha. Dalam perspektif ilmiah, jaringan bisnis tidak hanya menjadi wadah interaksi, tetapi juga instrumen strategis yang memungkinkan untuk bekerja secara selaras demi mencapai tujuan.

Menurut (Maeswara, 2024) Di dalam konteks usaha mikro dan kecil, jaringan bisnis menjadi fondasi penting yang menghubungkan pelaku usaha dengan pemasok, mitra, distributor, dan konsumen untuk menciptakan aliran distribusi yang efisien dan berkelanjutan. Berdasarkan pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa Jaringan bisnis dapat didefinisikan sebagai ekosistem relasi dan koordinasi yang terstruktur.

Produksi Menurut Jurnal STIE Triandira (2023), produksi di bidang fotocopy menitikberatkan pada kecepatan pelayanan, ketepatan hasil, dan kemampuan usaha dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Di era digital seperti sekarang, pelanggan mengharapkan layanan yang bukan hanya cepat, tetapi juga akurat dan dapat diandalkan. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi.

Setiawan dan Nofianti (2024) menambahkan bahwa produksi modern semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital, seperti otomatisasi dan pemantauan *real-time*, yang berperan dalam meningkatkan ketepatan dan efektivitas proses. Sejalan dengan itu, penelitian Kurniawan, Lee, dan Pratomo (2023) menunjukkan bahwa proses produksi sangat bergantung pada integrasi rantai pasok serta pengendalian bahan baku untuk menghasilkan produk yang sesuai standar pasar.

Dari perspektif keberlanjutan, Fitriyani dan Madura (2022) menegaskan bahwa produksi kini harus memperhatikan efisiensi energi dan pengurangan limbah sebagai bagian dari praktik produksi berkelanjutan. Sementara itu, Almeida dan Rodrigues (2020) menekankan pentingnya pengendalian kualitas, pemanfaatan teknologi, dan penerapan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) dalam memastikan *output* yang kompetitif.

Pemasaran Pemasaran Menurut Rambe dan Aslami (2021) bahwa pemasaran menjadi bagian inti dalam menjalankan usaha karena aktivitas ini berkaitan langsung dengan bagaimana perusahaan memperkenalkan, menawarkan, dan menyampaikan nilai kepada konsumennya. Peran strategis pemasaran tampak dari kemampuannya membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen melalui pemahaman terhadap kebutuhan pasar.

Stanton dalam Rambe dan Aslami (2021) menjelaskan bahwa pemasaran merupakan sistem yang menggabungkan berbagai kegiatan mulai dari perencanaan, penetapan harga, promosi, hingga distribusi produk atau jasa. Definisi ini menunjukkan bahwa pemasaran adalah rangkaian aktivitas yang saling berhubungan dan tidak dapat dijalankan secara terpisah. Fokusnya adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mempersiapkan strategi untuk menjangkau pelanggan baru.

Selain itu, pemasaran juga memiliki fungsi strategis dalam penyusunan rencana jangka panjang yang berorientasi pada terciptanya kepuasan pelanggan. Perusahaan perlu memahami perubahan perilaku konsumen serta dinamika lingkungan bisnis untuk dapat menyesuaikan strategi pemasarannya. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran tidak hanya berfokus pada aspek operasional, tetapi juga menjadi bagian penting dari pengambilan keputusan.

Analisis SWOT Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah pendekatan strategis untuk merumuskan langkah bisnis. Menurut Jannah (2024), analisis ini membantu perusahaan memahami posisi internal (kekuatan dan kelemahan) serta kondisi eksternal (peluang dan ancaman) untuk mengambil keputusan strategis yang tepat. Melalui analisis ini, organisasi dapat menyusun gambaran menyeluruh mengenai kondisi internal dan eksternal.

Analisis SWOT dibangun atas empat komponen utama, yaitu kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*). Dua elemen pertama mencerminkan faktor internal perusahaan yang dapat dikelola dan ditingkatkan melalui kebijakan internal. Sementara itu, peluang dan ancaman menggambarkan dinamika lingkungan eksternal yang berada di luar kendali perusahaan, namun harus dipahami agar organisasi dapat beradaptasi secara efektif.

