

**KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA PT. ASTRA HONDA MOTOR.**

SKRIPSI

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

Oleh :

REINALDY RIZAL

No. Pokok : 96420079

NIRM : 963123340250070



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

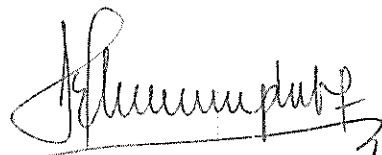
NAMA : Reinaldy Rizal
No. Pokok/NIRM : 96420079/963123340250070
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan
Penjualan pada PT. Astra Honda Motor.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan Panitia
Penguji Skripsi Sarjana pada tanggal **Agustus 2001**.

Jakarta, Agustus 2001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen,



(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

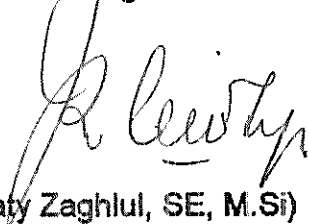
Menyetujui,

Pembimbing Materi,



(DR. Suharto Rahman, Ms)

Pembimbing Teknis



(Murdiaty Zaghlul, SE, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Reinaldy Rizal
NIM : 9620079
NIRM : 963123340250070
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. Astra Honda Motor

Telah diperiksa, dikaji dan diajukan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal Agustus 2001 dengan hasil:

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

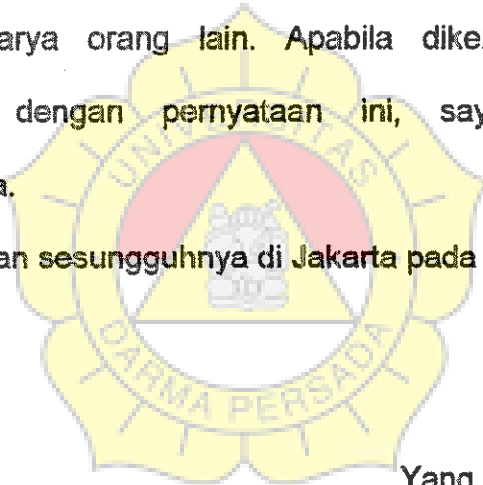
<u>NAMA</u>	<u>JABATAN</u>	<u>TANDA TANGAN</u>
1. DR. SUHARTO . R	KETUA	(<i>[Signature]</i>)
2. DRs. Fauzi basyir . MM	ANGGOTA PENGUJI	(<i>[Signature]</i>)
3. DRs. soetosid	ANGGOTA PENGUJI	(<i>[Signature]</i>)

LEMBAR PERNYATAAN

Nama : Reinaldy Rizal
NIM : 9620079
NIRM : 963123340250070

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya susun di bawah bimbingan Drs. Suharto dengan judul Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan pada "PT. Astra Honda Motor" di Jakarta, tidak merupakan jiplakan hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggung jawabkannya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal Juli 2001.



Yang menyatakan,

(Reinaldy Rizal)

ABSTRAKSI

REINALDY RIZAL
96420079/963123340250070

**Kebijaksanaan Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan pada
Astra Honda Motor**
IX + 67 hal: 2001

Kata Kunci : Kebijakan Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan.

Tujuan untuk mengetahui apa kebijakan distribusi yang diambil oleh PT. Astra Honda Motor dalam meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan saluran distribusi yang tepat, maka penjualan akan ikut meningkat.

Metode penelitian yang digunakan adalah Library Reserach dan analisa data.

PT. Astra Honda Motor bergerak dalam industri otomotif, khususnya kendaraan roda dua (motor). Perusahaan menggunakan saluran distribusi SPV Korporasi (dimana tahap-tahap produksi dan distribusi di bawah satu kepemilikan yaitu Astra Internasional Tbk.) dalam menghadapi pesaingnya yaitu: Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Vespa dan Motor Cina dalam berbagai merek.

Daftar acuan : 9 buku (1990 – 1999).

Jakarta, Agustus 2001

Pembimbing Materi



DR. Suharto Rahman, Ms

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Kebijakanaksanaan Distribusi dalam Meningkatkan Penjualan pada PT. Astra Honda Motor”.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Pemasaran pada Universitas Darma Persada, Jakarta.

