

## ABSTRAK

Kafe Duahiji merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang F&B di Kecamatan Majalengka. Berdasarkan hasil penelitian didapati permasalahan mengenai saluran distribusi yang menyebabkan volume penjualan tidak mencapai target yang telah ditetapkan sehingga masih banyak pelanggan yang belum merasa puas dengan layanan *food delivey online* di Kafe Duahiji.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Kafe Duahiji di Kecamatan Majalengka. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan melalui observasi *non* partisipan, wawancara terstruktur dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi *rank spearman*, uji hipotesis, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara saluran distribusi terhadap volume penjualan pada Kafe Duahiji, dengan kontribusi sebesar 62,5%. namun masih terdapat 37,5% kontribusi yang berasal dari faktor-faktor lain di luar saluran distribusi. Faktor-faktor lain tersebut dapat meliputi kualitas produk, harga, pemasaran yang dilakukan, daya beli konsumen, tren serta kondisi ekonomi umum. Adapun hambatan yang dihadapi meliputi keragaman produk yang belum tersedia sepenuhnya di aplikasi GrabFood, serta mengelola waktu tunggu dan pengiriman yang lama dikarenakan SDM belum memahami sistem device layanan *online*. upaya yang perlu dilakukan adalah membentuk tim khusus pengelola layanan *online* yang bertugas memperbarui menu dan mengawasi SDM, menyusun SOP penanganan pesanan dari penerimaan hingga pengiriman, memberikan pelatihan SDM terkait pengoperasian sistem dan penanganan pesanan, meningkatkan koordinasi dengan penyedia layanan *online*, serta melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja SDM dan proses penanganan untuk perbaikan berkelanjutan..

Saran untuk perusahaan adalah sebaiknya ikut berpartisipasi dalam acara-acara local dan mengoptimalkan penggunaan media sosial dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, atau TikTok. Ini dapat membantu meningkatkan *engagement* dengan pelanggan dan mendorong penjualan melalui saluran distribusi *online*.

**Kata Kunci :** Saluran Distribusi, *Online Food Delivery*, Volume Penjualan

## ***ABSTRACT***

Duahiji Cafe is a business operating in the F&B sector in Majalengka District. Based on the research results, problems were found regarding distribution channels which caused the sales volume to not reach the predetermined targets so that there were still many customers who were not satisfied with the online food delivery service at Duahiji Cafe.

The aim of this research is to find out how much influence distribution channels have on sales volume at the Duahiji Cafe in Majalengka District. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. Primary data collection techniques were carried out through non-participant observation, structured interviews and questionnaires. The data analysis techniques used are simple linear regression analysis, Spearman rank correlation coefficient, hypothesis testing, and coefficient of determination.

Based on data obtained from research results, it shows that there is a positive influence between distribution channels on sales volume at Duahiji Cafe, with a contribution of 62.5%. However, there is still 37.5% contribution coming from other factors outside the distribution channel. These other factors may include product quality, price, marketing, consumer purchasing power, trends and general economic conditions. The obstacles faced include product diversity that is not yet fully available on the GrabFood application, as well as managing long waiting and delivery times because human resources do not understand the online service device system. Efforts that need to be made are to form a special team managing online services tasked with updating menus and supervising human resources, compiling SOPs for order handling from receipt to delivery, providing HR training regarding system operation and order handling, improving coordination with online service providers, and conducting regular evaluations of HR performance and handling processes for continuous improvement..

Advice for companies is that they should participate in local events and optimize the use of social media by utilizing social media such as Instagram, Facebook or TikTok. This can help increase engagement with customers and drive sales through online distribution channels.

**Keywords :** Distribution Channel, *Online Food Delivery*, Sales Volume

## ABSTRAK

Kafe Duahiji nyaéta usaha anu beroperasi dina séktor F&B di Kabupatén Majalengka. Dumasar kana hasil panalungtikan, kapanggih masalah ngeunaan saluran distribusi anu ngabalukarkeun volume penjualan henteu ngahontal target anu geus ditangtukeun ku kituna masih loba nasabah anu teu puas kana layanan pangiriman dahareun online di Duahiji Cafe.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho sabaraha pangaruh saluran distribusi kana volume penjualan di Kafé Duahiji Kacamatan Majalengka. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode kuantitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data primér dilaksanakeun ngaliwatan observasi non partisipan, wawancara terstruktur jeung angkét. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta analisis régrési liniér basajan, koefisien korelasi rank Spearman, uji hipotésis, jeung koefisien determinasi.

Dumasar data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, nuduhkeun yén aya pangaruh anu positif antara saluran distribusi kana volume penjualan di Duahiji Cafe, kalayan kontribusina 62,5%. Sanajan kitu, masih aya 37,5% kontribusi datang ti faktor séjén di luar saluran distribusi. Faktor séjén ieu tiasa kalebet kualitas produk, harga, pamasaran, daya beli konsumen, tren sareng kaayaan ékonomi umum. Halangan anu disanghareupan diantarana rupa-rupa produk anu tacan sapinuhna aya dina aplikasi GrabFood, ogé ngatur waktu nungguan jeung pangiriman anu lila lantaran SDM henteu paham kana sistem alat layanan online. Usaha anu kudu dilaksanakeun nyaéta ngawangun tim husus ngokolakeun layanan online anu ditugaskeun pikeun ngapdet ménu jeung ngawas SDM, nyusun SOP penanganan order ti mimiti resi nepi ka pangiriman, nyadiakeun pelatihan SDM ngeunaan operasi sistem jeung penanganan order, ngaronjatkeun koordinasi jeung panyadia layanan online. , sareng ngalaksanakeun evaluasi rutin kinerja SDM sareng prosés penanganan pikeun perbaikan kontinyu.

Saran pikeun perusahaan nyaéta aranjeunna kedah ilubiung dina acara lokal sareng ngaoptimalkeun panggunaan média sosial ku cara ngamangpaatkeun média sosial sapertos Instagram, Facebook atanapi TikTok. Ieu bisa mantuan ngaronjatkeun Dursasana jeung konsumén jeung ngajalankeun jualan ngaliwatan saluran distribusi online.

**Kata Kunci:** Saluran Distribusi, Pangiriman Kadaharan *Online*, Volume Penjualan