

**PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA PT. PUPUK SRIWIDJAJA
PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA
M E D A N**

SKRIPSI

Oleh:

Menti Silvia Ellyawati H.

No. Stb : 98 830 0178



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
M E D A N
2 0 0 2**

**PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA PT. PUPUK SRIWIDJAJA
PEMASARAN PUSRI DAERAH
SUMATERA UTARA
MEDAN.**

SKRIPSI

Oleh :

**MENTI SILVIA ELLYAWATI. H
NPM : 98.830.0178**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Studi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Medan Area**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2002**

Judul Skripsi : PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT.
PUPUK SRIWIDJAJA PEMASARAN PUSRI DAERAH
SUMATERA UTARA MEDAN.

Nama Mahasiswa : MENTI SILVIA ELLYAWATI. H
N.P.M : 98.830.0178
Jurusan : MANAJEMEN

Kami Menyetujui :
Komisi Pembimbing

Pembimbing I



(Dra. Hj. RAFIAH HASIBUAN, MM)

Pembimbing II



(Dra. ISNANIAH LAILI. KS)

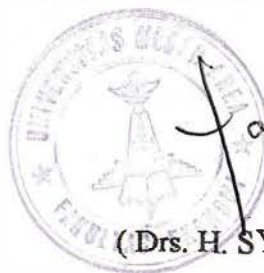
Mengetahui :

Ketua Jurusan



(Drs. JHON HARDY, MSi)

Dekan



(Drs. H. SYAHRIANDY, MSi)

Tanggal Lulus : 20 November 2002

RINGKASAN

Menti Silvia Ellyawati Hutapea, No. Stb. : 98.830.0178, Jurusan Manajemen, Peranan Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Pupuk Sriwidjaja Pemasaran Pusri Daerah Sumatera Utara Medan, (Di bawah bimbingan Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM, selaku Pembimbing I dan Dra. Isnaniah Laili, KS., selaku Pembimbing II).

PT. Pupuk Sriwidjaja Pemasaran Pusri Daerah Sumatera Utara Medan adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penyaluran dan pemasaran pupuk di wilayah Sumatera Utara, dimana pendapatan utama perusahaan dari hasil penjualan.

Masalah yang dihadapi adalah pemilihan saluran distribusi oleh PT. Pupuk Sriwidjaja PPD Sumatera Utara yang belum efektif sehingga mengalami kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan.

Hipotesis penulis yaitu jika dalam pemilihan saluran distribusi yang dilaksanakan oleh PT. Pupuk Sriwidjaja PPD Sumatera Utara daerah pemasaran yang ada dipersempit maka diharapkan pendistribusian pupuk dapat lebih merata dan lebih efektif.

Kebijaksanaan saluran distribusi yang diterapkan di perusahaan ini tergolong pada saluran distribusi ganda yaitu pada sektor perkebunan menggunakan saluran distribusi satu tingkat, sedangkan pada sektor pertanian tanaman pangan menggunakan saluran distribusi dua tingkat.

Jenis lembaga penyalur yang dipergunakan dalam penyaluran pupuk dilaksanakan oleh tiga kelompok penyalur yaitu Koperasi Unit Desa (KUD) penyalur, PT. Pertani, dan BUMN/Swasta Nasional. Sedangkan jenis transportasi yang digunakan dalam mendistribusikan dan memasarkan produk pupuknya terdiri dari kapal curah, truck, dan kereta api. Untuk kapasitas gudang yang ada terdiri dari dua jenis yaitu gudang milik sendiri dan gudang yang disewa pada PT. Bhandha Ghara Rekha (BGR). Gudang milik sendiri terdapat di linie I yakni di pusat PT. Pupuk Sriwidjaja yang berkedudukan di Palembang, linie II terdapat di ibukota propinsi dan tingkat III terdapat di kabupaten untuk menyimpan seluruh jenis pupuk. Sedangkan yang disewa hanya terdapat di linie II dan linie III.

Dalam upaya untuk meningkatkan target dan volume penjualan produknya yaitu pupuk selain kebijaksanaan dalam saluran distribusi, PT. Pupuk Sriwidjaja PPD Sumatera Utara juga menerapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan lainnya yang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan antara lain kebijaksanaan harga dan kebijaksanaan promosi.

