

**KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI
PUPUK PADA PEMASARAN PUSRI
DAERAH SUMATERA UTARA
(PPD SUMUT)**

Oleh :

Masodaliqak

No. Sib. : 97 830 0201



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2000**

Judul Skripsi : **KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI PUPUK
PADA PEMASARAN PUSRI DAERAH
SUMATERA UTARA MEDAN**

Nama Mahasiswa : **MASDALIFAH**

No. Stambuk : **97 830 0201**

J u r u s a n : **Manajemen**

Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



(Dra. Hj. RAFIAH HASIBUAN, MM)

Pembimbing II



(Drs. H. SYAHRIANDY, MSi)

Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Drs. H. MIFTAHUDDIN. MBA)



Dekan



(Drs. H. A. AZIS HASAN, MM)

RINGKASAN

M A S D A L I F A H, KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI PUPUK PADA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA (PPD SUMUT), (Di bawah bimbingan Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM., selaku Pembimbing I, dan Drs. H. SYAHRIANDY, MSi., selaku Pembimbing II).

Pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia didalam memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dengan pemasaran maka suatu barang akan sampai ke tangan konsumen. Salah satu kegiatan pemasaran yang langsung berhubungan dengan konsumen adalah saluran distribusi.

Saluran distribusi ini merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai perusahaan.

Berdasarkan alasan di atas, maka terkesan untuk menulis penelitian ini dengan judul :

"KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI PUPUK PADA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA (PPD SUMUT)".

Maka yang dibahas di sini sebagai perumusan masalah adalah : "Kebijaksanaan saluran distribusi yang diterapkan oleh perusahaan belum mampu meningkatkan volume penjualan produk".

Sehingga dapat diambil suatu hipotesis bahwa : "Jika fasilitas-fasilitas saluran distribusi diperluas, maka penjualan produk PT. PUSRI Kantor Pemasaran Wilayah Sumatera Utara ini dapat meningkat".

Adapun tujuan penelitian adalah : "Untuk mengetahui sejauhmana kebijaksanaan saluran distribusi yang telah diterapkan oleh perusahaan dan menganalisa pengaruh kebijaksanaan saluran distribusi untuk meningkatkan volume penjualan di PT. PUSRI Kantor Pemasaran Wilayah Sumatera Utara".

Dalam penelitian ini yang dipakai adalah : Penelitian Kepustakaan dan Penelitian Lapangan dengan teknik pengumpulan data melalui : Pengamatan dan Wawancara.

Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah Metode Analisis Deskriptif dan Metode Analisis Deduktif.

Oleh sebab itu, dalam rangka meningkatkan volume penjualan maka saluran distribusi yang digunakan haruslah menjadi saluran yang efektif dan dapat meningkatkan hubungan antara produsen dengan konsumen.



Untuk mengatasi masalah yang dihadapi, perusahaan menerapkan dua kebijaksanaan yaitu kebijaksanaan harga dan kebijaksanaan promosi. Dan saluran distribusi yang diterapkan adalah saluran distribusi satu tingkat dan saluran distribusi dua tingkat. Maka dapatlah disimpulkan bahwa PT. PUSRI Kantor Pemasaran Wilayah Sumatera Utara dalam menerapkan saluran distribusi menggunakan saluran distribusi dua tingkat pada sektor tanaman pangan dan distribusi dua tingkat untuk sektor perkebunan. Dengan demikian sebagai akibat dari pemilihan saluran distribusi yang tepat dapat diukur dari volume penjualan yang dicapai.

Semuanya ini telah dibicarakan guna mengetahui sejauhmana perusahaan telah melakukan kegiatan-kegiatan ini dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Keberhasilan dalam menyusun skripsi ini tidak hanya dicapai oleh penulis sendiri, tetapi adalah karena adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini juga sebagai ungkapan rasa syukur penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. H.A. Azis Hasan, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Miftahuddin, MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

3. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM., selaku Pembimbing I, yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Drs. H. Syahriandy, MSi., selaku Pembimbing II yang juga banyak memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis.
5. Bapak Drs. H. Hasan U. Siregar, sebagai Ketua Tim Penguji.
6. Bapak Drs. Eddy Pangidoan Siregar, sebagai Sekretaris Tim Penguji.
7. Staf Pengajar lainnya yang telah mendidik dan membimbing penulis sejak memasuki Fakultas Ekonomi sampai mengakhiri pendidikan untuk memperoleh gelar kesarjanaan.
8. Bapak Pimpinan dan seluruh Staf PT. PUSRI Kantor Pemasaran Wilayah Sumatera Utara, yang telah bersedia memberikan bantuan dalam rangka mengumpulkan data-data untuk penulisan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada Suami tercinta Ir. Taslim Siregar, serta Anak-anakku tersayang Aidha Mai Sari dan Fauziah Nurina dan seluruh keluargaku yang mendukung dan mendorongku dalam penulisan skripsi ini.
10. Khusus kepada teman-teman yang telah banyak membantu dan juga mendorong selesainya penulisan skripsi ini.

