

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

Dari hasil pembahasan dan pengamatan terhadap Perusahaan Rokok P.T. BAT INDONESIA dalam hubungannya dengan Strategi dan Kebijaksanaan Saluran Distribusi, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: Usaha-usaha yang dilakukan oleh Perusahaan Rokok PT BAT INDONESIA dalam Strategi dan kebijaksanaan dalam Saluran Distribusinya adalah :

1. Dari segi produknya, sampai saat ini PT BAT INDONESIA hanya melakukan pengembangan produk yang diperbarui/dimodifikasi, yaitu "new product item" dari "product line" perusahaan rokok P.T. BAT INDONESIA yang berupa rokok-putih (sigaret).
2. Kebijaksanaan-Harga yang diambil dalam pengaruhnya terhadap pendistribusian produknya, Perusahaan menetapkan harga yang sama, atau menetapkan satu harga-jual kepada setiap distributor di seluruh Indonesia, dan Perusahaan menetapkan harga-eceran tertinggi (HET) rokok yang di jual kepada konsumen akhir sebesar harga-pita rokok tersebut, di samping itu Perusahaan memberikan potonga-harga kepada distributor sebesar 4,44 %, dan pengecer sebesar

10 % dari harga-pita cukai rokok.

3. Dari segi distribusi PT BAT INDONESIA menggunakan distributor-tunggal untuk menghindari persaingan yang tidak sehat antara sesama distributor dalam melaksanakan penyebaran produk yang merata dan seimbang.

a. Jumlah keseluruhan Distributor yang di tunjuk untuk memasarkan produk PT BAT INDONESIA berjumlah 33 yang terbagi pada beberapa wilayah dan propinsi.

b. Sistem transportasi yang dipergunakan guna pemindahan barang dari paberiknya di Cirebon ke gudang-gudang distributor, PT BAT INDONESIA menggunakan transportasi dengan sistem SEWA.

B. SARAN - SARAN

Berdasarkan data-data yang ada dan analisis data yang berhubungan dengan masalah Strategi dan Kebijakan Saluran Distribusi serta beberapa kesimpulan di atas Penulis ingin mencoba memberikan Saran-saran sebagai berikut:

1. Harga eceran tertinggi (HET) produk Perusahaan ini yang dijual kepada konsumen-akhir, ditetapkan oleh Perusahaan ini sebesar harga-pita cukai rokok tersebut, karena berdasarkan pengamatan

Penulis pada beberapa pengecer di wilayah DKI Jakarta ternyata harga-eceran tertinggi rokok Perusahaan ini lebih tinggi 5% s/d 10% (Rp 25 - Rp 50) dari harga-pita cukai rokok tersebut. Guna mengatasi masalah ini, maka perusahaan rokok PT BAT INDONESIA melalui "merchandicer" atau "field force staff" maupun salesmen of distributor perlu melaksanakan kebijaksanaan Pengawasan-harga yang efektif dan efisien terutama pada tingkat perdagangan eceran, dengan cara :

- a. Memelihara / mempertahankan harga penjualan-ulang secara efektif dan efisien, terutama pada tingkat perdagangan eceran.
 - b. Memberikan Daftar-harga produk dalam hal ini Daftar-harga standard pengecer ("retailer buying price") kepada para pengecer tersebut.
2. Dalam rangka melaksanakan fungsi pengangkutan persediaan-barang dari gudang Perusahaan ke-kegudang distributor, perusahaan rokok PT BAT INDONESIA menggunakan metode pengangkutan melalui darat, dan laut dengan alat angkut truk, kereta- api, dan kapal-laut.

Berdasarkan pengamatan Penulis dari berbagai sumber, ternyata metode pengangkutan laut dengan

alat angkut kapal-laut mengalami banyak masalah, antara lain :

- a) Kapasitas muatan kapal-laut di Indonesia pada umumnya tidak menentu, karena sering digunakan untuk mengangkut barang-barang kebutuhan-pokok Pemerintah.
- b. Jadwal pelayaran dan biaya pengangkutan barang sering tidak menentu atau sering di permainkan oleh oknum Pelabuhan mengakibatkan PT BAT INDONESIA sulit menentukan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk transportasi dan ini akan berpengaruh bagi penentuan biaya produksi yang harus dikeluarkan.
- c. Fasilitas pelayaran yang diberikan oleh pihak Pelabuhan maupun pihak pelayaran pada umumnya belum begitu baik seperti yang diharapkan oleh Perusahaan.

