

**KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PADA PT. MILLENIUM PHARMACON INTERNATIONAL, TBK  
MEDAN**

**Oleh:**

**Naomi Tiaras**

**NPM : 98 830 0089**



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

**2003**

**KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME  
PENJUALAN PADA PT. MILLENIUM PHARMACON INTERNATIONAL, TBK  
MEDAN**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Naomi Tiaras**

**98 830 0089**



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

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2003**

**Judul Skripsi : KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI DALAM  
MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT.  
MILLENIUM PHARMACON INTERNATIONAL, TBK  
MEDAN**

**Nama Mahasiswa : NAOMI TIARAS**

**No. Stambuk : 98 830 0089**

**Jurusan : MANAJEMEN**

**Menyetujui :**

**Komisi Pembimbing**

**Pembimbing I**



**(DRA. HJ. RAFIAH HASIBUAN, MM)**

**Pembimbing II**



**(DRS. H. SYAHRIANDY, MSI)**

**Mengetahui :**

**Ketua Jurusan**



**(DRS. H. JHON HARDY, MSI)**

**Dekan**



**(DRS. H. SYAHRIANDY, MSI)**

**Tanggal Lulus : 24 Januari 2004**

## **RINGKASAN**

**Naomi Tiaras. Kebijaksanaan Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan (Di bawah bimbingan Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM, selaku Pembimbing I dan Drs. Syahriandy, MSi, selaku Pembimbing II).**

PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian obat-obatan di wilayah Sumatera Utara, dimana pendapatan utama perusahaan dari hasil penjualan.

Masalah yang dihadapi adalah pemilihan lembaga distribusi oleh PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan yang belum efektif sehingga mengalami kesulitan dalam meningkatkan volume penjualan.

Hipotesis penulis yaitu jika kegiatan lembaga distribusi yang dilaksanakan oleh PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan dipilih dengan tepat, maka diharapkan pendistribusian obat-obatan dapat lebih merata dan bisa lebih meningkat.

Kebijaksanaan distribusi yang diterapkan di perusahaan ini tergolong pada distribusi barang konsumsi tingkat ketiga. Dimana pendistribusian obat-obatan yang dilakukan oleh PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan didistribusikan pada rumah sakit, apotik, toko obat berizin, supermarket dan BUMN/S.

Sedangkan jenis transportasi yang digunakan dalam mendistribusikan dan memasarkan produk obat-obatannya terdiri dari angkutan laut, darat dan angkutan udara.

Dalam upaya untuk meningkatkan target dan volume penjualan produknya yaitu obat-obatan selain kebijaksanaan distribusi, PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan juga menerapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan lainnya yang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan antara lain kebijaksanaan kecepatan pelayanan, kualitas produk, fasilitas pendukung pelayanan, penanganan keluhan dan komplain pelanggan serta pelatihan pelayanan pelanggan.

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :  
Kebijaksanaan distribusi yang diterapkan PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan adalah sistem pelayanan dengan kecepatan pelayanan, kualitas produk, fasilitas pendukung pelayanan, penanganan keluhan dan komplain pelanggan serta pelatihan (training) karyawan pelayanan pelanggan.

Saran penulis atas penelitian ini adalah sebagai berikut :

Perusahaan harus selalu meningkatkan pengawasan dan pemantauan terhadap kelancaran proses distribusi fisik obat-obatan mulai dari pengadaan, pengangkutan, penyediaan dan penyimpanan digudang sampai dengan pendistribusian kepada konsumen supaya peningkatan volume penjualan 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 yang telah memberikan Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyusun skripsi ini. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari apa yang diharapkan. Untuk itu dengan senang hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun guna perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Selesaiannya penulisan skripsi yang sangat sederhana dan singkat ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Ir. Zulkarnain Lubis, MS, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Drs. H. Syahriandy, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sekaligus sebagai Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Hj. Rafiah Hasibuan, MM selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak Drs. H. Jhon Hardy, MSi, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
5. Bapak Drs. H. M. Sayuti Nasution, MSi, selaku Ketua Meja Hijau.
6. Ibu Sari Bulan Tambunan, SE, selaku Sekretaris Meja Hijau.
7. Ibunda tercinta yang telah berkorban moril dan material demi keberhasilan Ananda, beserta abang, kakak dan adik penulis yang telah banyak memberikan dorongan dan doa hingga selesainya skripsi ini.
8. Seluruh staf pengajar dan pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
9. Bapak M. Syarief Djalinus, selaku Branch Manager dan Bapak H. M. Yusuf beserta seluruh staf PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan yang telah memberikan izin penelitian dan membantu penulis dalam hal mendapatkan data-data yang diperlukan.
10. Seluruh rekan-rekan mahasiswa senasib sepenanggungan yang telah turut membantu dalam penyelesaian perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharapkan agar nantinya skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan juga bagi para pembaca.