Dalam melaksanakan kegiatannya dalam pemasaran dan penyaluran pupuk harga dasar perolehan dari sumber pengadaan dapat lebih rendah sehingga penetapan harga jual oleh PT. Pupuk Sriwidjaja PPD Sumatera Utara tidak melonjak (harga yang tinggi) dari harga jual pesaing, sehingga volume penjualan semakin meningkat.

Saran penulis atas penelitian ini adalah sebagai berikut perusahaan harus selalu mencari informasi tentang perubahan atau tindakan baru dalam kebijaksanaan

pemerintah yang dapat mempengaruhi volume penjualan sehingga dapat dengan segera diantisipasi, disamping itu lebih selektif dalam memilih agen pengangkutan (ekspediter) untuk menghindari terjadinya kekosongan persediaan yang diakibatkan kelalaian pihak ekspediter.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nyalah maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi persyaratan akademis bagi setiap mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin agar penulisan skripsi ini dapat memenuhi harapan semua pihak. Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis akan menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Selama dalam penyusunan skripsi ini, dan selama mengikuti perkuliahan di Universitas Medan Area, penulis telah banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, berupa bimbingan dan saran. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Ir. Zulkarnain Lubis, MS, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak H. Syahriandy, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

4. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM, selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dra. Isnaniah Laili KS, selaku Pembimbing II yang turut membimbing penulis dalam penyempurnaan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Rasdianto, MS. Ak, selaku Ketua Meja Hijau.
7. Bapak Drs. Patar Marbun, selaku Sekretaris Meja Hijau.
8. Seluruh staf pengajar dan pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, yang telah membantu penulis dalam hal yang berhubungan dengan administrasi perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
9. Bapak Pimpinan PT. Pupuk Sriwidjaja Pemasaran Pusri Daerah Sumatera Utara Medan beserta seluruh staf dan karyawan yang telah membantu penulis dalam hal mendapatkan data-data yang diperlukan.
10. Buat rekan-rekan seperkuliahan dan seluruh Stambuk '98.
11. Teristimewa buat seseorang yang paling kusayangi yang selalu setia mendampingi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Yang sangat penulis cintai dan sayangi kedua orang tua beserta Kakak, Abang dan Adik penulis yang telah banyak memberikan dorongan dan doa hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis menyerahkan kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk dapat membalas segala kebaikan pihak-pihak yang banyak membantu penulis. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan Rahmat dan Karunia-Nya kepada kita semua.

Medan, September 2002

Penulis,

MENTI SILVIA ELLYAWATI H.

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I : PENDAHULUAN	
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	
A. Pengertian dan Arti Pentingnya Saluran Distribusi	6
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dalam Pemilihan Saluran Distribusi	10
C. Jenis-jenis Saluran Distribusi dan Peranannya	17
D. Hubungan Antara Saluran Distribusi Dengan Volume Penjualan	27

BAB III : PT. PUPUK SRIWIDJAJA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA MEDAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	30
B. Kebijakan Saluran Distribusi yang Diterapkan	36
C. Jenis-jenis Lembaga Penyalur, Transportasi dan Pergudangan Yang Dipergunakan	47
D. Target dan Volume Penjualan	53
E. Hambatan-hambatan Yang Dihadapi	60
BAB IV : ANALISIS DAN EVALUASI	62
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	67
B. S a r a n	68
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR :	
I : SKEMA SALURAN DISTRIBUSI BARANG KONSUMSI	18
II : SKEMA SALURAN DISTRIBUSI BARANG INDUSTRI	23
III : STRUKTUR ORGANISASI PT. PUPUK SRIWIDJAJA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA MEDAN	35
IV : SKEMA SALURAN DISTRIBUSI PT. PUPUK SRIWIDJAJA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA MEDAN	42

DAFTAR TABEL

Halaman

TABEL:

I	: KAPASITAS DAN JUMLAH GUDANG PADA AKHIR TAHUN 2001 DIBANDING DENGAN TAHUN SEBELUMNYA	46
II	: PERBANDINGAN REALISASI PENJUALAN 3 TAHUN TERAKHIR PER KABUPATEN	57
III	: TARGET DAN REALISASI PENJUALAN PUPUK 3 TAHUN TERAKHIR	58

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Sebuah perusahaan yang memproduksi barang dan jasa tidak menjual produknya secara langsung kepada konsumen yang akan mengkonsumsi produk tersebut, melainkan dengan menggunakan perantara saluran distribusi.