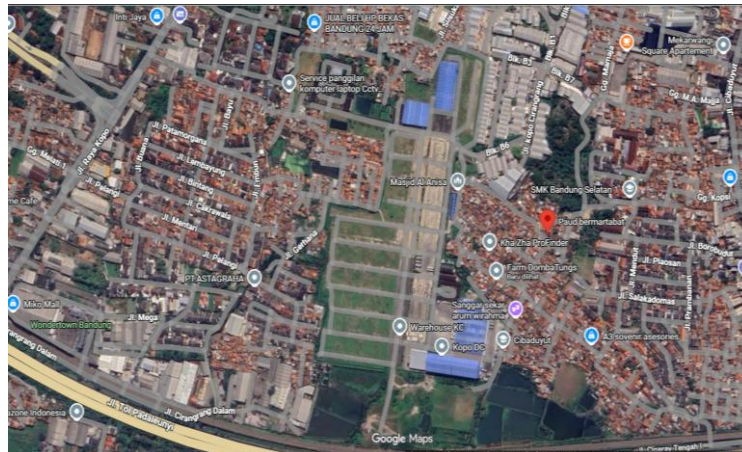
Sementara itu, menurut Acep Samsudin (2023), SWOT merupakan sebuah kerangka analisis kebijakan yang berbasis pada kekuatan organisasi. Ia menekankan bahwa kekuatan dipandang sebagai aset strategis, sedangkan kelemahan sebagai faktor kredibel yang harus dipahami untuk dilakukan pembenahan. Peluang didefinisikan sebagai berbagai kemungkinan positif yang dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kelemahan dan memperkuat posisi perusahaan.

• 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Metode ini dipilih untuk memberikan gambaran mendalam mengenai kondisi alami objek penelitian serta menganalisis efektivitas distribusi dan jaringan bisnis secara komprehensif.

Objek dan Lokasi Penelitian Penelitian dilakukan pada Fotocopy NITS CELL yang berlokasi di Jl. Ciparay Tengah No.11, Cibaduyut Kidul, Kota Bandung. Sebuah daerah yang dikenal sebagai pusat aktivitas ekonomi masyarakat dengan tingkat mobilitas dan kebutuhan jasa yang cukup

tinggi. Lokasi ini dipilih karena merupakan kawasan padat aktivitas ekonomi dan pendidikan yang relevan dengan jenis usaha yang diteliti.



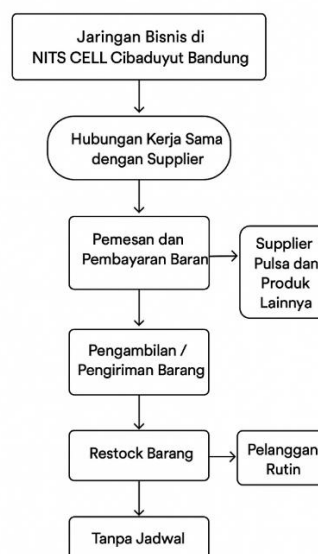
Gambar 3. 1 lokasi NITS CELL

Teknik Pengumpulan Data Data dikumpulkan melalui observasi langsung ke tempat Fotocopy NITS CELL dengan melakukan beberapa proses terhadap kegiatan operasional, wawancara dengan pemilik usaha, serta dokumentasi proses bisnis dan laporan keuangan sederhana untuk memperoleh data informasi yang akurat dan relevan.

• 4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Fotocopy NITS CELL adalah UMKM yang bergerak di bidang layanan fotocopy, *printing*, *scanning*, serta penjualan produk digital dan Alat Tulis Kantor (ATK). Pengelolaan usaha masih bersifat *one-man management*, di mana pemilik menangani seluruh operasional mulai dari pengadaan hingga pelayanan pelanggan. Hal ini memberikan fleksibilitas tinggi namun menimbulkan ketergantungan pada satu individu.