Medan, 01 September 2003

Penulis



Naomi Tiaras

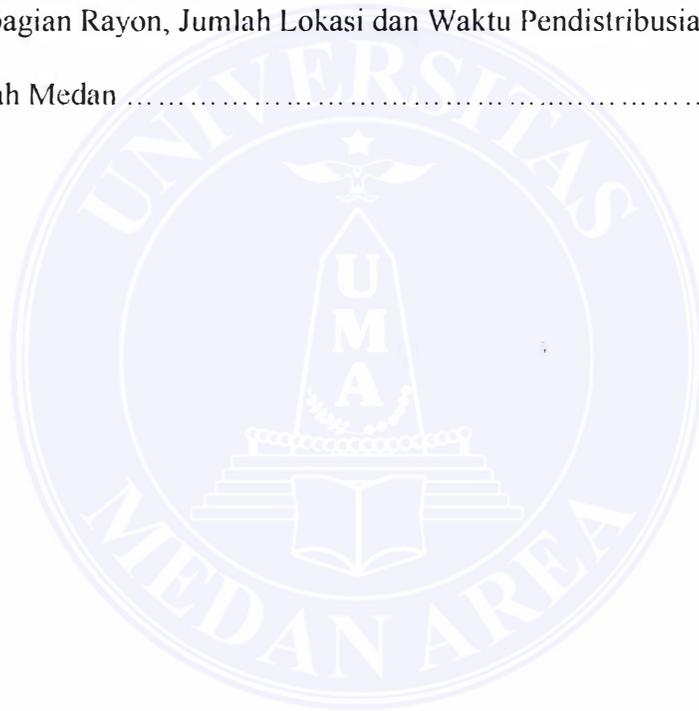
## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	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. Kebijakan Distribusi dan Arti Pentingnya .....	6
B. Jenis-jenis Lembaga Distribusi dan Peranannya .....	10
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Dalam Pemilihan Lembaga Distribusi .....	20
D. Hubungan Antara Kebijakan Distribusi Dengan Volume Penjualan .....	27

	Halaman
BAB III PT. MILLENIUM PHARMACON INTERNATIONAL, TBK	
MEDAN .....	29
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	29
B. Kebijakan Distribusi yang Diterapkan .....	46
C. Jenis Lembaga Distribusi yang Dipergunakan .....	53
D. Target Penjualan dan Realisasinya .....	54
E. Peranan Lembaga Distribusi Perusahaan .....	56
F. Beberapa Hambatan yang Dihadapi .....	59
BAB IV ANALISIS DAN EVALUASI .....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	65
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	68

