

**ANALISA SALURAN DISTRIBUSI
PRODUK HASIL PERTANIAN
PADA PT. MAKARYA ARTA SEJAHTERA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan
Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai
Gelar Sarjana Ekonomi (S1)
Jurusan Manajemen

oleh

IGUH BIMANTOROYUDO

NIM : 95410017

NIRM : 953123340250017



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
J A K A R T A
1999**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

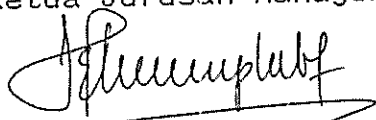
Nama : Iguh Bimantoroyudo
No. Pokok : 95410017
NIRM : 953123340250017
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Judul Skripsi : ANALISA SALURAN DISTRIBUSI PRODUK
PERTANIAN PADA PT.MAKARYA ARTA SEJAHTERA

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan
dihadapan Panitia Penguji Skripsi.

Jakarta, Agustus 1998

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen,



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

Menyetujui

Pembimbing Materi,



(DR. Suharto Rahman)

Pembimbing Teknis,

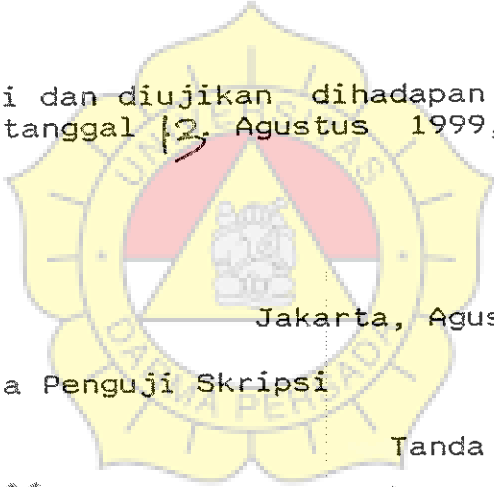


(Sukardi, SE.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Iguh Bimantoroyudo
No. Pokok : 95410017
NIRM : 953123340250017
Jurusan : Manajemen
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Judul Skripsi : ANALISA SALURAN DISTRIBUSI PRODUK
PERTANIAN PADA PT.MAKARYA ARTA SEJAHTERA

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal 12 Agustus 1999, dengan hasil : *A*



Jakarta, Agustus 1999

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Tanda tangan
1. FAUZEL BASYIR, MM	Ketua
2. DRS. SURDISO	Anggota
3. DR. SUHARTO RAHMAN	Anggota

ABSTRAK SKRIPSI

- (A) Iguh Bimantoroyudo 95410017/953123340250017
- (B) ANALISA SALURAN DISTRIBUSI PRODUK PERTANIAN PADA PT.MAKARYA ARTA SEJAHTERA
- (C) x + 97 Halaman, 16 Tabel, 8 Gambar
- (D) Kata Kunci : Pemasaran produk pertanian

(E) **Alasan dan tujuan penelitian** : Untuk mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang ada dalam kebijakan saluran distribusi dengan pemasaran produk, mencari bagaimana cara distribusi dan pemasaran yang tepat bagi perusahaan dengan adanya kemungkinan jumlah produksi pertanian yang dihasilkan sangat banyak, serta terungkapnya variabel-variabel lain selain berbagai variabel yang ada dalam kegiatan saluran distribusi yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap pemasaran produk pertanian.

Metodologi penelitian : Dalam penelitian ini digunakan metode riset kepustakaan dan riset lapangan.

Hasil penelitian : Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran luran distribusi menjadi acuan terhadap penentuan kebijakan bentuk saluran distribusi produk pertanian, besar/kecilnya biaya saluran distribusi dan nilai penjualan. Sifat produk pertanian yang tidak tahan lama diperlukan cara penyaluran langsung, peningkatan layanan melalui wiraniaga (*personal selling*) yang langsung mengunjungi calon pembeli dengan membawa contoh produk dan bersedia menerima pesanan, adanya permintaan baru dengan menanam jagung manis dan brokoli serta mengembangkan sayuran dalam pot (sayuran hidroponik), merupakan upaya perusahaan menghadapi over produksi hasil pertanian. Kenaikan harga bahan bakar minyak, suku cadang kendaraan, bibit, pupuk, obat tanaman, faktor alam (iklim dan cuaca) yang berdampak pada kualitas dan kuantitas panen, serta fluktuasi harga jual produk berdasarkan harga pasar (*market oriented pricing*), secara langsung maupun tidak langsung maupun tidak langsung diperlukan penyesuaian terhadap berbagai kebijakan perusahaan yang telah diputuskan.