4.2 Analisis Jaringan Bisnis Jaringan bisnis di NITS CELL terbentuk dari hubungan kerja sama antara pemilik dan *supplier* (terutama pulsa dan ATK). Alurnya dimulai dari pemesanan barang (via WhatsApp atau langsung), pembayaran, pengambilan/pengiriman barang, hingga *restock*.



Gambar 4. 1 flowchat jaringan bisnis NITS CELL

- **Hubungan dengan Supplier:** Bersifat informal namun konsisten, sehingga tercipta kerja sama yang fleksibel dan saling percaya. Pemanfaatan komunikasi digital, seperti melalui pesan singkat atau aplikasi daring sangat memudahkan proses pemesanan barang sehingga dapat dilakukan dengan cepat, efisien dan tepat waktu sesuai kebutuhan operasional.
- **Pola Restock:** Dilakukan tanpa jadwal tetap (*reaktif*), bergantung pada penipisan stok di lapangan. Pola ini menunjukkan adanya fleksibilitas dalam pengelolaan persediaan karena pelaku usaha dapat menyesuaikan pemesanan secara cepat sesuai kebutuhan aktual. Namun memiliki risiko terutama apabila *supplier* mengalami keterbatasan atau kekosongan stok yang berdampak pada keterlambatan pemenuhan barang dan berpotensi mengganggu kelancaran operasional usaha.

4.3 Efektivitas Distribusi Sistem distribusi di NITS CELL masih manual. Di mana Pengendalian stok dilakukan berdasarkan pengamatan visual terhadap barang *display*. Efektivitas distribusi sangat bergantung pada:

1. Ketepatan komunikasi dengan *supplier*.
2. Ketersediaan barang di distributor.
3. Kecepatan pengambilan keputusan pemilik.

Kendala yang pernah terjadi, seperti keterlambatan pasokan *voucher* data, diatasi dengan mencari produk substitusi, menunjukkan ketahanan usaha meski dengan sistem sederhana.

4.4 Analisis SWOT Berikut adalah rangkuman analisis SWOT terhadap strategi pemasaran dan distribusi NITS CELL:

- **Kekuatan (Strengths):** Lokasi sangat strategis di kawasan ramai Cibaduyut , pelayanan cepat dengan hasil konsisten , serta harga yang kompetitif bagi pelajar dan pekerja.
- **Kelemahan (Weaknesses):** Sistem manajemen masih manual, keterbatasan modal untuk modernisasi alat , dan kurangnya pemasaran digital yang optimal.
- **Peluang (Opportunities):** Permintaan pasar yang stabil dari pelajar/mahasiswa , serta potensi besar pemanfaatan platform digital dan media sosial untuk promosi dan perluasan pasar.
- **Ancaman (Threats):** Persaingan ketat dengan usaha sejenis di wilayah yang sama , serta perubahan perilaku konsumen ke arah dokumen digital yang dapat mengurangi permintaan cetak fisik.

4.5 Analisis Keuangan Dengan modal awal sekitar Rp 10.000.000, NITS CELL memiliki biaya operasional bulanan estimasi Rp 1.650.000 yang mencakup pengeluaran rutin seperti sewa, utilitas dan kebutuhan operasional lainnya. Dengan target omzet bulanan Rp 3.500.000, serta estimasi margin penjualan diperkirakan mencapai 52%, usaha ini berpotensi menghasilkan laba kotor yang cukup untuk menutup biaya operasional dan menghasilkan keuntungan bersih. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa apabila target omzet dapat konsisten, maka NITS CELL memiliki Tingkat profitabilitas yang relatif sehat dan berkelanjutan untuk usaha mikro.