Akhir kata semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis untuk dapat mengabdikan kepada Tuhan, Bangsa dan Masyarakat.

Medan, Januari 2000

Penulis,



(M A S D A L I F A H)



DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : P E N D A H U L U A N	1
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan Masalah	2
C. Hipotesis	3
D. Luas dan Tujuan Penelitian	3
E. Metode Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	4
F. Metode Analisis	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	6
A. Pengertian dan Arti Penting Salur- an Distribusi	6
B. Jenis-jenis Saluran Distribusi ...	8
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Saluran Distribusi	14
D. Fungsi-fungsi Saluran Distribusi .	18

BAB	III : KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI PUPUK PADA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA (PPD SUMUT)	21
	A. Gambaran Umum Perusahaan	21
	B. Jenis-jenis Pupuk yang Disalurkan dan Daerah Penyalurannya	35
	C. Kebijakan Saluran Distribusi yang Diterapkan	39
	D. Fasilitas-fasilitas Saluran Distribusi yang Digunakan	42
	E. Realisasi Penjualan Produk Tahun 1996 Sampai Dengan 1999	50
	F. Hambatan-hambatan Yang Dihadapi ..	57
BAB	IV : ANALISIS DAN EVALUASI	59
BAB	V : KESIMPULAN DAN SARAN	65
	A. Kesimpulan	65
	B. S a r a n	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL :

I	: JUMLAH KUD PENYALUR MUSIM TANAM DI PT. PUSRI PPD SUMUT TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 1999	38
II	: REALISASI ANGKUTAN PER KABUPATEN PADA PT. PUSRI PPD SUMUT TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 1999	45
III	: REALISASI ANGKUTAN DARAT PER PENYALUR PADA PT. PUSRI PPD SUMUT TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 1999	49
IV	: PERBANDINGAN REALISASI PENYALURAN PUPUK PER SEKTOR PADA PT. PUSRI PPD SUMUT DALAM 1996 SAMPAI DENGAN 1999 TAHUN TERAKHIR	54
V	: PERBANDINGAN REALISASI PENJUALAN PUPUK EMPAT TAHUN TERAKHIR PER KABUPATEN PADA PT. PUSRI PPD SUMUT	55
VI	: REALISASI PENJUALAN PUPUK PER JENIS PUPUK PADA PT. PUSRI PPD SUMUT TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 1999	56

	Halaman
VII : RENCANA PENJUALAN PUPUK DI PT. PUSRI KPW SUMUT PADA TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 1999	60
VIII : REALISASI PENJUALAN PUPUK DI PT. PUSRI KPW SUMUT PADA TAHUN 1996 SAMPAI DENGAN 1999	61



DAFTAR GAMBAR

Halaman

GAMBAR

I	: SALURAN DISTRIBUSI UNTUK PRODUSEN BARANG KONSUMSI	10
II	: SALURAN DISTRIBUSI UNTUK PRODUSEN BARANG INDUSTRI	12
III	: STRUKTUR ORGANISASI PT. PUPUK SRIWIJAYA KANTOR PEMASARAN WILAYAH (KPW) SUMATERA UTARA	30
IV	: SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. PUSRI KPW SUMUT PERSEDIAAN/PENGADAAN	41

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Secara umum pemasaran sudah dikenal sejak dahulu, karena melalui pemasaran manusia dapat memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dengan adanya pemasaran maka barang yang dihasilkan sampai ke tangan konsumen.

Salah satu kegiatan pemasaran yang langsung berhubungan dengan konsumen dan mempunyai peranan yang cukup besar dalam menciptakan faedah suatu barang adalah saluran distribusi.