Guna mengatasi masalah-masalah tersebut di atas, maka perusahaan rokok BAT perlu kiranya mempertimbangkan beberapa kebijaksanaan metode pengangkutan laut atau pelayaran seperti di bawah ini :

- a) Tipe pelayaran umum yang tidak menguntungkan, hendaknya dirubah menjadi tipe pelayaran kontrak, yang mempunya rute dan

jadwal pelayaran berdasarkan kontrak, sehingga pengangkutan barang sesuai dengan jadwal dan rute yang telah ada tanpa adanya penundaan-penundaan dengan telah diberlakukannya sistim kontrak bersama.

b) Penggunaan tipe pelayaran yang tidak merugikan hendaknya tetap dipertahankan.

c) Di samping hal tersebut di atas, maka Perusahaan perlu pula meningkatkan motivasi-kerja para agen pelayarannya melalui pelayanan dan pemberian persentase untuk tiap pengiriman barang yang selamat sampai ke distributor-distributor.

Diharapkan, perhatian agen pelayaran terhadap keselamatan, barang dapat terjamin.

3. Rokok merupakan komoditi yang mempunyai jangka waktu pemakaian yang terbatas, dan memiliki pembungkus yang sangat lemah dan mudah rusak. Maka diharapkan dalam hal ini :

a. Permintaan akan persediaan oleh distributor harus dibatasi dan dikontrol sesuai dengan kemampuan jual dan besarnya gudang penyimpanan.

4. Adanya perubahan selera konsumen terhadap rasa suatu campuran sigaret, dari sigaret putih mesin ke sigaret-kretek mesin.

Guna mengatasi masalah-masalah tersebut di atas, maka Perusahaan perlu memilih dan menentukan strategi alternatif lain :

a. Yaitu usaha penambahan tipe produk baru yang mempunyai hubungan, baik teknologi, maupun pemasaran dengan jenis produk yang ada, misalnya :

- a) Pendirian Perusahaan rokok-kretek dengan atas nama Perusahaan lain, untuk kemudian di jadikan anak Perusahaan.
- b) Pembelian Perusahaan rokok-kretek.
- c) Permohonan izin untuk memproduksi rokok-putih dengan campuran cengkeh.

b. Yaitu usaha penambahan tipe produk baru yang tidak mempunyai hubungan teknologi tetapi mempunyai hubungan pemasaran dengan jenis produk yang ada, misalnya :

- a) Menambah tipe produk ("filter anti nikotin).

c. Yaitu usaha penambahan tipe produk baru yang tidak mempunyai hubungan teknologi dan pemasaran dengan jenis produk yang ada, misalnya :

- a) Menambah tipe produk ("produk elektro").

5. Dalam masa seperti ini, dimana faktor kesehatan sedang sangat digalakan Pemerintah, dan ini berlawanan dengan apa yang merupakan hasil dari Perusahaan yaitu "Rokok".

Dilain pihak Pajak Rokok merupakan pendapatan Pemerintah yang cukup besar.

Guna mengatasi masalah tersebut diatas maka Pemerintah memberikan larangan merokok dengan tidak merugikan pihak Perusahaan Rokok, yaitu dengan:

- a. Mengharuskan Perusahaan memasang lebel peringatan pada pembungkus/kemasan rokok.
- b. Mengkampanyekan bahaya merokok pada tempat-tempat umum.

Sedangkan Perusahaan Rokok juga ikut membantu program-program pemerintah dengan, melakukan kegiatan kemasyarakatan dan sosial serta memberikan bantuan untuk program kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Alex. S. Nitisemito, Drs. Marketing, Ghalia Indonesia Bandung, 1977.
2. Basu Swastha. DH, Drs. Azas-azas Marketing, Akademi Keuangan dan Bisnis (AKB), Yogjakarta, 1979.
3. CU. Parkinson dan MK. Rustamji, Pemasaran Untuk Semua Orang, cetakan pertama, penerbit Galaxy Puspa Jaya, Jakarta, 1988.
4. DR. Winardi. Kamus Ekonomi, penerbit CV Mundur Maju, Bandung, 1989.
5. Kotler Philip, Dasar-dasar Pemasaran, penerbit CV Intermedia, Jakarta, edisi kedua, 1985.
6. Steward. H. Rewoldt, Strategi Distribusi Pemasaran, cetakan pertama, penerbit Galaxy Puspa Jaya, Jakarta, 1988.
7. Siswanto Sutoyo, Kerangka Dasar Pemasaran, seri 55, penerbit LPPM, Jakarta, 1981.