Tabel 4. 1
Laporan Keuangan

Keterangan	Jumlah (Rp)
Pendapatan	RP 3.500.000;
Beban Operasional:	
- Bahan habis pakai	Rp 700.000;
- Sewa tempat	Rp 500.000;
- Listrik dan air	Rp 200.000;
- Perawatan mesin	Rp 150.000;
- Biaya pemasaran/promosi	Rp 100.000;
Total Beban	(Rp 1.650.000;)
Laba Bersih	Rp 1.850.000;

• 5. Penutup

Simpulan Proses distribusi di Fotocopy NITS CELL Cibaduyut Bandung telah berjalan cukup efektif meskipun masih dilakukan secara sederhana dan manual. Hal ini terlihat dari kemampuan pemilik usaha dalam menjaga ketersediaan bahan seperti kertas, tinta, dan voucher sesuai kebutuhan pelanggan. Komunikasi yang terjalin langsung dengan pihak pemasok, baik secara tatap muka maupun melalui media digital seperti WhatsApp, mendukung kelancaran pemesanan dan pengiriman. Namun, belum adanya sistem penjadwalan pengadaan yang teratur terkadang menyebabkan keterlambatan pasokan. Oleh karena itu, diperlukan penerapan manajemen stok berbasis teknologi agar operasional usaha lebih efisien.

Jaringan bisnis NITS CELL terbentuk melalui hubungan kerja sama yang baik antara pemilik usaha, pemasok, dan pelanggan tetap di wilayah Cibaduyut. Hubungan ini tidak hanya berfokus pada transaksi, tetapi juga didasari oleh kepercayaan dan kerja sama yang mendukung kelancaran operasional. Jaringan bisnis yang solid berperan penting dalam efektivitas distribusi karena mempercepat proses pemesanan ulang bahan. Meski demikian, jaringan yang ada masih bersifat lokal dan informal. Ke depannya, pengembangan jaringan melalui media digital dan kemitraan strategis diperlukan untuk meningkatkan daya saing usaha.

Saran Untuk meningkatkan efektivitas distribusi di Fotocopy NITS CELL Cibaduyut Bandung, pemilik usaha disarankan untuk membuat jadwal pengadaan barang secara berkala agar

ketersediaan stok tetap terjaga dan keterlambatan pasokan dapat dihindari. Selain itu, optimalisasi komunikasi dengan supplier melalui sistem digital yang lebih terstruktur perlu dilakukan guna meningkatkan efisiensi dalam proses pemesanan dan pembayaran. Pemanfaatan teknologi digital juga dapat mendukung pengelolaan operasional yang lebih rapi dan terkontrol.

Di sisi lain, pengembangan pemasaran digital melalui media sosial penting dilakukan untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan daya saing usaha. Pengelolaan laporan keuangan yang lebih detail dan teratur juga diperlukan agar pengeluaran dan pendapatan dapat dipantau secara real-time sehingga perencanaan pengembangan usaha dapat dilakukan dengan lebih baik. Selain itu, peningkatan variasi produk yang ditawarkan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan berbagai segmen pelanggan serta mendorong peningkatan pendapatan usaha.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Resya Dwi Marselina, S.E., M.M., selaku dosen pengampu mata kuliah Jaringan Bisnis, atas bimbingan, arahan, serta motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama proses penyusunan dan pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada pemilik NITS CELL yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan observasi, sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Referensi

- [1] Karima, Ramdan, Marselina, & Amelia. (2024). *Konsep Jaringan Bisnis dalam Lingkup Ekonomi*.
- [2] Li, et al. (2022). *Supply Chain Integration and Business Performance*.
- [3] Marselina, R. D., et al. (2024). *Strategi Jaringan Bisnis dan Pemasaran*.
- [4] Rahmawati, D., & Suryanto, A. (2023). Pengaruh Manajemen Distribusi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Fotocopy di Lingkungan Kampus. *Jurnal Manajemen Bisnis Terverifikasi*.
- [5] Jannah. (2024). *Analisis SWOT sebagai Pendekatan Strategis*.
- [6] Kurniawan, Lee, & Pratomo. (2023). *Integrasi Rantai Pasok dan Produksi*.
- [7] Prihadi. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*.
- [8] Witari, S. R. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran pada Peningkatan Pendapatan Foto Copy Spectra Rumbai Pekanbaru. *Skripsi, UIN Suska*.
- [9] Dharma, B., & Ramadhani, Y. (2024). Pentingnya Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Suatu Perusahaan. *Journal Laaroiba*, 138. (Daftar referensi disesuaikan dengan sitasi yang digunakan dalam naskah)