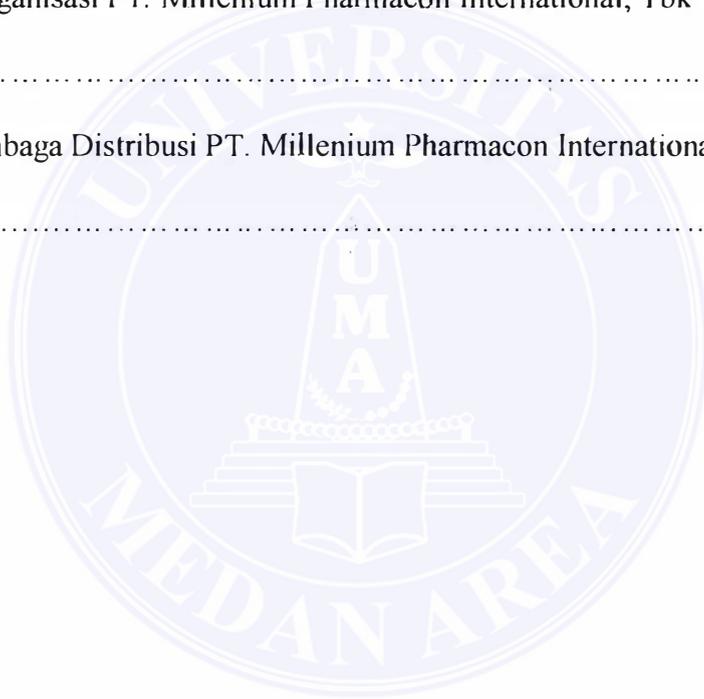
## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Rencana dan Realisasi Penjualan Obat-obatan Tahun 1998 s/d 2002 .....	55
2. Daftar Pembagian Rayon, Jumlah Lokasi dan Waktu Pendistribusian Untuk Daerah Medan .....	58



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Skema Distribusi Barang Konsumsi .....	12
2. Skema Distribusi Barang Industri .....	16
3. Struktur Organisasi PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan .....	36
4. Skema Lembaga Distribusi PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan .....	47



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Alasan Pemilihan Judul**

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

Lembaga distribusilah yang berperan dalam meningkatkan volume penjualan dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Dengan bertambah banyaknya minat masyarakat terhadap suatu produk maka hal itu akan 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 suatu perusahaan mampu meningkatkan volume penjualan, maka perusahaan tersebut mempunyai kemungkinan untuk meningkatkan jumlah laba yang diterimanya. Selain itu, efisiensi perusahaan juga memiliki kemungkinan untuk ditingkatkan.

Masalah pemilihan lembaga distribusi adalah suatu hal yang sangat penting, sebab kesalahan dalam pemilihan lembaga distribusi dapat

memperlambat atau menghambat kelancaran arus penyaluran barang atau jasa dari produsen kepada konsumen.

Berdasarkan uraian di atas jelas bahwa lembaga distribusi sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan, maka masalah lembaga distribusi ini harus benar-benar dipertimbangkan dan sama sekali tidak boleh diabaikan. Dalam hubungan ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kebijaksanaan distribusi dalam meningkatkan volume penjualan sebagai topik penelitian. Selanjutnya pemilihan perusahaan yang dipandang tepat dan memenuhi syarat untuk dijadikan objek penelitian ilmiah yaitu PT. MILLENIUM PHARMACON INTERNATIONAL, TBK MEDAN. Dengan alasan-alasan tersebut, akhirnya penulis memilih judul yang dirumuskan sebagai berikut :

**“KEBIJAKSANAAN DISTRIBUSI DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. MILLENIUM PHARMACON INTERNATIONAL, TBK 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 lembaga distribusi oleh PT. Millenium Pharmacon International, Tbk Medan yang masih 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 International, 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.
- Tarmizi Yusuf, Unggul Dalam Menjual (Paduan Praktis Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan), Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Gramedia, Jakarta, 2000.
- 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, 1990.
- S. Nasution dan M. Thomas, Buku Penuntun Membuat Tesis, Skripsi, Disertasi, Makalah, Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta, 2001.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### **RIWAYAT PRIBADI :**

Nama : Naomi Tiaras  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/Tgl. Lahir : Kampung Lalang, 03 November 1977  
Suku Bangsa : Indonesia  
Agama : Kristen Katholik  
Alamat : Jl. Sei Kera Gg. Besi No. 19 – A Medan - 20233.  
Orang Tua : Ayah : Alm. Lim Su Hock.  
Ibu : Paulak Tiaras.  
Status Keluarga : Anak Kandung; Anak ke 6 dari 8 bersaudara.

### **RIWAYAT PENDIDIKAN :**

1. SD Methodist – 7 Medan, Lulus Tahun 1990.
2. SMP Methodist – 7 Medan, Lulus Tahun 1993.
3. SMA Methodist – 7 Medan, Lulus Tahun 1996.
4. Masuk Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area Tahun 1998.

Medan, September 2003

Naomi Tiaras.