Lampiran 1

JUMLAH PENJUALAN BOKOR P.P. "BAGI"

Tahun 1997/1998

TAHUN :	GOVODORER HOUSE :	ARDATY HOUSE :	SS 555 :	OGERSS :	T O T A L :
1997 :	98.671.000.000 :	22.063.250.000 :	9.353.350.000 :	7.412.500.000 :	137.500.000.000 :
1998 :	191.622.500.000 :	24.692.500.000 :	11.410.000.000 :	7.415.000.000 :	145.140.000.000 :
1999 :	111.506.250.000 :	25.578.750.000 :	9.765.000.000 :	8.570.000.000 :	155.420.000.000 :
1997 :	114.551.250.000 :	23.393.750.000 :	12.005.000.000 :	10.450.000.000 :	160.400.000.000 :
1998 :	90.682.500.000 :	25.267.500.000 :	8.120.000.000 :	6.380.000.000 :	130.500.000.000 :
1997 :	135.972.120.000 :	24.007.680.000 :	5.983.700.000 :	8.535.500.000 :	175.500.000.000 :
1998 :	176.909.000.000 :	23.943.100.000 :	5.954.400.000 :	8.633.500.000 :	215.440.000.000 :
1998 :	195.954.580.000 :	20.055.920.000 :	959.000.000 :	8.730.500.000 :	225.700.000.000 :
1998 :	227.970.800.000 :	18.331.200.000 :	470.400.000 :	8.827.500.000 :	255.599.900.000 :
1997 :	233.800.700.000 :	20.060.300.000 :	620.300.000 :	8.743.500.000 :	263.224.800.000 :
1997 :	1.487.839.700.000 :	227.393.950.000 :	65.641.050.000 :	83.699.000.000 :	1.864.574.700.000 :

Sumber : P.P. BAP INDONESIA.

1	1.	1 1 0 1	PT. WICAKSANA O.I	MEDAN
	2.	1 1 0 3	TOKO JATILUHUR	BAGAN SI-API
	3.	1 2 0 1	MEGA SAPTA EKA	PADANG
	4.	1 2 0 2	TOKO PERINTIS	PEKAN BARU
	5.	1 2 0 3	TOKO PRISMA	TANJUNG PINANG
	6.	1 2 0 4	TOKO PRIBADI	RENGAT
	7.	1 2 0 5	TOKO SETIA	SELAT PANJANG
	8.	1 2 0 6	UD. SAHABAT	BENGKALIS
2	9.	1 3 0 1	PT. H. MASIHAN S.	PALEMBANG
	10.	1 3 0 2	FA. NURDIN HAMZAH	JAMBI
	11.	1 3 0 3	FA. GUMARANG & CO	TANJUNG KARANG
	12.	1 3 0 4	FA. H.A. AZIZ MAHRUD	PANGKAL PINANG
3	13.	2 4 0 1	FA. INDONESIA JAYA	JAKARTA
		2 4 0 2	FA. INDONESIA JAYA	JAKARTA
4	14.	2 5 0 1	CV. LAKSANA	BANDUNG
	15.	2 6 0 1	CV. PRIBADI (1)	SEMARANG
	16.	2 6 0 2	CV. PRIBADI (2)	SOLO
5	17.	3 4 0 2	NV. TANJUNG PURA	PONTIANAK
	18.	3 4 0 3	TOKO HARAPAN BARU	TANJUNG PANDAN
6	19.	2 7 0 1	PT. WICAKSANA O.I	SURABAYA
	20.	2 7 0 2	UD. FAJAR	MALANG
	21.	3 7 0 3	UD. GUNUNG MURIA (1)	DENPASAR
	22.	3 7 0 4	UD. GUNUNG MURIA (2)	DENPASAR
	23.	3 7 0 5	UD. SAHABAT NIAGA	BANJARMASIN
	24.	3 7 0 7	CV. LAUT TIMOR	SAMARINDA
	25.	3 7 0 8	UD. SUMBER ABADI	TARAKAN
	26.	3 8 0 1	CV. MAJU MARMUR	UJUNG PANDANG
	27.	3 8 0 2	CV. EKA ABADI	PALU
	28.	3 8 0 4	PT. ASIA TENGGARA M	MANADO
	29.	3 8 0 5	CV. MAJU MARMUR	KENDARI
	30.	3 8 0 6	CV. MAJU MARMUR	JAYAPURA/BIAK
	31.	3 8 0 9	CV. MAJU MARMUR	MERAUKE/MAHOKWARI
	32.	3 8 1 0	CV. MAJU MARMUR	SORONG
	33.	3 8 1 1	FA. TOKO ENAM	AMBON
7	-	4 2 0 1	RUMAH TANGGA KEPRES	JAKARTA
	-	4 2 0 5	ANGKASA CITRA SARANA	JAKARTA
	-	4 2 0 6	U.D. LAKSMANA	MEDAN
8	-	5 2 0 2	FREE ISSUES CIGS - SAMPLE	
	-	5 2 0 3	FREE ISSUES CIGS - PROMOTIONAL	
	-	5 2 0 4	FREE ISSUES CIGS - ALLOWANCES	