(F) Buku Acuan 14 buku (1973-1998)

(G) Dosen Pembimbing Materi



(DR.Suharto Rahman)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat tersusun baik dan sesuai dengan usulan judul yang telah dibuat.

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, antara lain :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, beserta jajarannya di Jakarta.
2. DR. Suharto Rahman, selaku dosen pembimbing materi, yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis.
3. Sukardi, SE. selaku pembimbing teknis, yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis.
4. Bapak Gardjito, selaku Direktur Utama PT.Makarya Arta Sejahtera, beserta staf dan karyawan.
5. Semua pihak dan rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, yang telah terlibat membantu dalam penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Jakarta, Agustus 1999

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Hipotesa	5
E. Metodologi Penelitian	5
F. Sistematika Skripsi	6
BAB II. LANDASAN TEORI	8
A. Pengertian Pemasaran	8
B. Bauran Pemasaran	10
C. Ruang Lingkup Saluran Distribusi	16

BAB III. TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	38
A. Sejarah Perusahaan	38
B. Struktur Organisasi	40
C. Bidang Usaha PT.Makarya Arta Sejahtera	46
BAB IV. ANALISA DAN PEMBAHASAN	49
A. Kebijakan Saluran Distribusi yang Diterapkan Perusahaan	49
B. Hubungan Kebijakan Saluran Distribusi dengan Aspek-aspek Pemasaran Lainnya	59
C. Peranan Saluran Distribusi dalam Memasarkan Produk Hasil Pertanian	62
D. Analisa Peranan Kebijakan Saluran Distribusi Terhadap Hasil Aktivitas Pemasaran	71
BAB V. PENUTUP	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran-saran	95
LAMPIRAN	
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III-1. Permintaan Pengiriman Barang (1988-1996)....	39
III-2. Produk Pertanian Yang Dihasilkan PT.Makarya Arta Sejahtera	47
III-3. Pengelompokan Tanaman Berdasarkan Lokasi Lahan	48
IV- 1. Tempat Penyaluran Berbagai Jenis Produk Yang Dihasilkan PT.Makarya Arta Sejahtera	72
IV- 2. Prakiraan Volume Hasil Yang Dicapai Setiap Pohon Pada Masing-masing Produk Pertanian ..	73
IV- 3. Produk Pertanian Yang Dipasarkan Periode Januari 1998-Juni 1999	74
IV- 4. Nilai Penjualan Masing-masing Produk Sesuai Tempat Penyaluran Periode Jan'98-Mar'98 (Dalam Rupiah)	75
IV- 5. Nilai Penjualan Masing-masing Produk Sesuai Tempat Penyaluran Periode Apr'98-Jun'98 (Dalam Rupiah)	76
IV- 6. Nilai Penjualan Masing-masing Produk Sesuai Tempat Penyaluran Periode Jul'98-Sept'98 (Dalam Rupiah)	77