Dalam mempersiapkan, menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis memperoleh bimbingan dan bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Ibu Dra. Endang Tri Pujiastuti, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak DR. Suharto Rahman, Ms. dan Ibu Mudiaty Zaghlul, SE, Msi. selaku Pembimbing materi dan teknis yang telah memberikan bimbingan, saran dan petunjuk yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Orang tua, serta kakak dan seluruh keluarga yang telah memberikan nasehat, semangat dan dorongan serta do'a kepada penyusun dalam menyelesaikan studi, khususnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak-Bapak dan Ibu-Ibu dosen yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan.
6. Bapak M. Saragih,SH. selaku HRD Manager PT. Astra Honda Motor yang telah menunjuk Bapak Wi Chung untuk membantu penulis dalam pemberian informasi mengenai perusahaan.
7. Bapak Wi Chung selaku HRD Officer PT. AI-HSO yang membantu penulis dan memberikan informasi segala hal tentang distribusi sepeda motor HONDA.
8. Kepada seluruh rekan-rekan penulis yang membantu memberikan dorongan dan do'anya.

Dengan kemampuan yang terbatas , penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran akan diterima dengan senang hati demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juni 2001



Reinaldy Rizal

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Pembatasan Masalah	2
D. Maksud dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian	4
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Distribusi dan Fungsi Distribusi	7
B. Bentuk-bentuk Saluran Distribusi	8
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dalam Penentuan Saluran Distribusi	15
D. Keputusan Manajemen Saluran	23

	E. Fungsi Saluran Pemasaran	28
	F. Organisasi Saluran Distribusi	29
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan dan Perkembangannya	33
	B. Perkembangan Perusahaan	36
	C. Kegiatan Perusahaan	44
	D. Proses Produksi	47
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	
	A. Sistem Distribusi Yang Digunakan Oleh Perusahaan	52
	B. Masalah Yang Dihadapi oleh Perusahaan	55
	C. Kebijakan Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Astra Honda Motor	62
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	65
	B. Saran-saran	66
DAFTAR PUSTAKA		

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemunduran pertumbuhan ekonomi di negara kita sejak pertengahan tahun 1997 lalu, berimbas pada kinerja produsen atau pengusaha di Indonesia. Krisis tersebut menyebabkan terjadinya persaingan yang tajam, yang dilakukan oleh para produsen atau pengusaha untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan beban yang semakin berat. Sehingga dengan demikian, produsen atau pengusaha harus mampu memasarkan produknya sebaik mungkin sehingga bisa ke tangan konsumen untuk mempertahankan kelangsungan hidup dari perusahaannya.

Dalam menunjang kegiatan pemasaran para produsen atau pengusaha serta untuk menjamin sampainya produk ketangan konsumen, maka diperlukan adanya saluran distribusi yang baik di dalam kegiatan pemasaran tersebut. Bagi suatu perusahaan, pemilihan saluran distribusi merupakan suatu masalah yang sangat penting dalam rangka memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi ini dapat memacetkan usaha penyaluran barang dan jasa tersebut.

Produsen atau perusahaan harus dapat membangun sistem saluran

distribusi yang efektif dan efisien dalam menyalurkan produknya, mulai dari menentukan lokasi atau daerah distribusi hingga pada tahap evaluasi. Pengendalian faktor-faktor yang mempengaruhi sistem saluran distribusi harus dapat diketahui dan dikendalikan oleh perusahaan agar pelaksanaan distribusi produknya menjadi lebih lancar. Dengan demikian produk tersebut akan selalu tersedia di pasar untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar tidak beralih pada produk lain sejenis.

Masalah distribusi adalah masalah perencanaan jangka panjang karena perusahaan harus memperhatikan pertumbuhan permintaan produk pada setiap daerah dan membina hubungan kerja yang dinamis dengan para penyalur untuk masa yang akan datang.

