

**ANALISA PELAKSANAAN DISTRIBUSI TERHADAP
HASIL PENJUALAN PADA
PT. ASTRA INTERNATIONAL, HSO JAKARTA**

SKRIPSI

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

Oleh :

Nama : ANDY HARSONO

No. Pokok : 95420059

NIRM : 953123340250093



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ANDY HARSONO
No. Pokok : 95420059
NIRM : 953123340250093
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : "Analisa Pelaksanaan Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Astra International, HSO Jakarta."

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

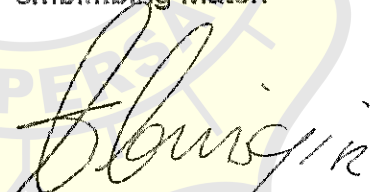
Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen,

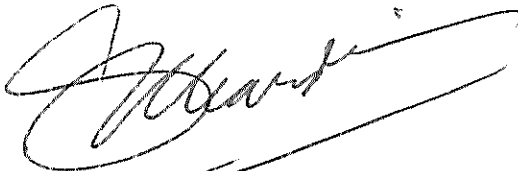

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

Menyetujui

1. Pembimbing Materi


(Drs. Fauzi Basyir, MM)

2. Pembimbing Teknis


(Sukardi, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ANDY HARSONO
No. Pokok : 95420059
NIRM : 953123340250093
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : "Analisa Pelaksanaan Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Astra International, HSO Jakarta."

Telah dikaji, diperiksa dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Sarjana pada dengan hasil

Jakarta, Agustus 2001

Panitia Penguji Skripsi :

Nama :

Tanda Tangan

- | | | |
|----------------------------|---------|----------------------|
| 1. DR. Suharto Rahuman, MS | Ketua | : |
| 2. Drs. Soereso | Anggota | : |
| 3. Drs. Fauzi Baisyir, MM | Anggota | : <i>[Signature]</i> |
| 4. | Anggota | : |

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANDY HARSONO
No. Pokok : 95420059
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan, bahwa Skripsi dengan judul "Analisa Pelaksanaan Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Astra International, HSO Jakarta" dibawah bimbingan Drs. Fauzi Basyir, MM benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dari pernyataan ini, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, Agustus 2001



(Andy Harsono)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) di Universitas Darma Persada Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mengadakan beberapa pertimbangan dalam merangkai kata dan mengelola data, disesuaikan dengan kemampuan serta pengetahuan yang ada pada penulis, maka penulis memilih judul : "Analisa Pelaksanaan Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Astra International, HSO Jakarta".

Pada kesempatan ini penulis ingin sekali mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Bapak Drs. Fauzi Basyir, MM selaku pembimbing materi yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk membimbing dan mencahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran-saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. W.D. Sukisman selaku Rektor Universitas Darma Persada Jakarta.
2. Bapak Drs. Shanti Danu selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.
3. Bapak Drs. Fauzi Basyir, MM selaku Pudek II Fakultas Ekonomi sebagai pembimbing materi skripsi dan Bapak Sukardi, SE sebagai pembimbing teknis.
4. Ibu Dra. Eindang Tri Pujiastuti selaku ketua ketua jurusan manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis di Fakultas Ekonomi pada saat kuliah.
6. Bapak pimpinan PT. Astra International, HSO beserta staf dan karyawannya yang telah memberikan kesempatan dan petunjuk-petunjuk dalam memperoleh data yang berguna sekali didalam penyusunan skripsi ini.
7. Keluarga penulis yang telah memberikan dorongan dan bantuan moril dan material hingga terselesainya skripsi ini.
8. Serta juga kepada Yuli tercinta yang telah banyak memberi bantuan moril dan materiil hingga terlaksananya penyusunan skripsi ini.
9. Dan juga tidak lupa terlupakan rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta dan kerabat tercinta.

Besar harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan adik-adik di Fakultas Ekonomi Darma Persada Jakarta pada umumnya.

Jakarta, Agustus 2001

Penulis



(Andy Harsono)



ABSTRAK

- A. Nama : Andy Harsono (95420059/953123340250093)
- B. Judul : Analisa Pelaksanaan Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Pada PT. Astra Internasional, HSO Jakarta.
- C. xii + 58 halaman : 2001
- D. Kata Kunci : Distribusi, Hasil Penjualan, Korelasi, Dealer dan Sub Dealer
- E. Tujuan Penelitian : Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara pelaksanaan, distribusi dengan hasil penjualan yang diharapkan oleh PT. Astra International, HSO Jakarta.
- Metode Penelitian : Dalam pengumpulan data, penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan serta mengadakan penelitian langsung ke PT. Astra International, HSO untuk memperoleh data yang diperlukan.
- Hasil Penelitian : HSO adalah sebagai salah satu divisi PT. Astra International, yang aktivitasnya adalah bergerak dalam bidang penyaluran dan merupakan distribusi atau agen tunggal pemasaran sepeda motor dan suku cadang merk Honda. Hasil dari penelitian yang dilakukan penulis, membuktikan bahwa berdasarkan analisa korelasi maka hubungan antara jumlah distributor dengan tingkat hasil penjualan adalah cukup kuat positif, maksudnya yaitu dengan bertambahnya jumlah

distributor maka tingkat hasil penjualan akan mengalami kenaikan, demikian sebaliknya.