IV- 7. Nilai Penjualan Masing-masing Produk Sesuai Tempat Penyaluran Periode Okt'98-Des'98 (Dalam Rupiah)	78
IV- 8. Nilai Penjualan Masing-masing Produk Sesuai Tempat Penyaluran Periode Jan'99-Mar'99 (Dalam Rupiah)	79
IV- 9. Nilai Penjualan Masing-masing Produk Sesuai Tempat Penyaluran Periode Apr'99-Jun'99 (Dalam Rupiah)	80
IV-10. Nilai Penjualan Yang Dicapai Periode Januari 1998-Juni 1999	83
IV-11. Pengeluaran Biaya Saluran Distribusi Periode Januari 1998-Juni 1999	83
IV-12. Perhitungan Prosentase Biaya Saluran Distribusi Terhadap Nilai Penjualan	85
IV-13. Perbandingan Prosentase Kenaikan/Penurunan Biaya Saluran Distribusi Dengan Prosentase Kenaikan/Penurunan Nilai Penjualan	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II-1. Alternatif Saluran Distribusi Untuk Barang Konsumsi	28
II-2. Alternatif Saluran Distribusi Untuk Barang Industri	28
II-3. Alternatif Bentuk Saluran Distribusi	29
III-1. Sistem Organisasi Garis	41
III-2. Sistem Organisasi Fungsional	42
III-3. Sistem Organisasi Garis dan Staff	43
III-4. Struktur Organisasi PT.Makarya Arta Sejahtera (Usaha Jasa Pengurusan Transportasi) .	44
III-5. Struktur Organisasi PT.Makarya Arta Sejahtera (Bidang Usaha Produksi dan Pemasaran Hasil Pertanian)	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mengamati kondisi sebelum Juli 1997, perekonomian Indonesia pada umumnya dapat dikatakan memiliki daya tahan yang cukup kuat. Kinerja pertumbuhan ekonomi yang tinggi, dicapai bukan sebagai hasil pengelolaan seluruh sumber daya ekonomi secara optimal. Tidak seimbang pertambahan dan perkembangan antara sektor pertanian dengan non-pertanian merupakan konsekuensi perekonomian Indonesia yang dikelola dengan penuh kelengahan.

Semua perusahaan dengan jenis bidang usaha apapun pasti terkena dampak situasi perekonomian sejak pertengahan tahun 1997. Tidak memandang skala besar atau kecil, yang bermodal sendiri, dan terutama yang bermodal dari hutang lebih parah. Perusahaan dengan penggunaan modal sendiri juga banyak yang bangkrut, tidak saja disebabkan oleh mahalnya harga bahan baku dan bahan penolong, pada sisi lain karena menurunnya daya beli masyarakat sehingga jumlah pelanggan menjadi berkurang.

Pertumbuhan dan perkembangan sektor pertanian terlalu diabaikan, dengan memprioritaskan sektor industri lainnya. Produk Domestik Bruto terus tumbuh pesat dan ternyata hutang luar negeri yang menjadi energi utama bagi kemajuan diluar sektor pertanian.

Mayoritas perusahaan memilih sektor pertanian sebagai alternatif bidang usaha lain, karena hanya sektor inilah yang dinilai sangat potensial dalam menghadapi masalah kondisi perekonomian saat ini yang diseirngi dengan upaya pemerintah melakukan pemulihan ekonomi dengan prioritas peningkatan daya saing sektor pertanian. Realisasinya harus dibangun sarana infrastruktur pedesaan, seperti pembuatan saluran irigasi dan memperbanyak jalan desa agar menunjang kegiatan distribusi produk hasil pertanian sehingga penerapan ekonomi kerakyatan terwujud.

Mengingat jumlah perusahaan yang berminat ke sektor produksi pertanian sangat banyak maka kalangan praktisi, pengamat dan pakar agrobisnis meramalkan bahwa akan terjadi "boom" (produksi yang dihasilkan kuantitasnya sangat banyak). Keadaan ini tidak akan berlangsung selamanya, diperkirakan hanya berlangsung empat tahun.

Timbulnya masalah mengenai pelaksanaan distribusi dan tata cara pemasarannya, mendorong para pim-

pinan perusahaan berpikir untuk saling meningkatkan kegiatan perusahaan. Mencakup dari hasil produksi maupun sistem manajemennya, sehingga dapat menghasilkan produk yang berkualitas demi memenuhi kebutuhan masyarakat sebagai konsumennya.

Usaha meningkatkan produktivitas perusahaan perlu dilakukan pada berbagai kegiatan di seluruh unitnya. Agar pada bidang *marketing*, *financial*, dan sebagainya dapat dilaksanakan secara teratur serta berhasil sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan semula.

B. Pembatasan Masalah

Saluran distribusi merupakan salah satu aspek yang penting dalam pemasaran. Dalam rangka menelaah berbagai aspek yang berkaitan dengan saluran distribusi serta faktor-faktor lain yang mempengaruhinya, maka penulis akan memperkirakan dan mengidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut :

- 1). Apakah suatu perusahaan dalam membuat perencanaan kegiatan saluran distribusinya telah memperhatikan dan memilih secara tepat model yang digunakan dari seluruh aspek-aspek saluran distribusi.
- 2). Bagaimana melaksanakan distribusi produk pertanian dan tata cara pemasaran yang tepat terhadap

persaingan pada saat over produksi

- 3). Apakah pilihan saluran distribusi yang dilaksanakan mempunyai pengaruh positif dalam pemasaran produk pertanian.
- 4). Apakah dengan adanya faktor lain diluar kebijaksanaan saluran distribusi mempunyai pengaruh secara langsung terhadap penjualan.