B. Perumusan Masalah

Masalah yang akan dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut : "Bagaimana kebijaksanaan distribusi dalam meningkatkan penjualan pada PT. Astra Honda Motor ?"

C. Pembatasan Masalah

Dalam keadaan perekonomian seperti sekarang ini, produsen atau pengusaha dituntut untuk memberikan perhatian lebih dalam melaksanakan kegiatan maupun langkah-langkah pemasaran yang lebih baik pada produk, harga, promosi dan distribusi. Karena pemasaran dari produk yang dihasilkan akan mendapat kesulitan apabila

produsen atau pengusaha tidak memperhatikannya.

Untuk membatasi masalah dalam penelitian ini, maka penulis membatasi masalah hanya pada konsep untuk aspek distribusi yang berperan penting pada kegiatan pemasaran saja, sekaligus pelaksanaan saluran produk perusahaan didalam meningkatkan volume penjualan.

Pembahasan skripsi ini dimulai dari proses penentuan lokasi atau daerah distribusi hingga pada tahap evaluasi saluran distribusi dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam usaha meningkatkan volume penjualan perusahaan. Data yang dianalisa penulis adalah data-data penjualan serta jumlah penyalur dalam sistem pelaksanaan distribusi yang ada pada PT. Astra Honda Motor dari tahun 1995-1999.

D. Maksud Dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah

- 1) Untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.
- 2) Untuk mengetahui penerapan saluran distribusi yang diterapkan oleh PT. Astra Honda Motor.
- 3) Untuk mengetahui pelaksanaan sistem distribusi pada perantara pemasaran yang digunakan oleh perusahaan.
- 4) Untuk mengetahui masalah- masalah apa saja yang

mempengaruhi kelancaran pelaksanaan kegiatan distribusi produk perusahaan.

- 5) Untuk mengetahui peranan sistem distribusi pada PT. ASTRA HONDA MOTOR dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan

E. Metode Penelitian

Dalam membahas suatu masalah yang bersifat ilmiah memang diperlukan suatu data yang lengkap dan realistis dengan penelitian secara cermat, teliti dan terarah demi tercapainya suatu hasil yang yang memuaskan.

Dalam mengumpulkan data-data dan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan karya akhir ini, penulis menggunakan teknik sebagai berikut:

1.1 Riset Kepustakaan (Library Research)

Yaitu dengan mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari hasil-hasil catatan kuliah dan bahan kepustakaan yang dijadikan sebagai perbandingan teori dan praktek.

2. Riset Lapangan (Field Research)

Pengumpulan data serta bahan-bahan yang diperlukan (data primer) dengan melakukan :

- a. Interview (wawancara) : yaitu cara memperoleh data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak perusahaan.
- b. Observasi : yaitu cara memperoleh data dengan

mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap materi yang diselidiki.

II Metode Analisa Pemecahan Masalah

a. Metode kualitatif

Penulis mendeskripsikan semua hasil penelitiannya selama melakukan riset di perusahaan dalam bentuk laporan.

b. Metode kuantitatif

Metode ini digunakan penulis dalam memecahkan masalah yang memperkuat hasil laporan dengan menggunakan data-data yang di peroleh dari PT. Astra Honda Motor.

F. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun skripsi ini, penulis secara keseluruhan menggunakan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Didalam Bab ini, penulis menggambarkan latar belakang masalah, pembatasan masalah, masalah, maksud dan tujuan penelitian, hipotesis, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori-teori yaitu: pengertian pemasaran

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Penulis menguraikan mengenai sejarah singkat berdirinya perusahaan dan perkembangannya, lokasi perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan usaha perusahaan, proses produksi dan pelayanannya.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Penulis mengulas tentang saluran distribusi yang dipakai oleh PT. Astra Honda Motor, kegiatan distribusi pada PT. Astra Honda Motor dan analisa kebijaksanaan distribusi terhadap penjualan perusahaan.

BAB V : PENUTUP

Penulis mencoba memberikan kesimpulan dan saran-saran dari bab-bab sebelumnya yang mungkin bisa bermanfaat untuk perkembangan perusahaan dalam melakukan atau menjalankan kegiatan usahanya.