F. Daftar Acuan (1994 – 1998).

G. Ketua Jurusan Manajemen

H. Pembimbing Materi

(Dra. Endang Tri Pujiastuti)

(Drs. Fauzi Basyir, MM)



DATAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv - vi
ABSTRAK	vii - viii
DAFTAR ISI	ix - x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
D. Metode Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian dan Fungsi Pemasaran	10
B. Pengertian dan Fungsi Saluran Distribusi	17
C. Macam-macam Saluran Distribusi	18

D. Pemilihan dan Penentuan Saluran Distribusi	21
E. Peranan Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan	23
BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Riwayat Singkat PT. Astra International, HSO	25
B. Struktur Organisasi	29
C. Aktivitas-aktivitas Perusahaan	32
BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN	
A. Luas Wilayah Pemasaran	35
B. Pelaksanaan Saluran Distribusi PT. Astra International	36
C. Perkembangan Hasil Penjualan	45
D. Permasalahan Yang Dihadapi	52
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	54
B. Saran-saran	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1	: Nilai Penjualan dan Jumlah Distributor tahun 1994 – 1998.....46
Tabel IV.2	: Perbandingan jumlah distributor dengan hasil penjualan sepeda motor tahun 1994 – 1998 ...48
Tabel IV.3	: Lembaran kerja tahun 1994 – 1998.....51



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1 : Struktur Organisasi PT. Astra International, HSO, Jakarta	28
Gambar IV.1 : Bagan Distribusi PT. Astra International, HSO Jakarta	38



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan bisnis sudah sedemikian ketatnya, sehingga tiap perusahaan di tuntut untuk dapat meningkatkan kinerjanya dan mampu bersaing, baik lokal maupun global diantaranya dengan cara memanfaatkan berbagai sumber daya terbatas yang dimilikinya untuk mencapai hasil semaksimal mungkin. Untuk mengetahui seberapa jauh sebuah perusahaan dapat memanfaatkan sumber-sumber terbatas yang dimilikinya terhadap hasil (out put) yang diinginkannya maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Tanpa strategi pemasaran yang tepat sulit kiranya bagi perusahaan yang bersangkutan untuk bertahan hidup dan bersaing.

Perkembangan dalam dunia ilmu pengetahuan dari masa ke masa, membuat berbagai kemajuan disegala bidang. Khususnya bidang teknologi, yang membuat adanya penemuan-penemuan baru, baik dalam peralatan industri itu sendiri maupun dalam proses produksi.

Dengan adanya penemuan alat-alat produksi yang serba modern ini, membawa perusahaan pada keadaan dimana barang-barangnya dapat diproduksi dengan lebih efisien dan efektif serta dapat menghasilkan barang maupun produk dalam jumlah yang diinginkan.

Adanya modernisasi dalam proses produksi ini dapat menimbulkan hasil produksi yang berlebihan, dan dapat mengakibatkan kelebihan penawaran dibandingkan permintaan yang ada.

Dalam rangka menghadapi tahun 2004 (periode pasca GATT), dimana intensitas kompetisi baik tingkat pasar domestik maupun global akan memunculkan pesaing-pesaing baru dalam dunia usaha yang sulit untuk di bendung.

Agar tidak ketinggalan dalam persaingan global, maka setiap perusahaan atau organisasi usaha harus melakukan antisipasi dengan lebih meningkatkan kualitas manajerialnya, yang mencakup kualitas perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan evaluasi aktivitas usahanya. Hal itu selalu harus dilakukan oleh PT. Astra International yang akan penulis riset untuk memahami keadaan perusahaannya saat ini dan untuk memprediksi pengembangan perusahaan pada masa yang akan datang.

Dengan adanya beberapa produk industri sejenis lainnya yang diproduksi dan ditawarkan, sedangkan pasar yang dituju adalah sama, hal ini mengakibatkan para pengusaha dalam bersaing untuk menawarkan produksinya serta berusaha menampilkan produknya akan lebih unggul dibanding produk pesaingannya. Selain menghadapi pesaingannya yang ketat dalam pemasaran produksinya, perusahaan menghadapi pula lingkungan dan permintaan yang selalu berubah. Hal ini

berarti bahwa, bila perusahaan ingin bertahan harus mempelajari perkembangan pasar.

Salah satu pertumbuhan industri yang maju dengan pesatnya akhir-akhir ini yaitu pertumbuhan industri kendaraan bermotor, yang mana dalam proses produksinya menggunakan peralatan dengan teknologi modern.

Salah satu contoh perakitan kendaraan bermotor, khususnya kendaraan bermotor roda dua yang telah didirikan di Indonesia yaitu perakitan sepeda motor merk Honda yang dirakit oleh PT. Federal Motor, yang mana perusahaan tersebut merupakan tempat perakitan sepeda motor yang termodern di Asia Tenggara.