Saluran distribusi yang berperan dalam meningkatkan volume penjualan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Bertambah banyaknya minat masyarakat terhadap suatu produk semakin mendorong pengusaha untuk mendirikan dan memproduksi produk tersebut sehingga jumlah produk yang dihasilkan akan lebih banyak. Keadaan yang demikian tentu saja akan menimbulkan persaingan di antara produsen dari produk yang sejenis, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Bila perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan mempunyai kemungkinan untuk meningkatkan jumlah laba yang diterimanya. Selain itu, efisiensi perusahaan juga memiliki kemungkinan untuk ditingkatkan.

Masalah pemilihan saluran distribusi adalah suatu hal yang sangat penting, sebab kesalahan dalam pemilihan saluran distribusi dapat memperlambat atau menghambat kelancaran arus penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa saluran distribusi sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan, maka masalah saluran distribusi ini harus benar-benar dipertimbangkan dan sama sekali tidak boleh diabaikan. Dalam hubungan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan sebagai topik penelitian. Selanjutnya memilih perusahaan yang dipandang tepat dan memenuhi syarat untuk dijadikan objek penelitian ilmiah yaitu PT. PUPUK SRIWIDJAJA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA MEDAN. Dengan alasan-alasan tersebut, akhirnya judul penelitian dipilih dan dirumuskan sebagai berikut : **“PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. PUPUK SRIWIDJAJA PEMASARAN PUSRI DAERAH SUMATERA UTARA MEDAN”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan pada perusahaan yang bersangkutan, ditemukan adanya masalah berkenaan dengan topik yang diteliti dan dirumuskan sebagai berikut :

“Pemilihan saluran distribusi pupuk oleh PT. Pupuk Sriwidjaja Pemasaran Pusri Daerah Sumatera Utara Medan belum efektif sehingga mengalami kesulitan dalam meningkatkan volume penjualannya”.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha DH. dan Irawan, Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1998.
- Boyd, Walker and Larreche, Strategic Marketing (Pemasaran Strategis), Alih Bahasa Lina Salim, Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya, PT. Gelora Aksara Pratama, Edisi Kelima, Jilid Kedua, Cetakan Pertama, Erlangga, Jakarta, 1998.
- Henry Simamora, Manajemen Pemasaran Internasional, Edisi Kedua, Jilid Kedua, Cetakan Pertama, Penerbit Salemba Empat, Jakarta, 2000.
- Indriyo Gitosudarmo, Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Cetakan Keenam, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2000.
- Irawan dan Faried Wijaya, Pemasaran Prinsip dan Kasus, Edisi Kedua, Cetakan Kelima, Penerbit BPFE, Yogyakarta, 2001.
- M. Mursid, Manajemen Pemasaran, Cetakan Kedua, Penerbit Bumi Aksara dengan Pusat Antar Universitas Studi Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 1997.
- Philip Kotler, Marketing Management. (Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian), Alih Bahasa A. Jaka Wasana, PT. Gelora Aksara Pratama, Edisi Kelima, Jilid Kedua, Cetakan Keempat, Erlangga, Jakarta, 1995.
- Philip Kotler and Gary Amstrong, Principles of Marketing. (Dasar-dasar Pemasaran), Terjemahan Alexander Sindoro, Edisi Ketujuh, Jilid Kedua, Penerbit Prenhallindo, Jakarta, 1998,
- Warren J.Keegan, Global Marketing Management. (Manajemen Pemasaran Global), Terjemahan Alexander Sindoro, Edisi Kelima, Jilid Kedua, Penerbit Prenhallindo, Jakarta, 1995.
- William J. Stanton, Fundamentals of Marketing. (Prinsip-Prinsip Pemasaran), Alih Bahasa Sadu Sundaru, Edisi Ketujuh, Jilid Kedua, Cetakan Ketiga, PT. Gelora Aksara Pratama, Erlangga, Jakarta, 1993.
- Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah, Dasar Metode dan Teknik, Edisi Ketujuh, Penerbit Tarsito, Bandung, 1995.
- S. Nasution dan M. Thomas, Buku Penuntun Membuat Skripsi, Thesis, Disertasi dan Makalah, Cetakan Pertama, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 1995.