C. Tujuan Penelitian

- 1). Untuk mengetahui hubungan antara berbagai variabel yang ada dalam kebijakan saluran distribusi dengan pemasaran produk suatu perusahaan serta pengaruhnya terhadap penjualan.
- 2). Mencari bagaimana cara distribusi dan pemasaran yang tepat bagi perusahaan, dengan adanya kemungkinan jumlah produksi pertanian yang dihasilkan sangat banyak.
- 3). Diharapkan akan terungkapnya variabel-variabel lain, selain berbagai variabel yang ada dalam kegiatan saluran distribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap pemasaran produk pertanian.

D. Hipotesa

Berdasarkan analisis yang akan dipergunakan, maka skripsi ini menetapkan hipotesa sebagai berikut: Ada hubungan yang positif antara biaya yang dikeluarkan untuk saluran distribusi dengan nilai penjualan yang diperoleh perusahaan.

E. Metodologi Penelitian

Lokasi dari penelitian bertempat di Jakarta, Kabupaten Bogor dan Kabupaten Sukabumi, guna memperoleh data sebagai bahan penyusunan dan pembahasan.

Penulis akan menggunakan dua macam metode, yaitu *Library Research* dan *Field Research* dari keadaan di PT.MAKARYA ARTA SEJAHTERA. *Library Research* berupa bahan-bahan yang berasal dari buku-buku dan catatan kuliah serta publikasi-publikasi lainnya yang dianggap berhubungan dengan masalah yang sedang dibahas. *Field Research* berupa data-data yang berhubungan langsung di lahan dengan masalah yang sedang dibahas.

Rancangan pengumpulan dan pengolahan data, melalui pertanyaan dan wawancara kepada pejabat setempat serta terhadap para karyawan.

F. Sistematika Skripsi

Skripsi yang penulis susun ini dibagi dalam beberapa Bab, yang tujuannya adalah untuk memudahkan bagi penulis dalam membahas materi skripsi.

Pembagian tersebut terdiri dari :

Bab I : Dalam Bab ini penulis akan mengemukakan masalah-masalah yang menyangkut antara lain : Latar Belakang Pemilihan Judul, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Hipotesa, Metodologi Penelitian serta Sistematika Skripsi.

Bab II : Pada Bab ini penulis membagi menjadi tiga sub bab, pada sub bab ketiga dibagi lagi menjadi beberapa bagian.

Sub bab pertama menerangkan tentang Pengertian Pemasaran.

Sub bab kedua menerangkan tentang Bauran Pemasaran.

Sub bab ketiga menerangkan Ruang Lingkup Saluran Distribusi, yang tercakup didalamnya Pengertian Saluran Distribusi, Fungsi-fungsi Saluran Distribusi dan Bentuk-bentuk Saluran Distribusi, serta Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi.

Bab III : Di sini penulis akan menguraikan tentang hal-hal yang menyangkut Riwayat Singkat Perusahaan, Struktur Organisasi, dan Bidang Usaha PT.MAKARYA ARTA SEJAHTERA.

Bab IV : Pada Bab ini membagi menjadi empat sub bab dan setiap sub bab dibagi lagi menjadi beberapa bagian.

Pada Bab ini diuraikan tentang Analisa dan Pembahasan yang berkaitan dengan Kebijakan Saluran Distribusi yang Dilaksanakan Perusahaan, Hubungan Kebijakan Saluran Distribusi dengan Aspek-aspek Pemasaran Lainnya, Peranan Saluran Distribusi dalam Memasarkan Produk Hasil Pertanian, yang terakhir penulis mencoba untuk menjelaskan Analisa Peranan Kebijakan Saluran Distribusi Terhadap Hasil Aktivitas Pemasaran.

Bab V : Berisi Kesimpulan dan Saran-saran tentang PT.MAKARYA ARTA SEJAHTERA, penulis berikan pada Bab terakhir.