Saluran distribusi merupakan sub bagian dari variabel marketing mix (bauran pemasaran) yaitu serangkaian kegiatan yang merupakan faktor-faktor yang dapat dikontrol perusahaan yang terdiri dari produk, saluran distribusi, promosi dan harga yang digunakan untuk mendorong serta meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan.

Saluran distribusi ini merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai perusahaan.

Untuk menempatkan suatu barang dan jasa yang tepat, kualitas yang tepat, jumlah yang tepat, harga dan waktu yang tepat, dibutuhkan saluran distribusi yang tepat pula.

Bila hal ini salah dalam memilih saluran distribusi maka akan dapat mengganggu kelancaran arus barang atau jasa dari perusahaan ke tangan konsumen. Oleh karena itu pemilihan saluran distribusi yang tepat akan bermanfaat dalam mencapai sasaran penjualan yang diharapkan.

Dengan penjelasan di atas, dapatlah dilihat bagaimana pentingnya saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan suatu produk.

Berdasarkan alasan di atas sangat menarik bagi penulis, sehingga terkesan untuk penelitian dengan judul :

"KEBIJAKSANAAN SALURAN DISTRIBUSI PUPUK PADA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA (PPD SUMUT)".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan judul penelitian maka masalah dirumuskan sebagai berikut :

"Kebijaksanaan saluran distribusi yang diterapkan oleh perusahaan belum mampu meningkatkan volume penjualan produk".



DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, DH., Basu, Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi II, Cetakan IV, Liberty, Yogyakarta, 1990.
- Swastha, Basu, Saluran Pemasaran, Edisi I, Cetakan IV, BPFE, Yogyakarta, 1992.
- Gitosudarmo, Indriyo, Manajemen Pemasaran, Edisi I, Cetakan I, BPFE, Yogyakarta, 1994.
- Nitisemito, Alex S., Marketing, Cetakan VIII, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1993.
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran. Analisa Perencanaan dan Pengendalian, Terjemahan Jaka Wasana, Edisi V, Jilid I, Erlangga, Jakarta, 1992.
- Soekartawi, Manajemen Pemasaran Bisnis Modern, Cetakan I, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993.
- Assauri, Sofyan, Manajemen Pemasaran, Cetakan V, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996.
- Winardi, Azas-azas Marketing, Edisi II, Cetakan I, Mandar Maju, Bandung, 1993.
- Radiosunu, Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis, BPFE, Yogyakarta, 1983.
- Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Edisi VII, Tarsito, Bandung, 1992.
- S. Nasution dan M. Thomas, Buku Penuntun Membuat Skripsi, Thesis, Disertasi dan Makalah, Edisi II, Cetakan III, Bumi Aksara, Jakarta, 1996.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph Matz Dan Milton F. Usry, Akuntansi Biaya Perencanaan dan Pengawasann (Cost Accounting Planning and Control), Edisi IX, Terjemahan Gunawan Hutauruk, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1994.
- D. Hartanto, Akuntansi Untuk Usahawan, Edisi III, LPFE-UI, Jakarta, 1991.
- Gunawan Adisaputro, Anggaran Perusahaan, Edisi III, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1993.
- James D. Wilson & Jhon B. Cambell, Controllershship Tugas Akuntan Manajemen, (Controllershship The Work Of The Managerial Accountant), Edisi III, Terjemahan Tjintjin Fenix Tjendera, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1993.
- Jay M. Smith Jr dan K. Fred Skousen, Akuntansi Intermediate (Intermediate Accounting), Edisi IX, Terjemahan Nugroho Widjajanto, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1995.
- Mulyadi, Akuntansi Biaya Penentuan Harga Pokok Dan Pengendalian Biaya, Edisi IV, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1994.
- M. Munandar, Budgeting Perencanaan Kerja Pengkoordinasian Kerja, dan Pengawasan Kerja, Edisi IV, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1994.
- R. Soemita Adikoesoemah, Cost Accounting, Edisi III, Penerbit Tarsito Bandung, 1992.
- R. A. Supriyono, Akuntansi Biaya Pengumpulan Dan Penentuan Harga Pokok, Edisi IV, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1992.
- Ikatan Akuntan Indonesia, Standar Akuntansi Keuangan, Buku I, BPSTIE YKPN, Jakarta, 1994.
- Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Metode dan Teknik, Edisi VIII, Penerbit Tarsito, Bandung, 1995.
- S. Nasution dan M. Thomas, Buku Petunjuk Membuat Skripsi, Thesis, Disertasi dan Makalah, Edisi VIII, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 1995.