

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Analisis Strategi Distribusi Ekspor Produk Kerajinan Tangan CV Hielmy Craftindo Bakti Kabupaten Tasikmalaya”, yang dilatarbelakangi oleh pentingnya distribusi sebagai bagian dari bauran pemasaran (marketing mix) dalam mendukung kelancaran proses ekspor, khususnya pada sektor industri kerajinan tangan yang berbasis UMKM. CV Hielmy Craftindo Bakti merupakan salah satu pelaku industri kreatif lokal yang telah berhasil menjangkau pasar ekspor dengan produk kerajinan anyaman.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara mendalam bagaimana strategi distribusi ekspor diterapkan oleh CV Hielmy Craftindo Bakti, serta mengidentifikasi berbagai permasalahan yang memengaruhi efektivitas saluran distribusi dalam proses ekspor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara semi-terstruktur dengan pihak internal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi distribusi ekspor yang digunakan CV Hielmy Craftindo Bakti cenderung bersifat tidak langsung, yaitu dengan melibatkan pihak ketiga seperti distributor dan agen luar negeri. Strategi distribusi dilakukan dengan mempertimbangkan biaya logistik, efisiensi pengiriman, dan akses pasar. Namun demikian, terdapat berbagai kendala yang dihadapi, antara lain: tidak semua mitra aktif melakukan pembelian produk baru karena minimnya strategi promosi.

Dari sisi pendekatan ekonomi Islam, strategi distribusi yang adil, transparan, dan menghindari praktik gharar atau ketidakpastian menjadi penting untuk diterapkan dalam rangka mencapai keadilan distribusi dan keberkahan usaha. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas hubungan kemitraan distribusi berdasarkan prinsip syariah, memperkuat promosi digital untuk mengedukasi pasar ekspor mengenai keunggulan produk, serta melakukan diversifikasi pasar dan saluran distribusi.

Kata Kunci: Strategi Distribusi, Ekspor, Kerajinan Anyaman, CV Hielmy Craftindo Bakti, Pemasaran Internasional, Ekonomi Syariah, UMKM.

ABSTRACT

This study, entitled “Analysis of Export Distribution Strategies for Handicraft Products by CV Hielmy Craftindo Bakti, Tasikmalaya Regency,” is based on the importance of distribution as a key element of the marketing mix in supporting the smooth flow of export processes, particularly in the handicraft sector managed by local SMEs. CV Hielmy Craftindo Bakti is one of the creative industry players in Tasikmalaya that has successfully penetrated export markets with handcrafted woven products such as hats.

The aim of this study is to explore and analyze in depth the export distribution strategies implemented by CV Hielmy Craftindo Bakti and to identify the issues affecting the effectiveness of distribution channels in export operations. This research uses a qualitative descriptive method, with data collection techniques including direct observation, semi-structured interviews with company stakeholders (owners, marketing staff), and external parties (distributors), as well as documentation from sales distri.

The research findings show that the company adopts an indirect export distribution strategy by involving third parties such as foreign distributors and agents. The strategy is determined based on logistical costs, delivery efficiency, and market accessibility. However, several challenges were identified: inactive partners in purchasing new products due to insufficient promotion and lack of market alignment; miscommunication between the company and distributors; inactive distribution partners; and a signi.

From the perspective of Islamic economics, a fair, transparent distribution strategy that avoids gharar (uncertainty) is essential to achieving justice and business sustainability. Therefore, the company is advised to strengthen partnership relations based on Sharia principles, enhance digital promotion strategies to educate export markets on the uniqueness of its products, and diversify its markets and distribution channels to reduce dependency risk. This study is expected to contribute theoretically to.

Keywords: Distribution Strategy, Export, Handicrafts, CV Hielmy Craftindo Bakti, International Marketing, Islamic Economics, SMEs.