Berkenaan dengan hal tersebut, maka pemasaran sepeda motor merk Honda yang di produksi oleh IPT. Federal Motor di tangani oleh PT. Astra International, Honda Sales Operation.

Adapun produk-produk yang di pasarkan oleh Honda Sales Operation dapat dibagi dalam 3 golongan, yaitu :

1. Type Bebek.
2. Type Bisnis.
3. Type Sport.

Untuk pemasaran sepeda motor, pihak produsen harus dapat mengetahui selera dari para pemakainya, kenikmatan mengendarai, ekonomis, kuat dan tahan lama, yang semua ini merupakan keinginan

bagi para konsumen yang dapat di ketahui melalui penelitian pasar. Di samping itu, dalam usaha menyalurkan barang atau produk ketangan konsumen, perusahaan harus dapat menjamin agar barang sampai tepat pada waktunya serta tempatnya. Hal ini sangat penting untuk diperhatikan, sebab ada suatu kecenderungan bila lembaga perantara atau saluran distribusi tersebut tidak dapat melayani konsumen dengan baik, maka akan mengakibatkan kerugian terhadap perusahaan.

Dengan mengetahui keadaan pasar, dapat diketahui pula kebutuhan, keinginan serta kepuasan konsumen yang menjadi sasarannya. Untuk itu, salah satu kegiatan pemasarannya adalah distribusi, yang diperkirakan dapat mempengaruhi maju mundurnya perusahaan. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tersebar luas, diperlukan saluran distribusi yang efektif. Dan saluran distribusi yang efektif ini, dapat dicapai dengan tanggapan perusahaan sesuai dengan keadaan lingkungan dalam kaitannya dengan kepentingan penyebaran barang. Disamping itu, dalam menyalurkan usaha barang sampai cepat pada waktunya serta tempatnya,

Di sini produsen atau perusahaan menganggap bahwa lembaga perantara merupakan alat pembantu dalam menjual produksinya ketangan konsumen, sedangkan konsumen menganggap bahwa lembaga perantara merupakan lembaga yang menyediakan segala kebutuhannya pada setiap saat dan tempat. Dengan demikian saluran

didistribusi sangat berkaitan dengan kegunaan waktu dan tempat dalam menyebarkan produknya ke pasar, maka produsen memilih saluran distribusi yang sesuai dan tepat dalam rangka penyampaian produk yang dihasilkan. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, maka dengan penulisan skripsi ini penulis memilih judul : **"ANALISA PELAKSANAAN DISTRIBUSI TERHADAP HASIL PENJUALAN PADA PT.ASTRA INTERNATIONAL DI JAKARTA "**.

B. Perumusan Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam melakukan penelitian, maka dibuat perumusan yaitu :

Bagaimanakah pelaksanaan distribusi yang dilakukan perusahaan, dan pengaruhnya terhadap hasil penjualan ?

C. Tujuan dan manfaat penulisan

1. Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah :

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara pelaksanaan distribusi dengan hasil penjualan yang diharapkan oleh PT. Astra International.

2. Manfaat yang ingin dicapai penulis adalah :

Untuk mengetahui tepat atau tidaknya kebijaksanaan perusahaan dalam memilih saluran distribusi dalam usaha meningkatkan hasil penjualan.

D. Metode Penelitian

1. Metode Pengumpulan Data

a. Penelitian Lapangan (Field Research)

Dalam penelitian lapangan, penulis mengadakan peninjauan langsung pada perusahaan PT.Astra International khususnya dibidang pemasaran. Untuk mendapatkan informasi dan data tersebut, penulis melakukan wawancara dengan pimpinan perusahaan.

b. Penelitian Kepustakaan (Library Research)

Dalam penelitian kepustakaan, penulis membaca dan mempelajari buku-buku tentang pemasaran khususnya saluran distribusi dan buku catatan kuliah yang ada hubungannya dengan permasalahan yang penulis bahas serta brosur-brosur, majalah yang penulis peroleh dari perusahaan.

2. Metode Analisa Data

Menurut Anton Dajan (1986 : 1) ada dua macam data dalam penelitian :

a. Data Kuantitatif

Serangkaian observasi atau pengukuran yang dapat dinyatakan dengan angka, untuk metode analisisnya penulis menggunakan analisa koefisien korelasi untuk mengukur hubungan antara dua buah variabel, apakah memiliki hubungan yang kuat atau tidak.

Rumus korelasi :

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Jika : $r = 1$, hubungan x dan y sangat kuat dan positif

$r = 0$, hubungan x dan y lemah sekali (tidak ada)

$r = -1$, hubungan x dan y sangat kuat dan negatif

b. Data Kuantitatif

Serangkaian observasi dimana tiap observasi yang terdapat dalam sampel atau populasi tergolong dalam salah satu kelas-kelas yang saling lepas (mutually) exclusive) dan yang kemungkinannya tidak dapat dinyatakan dengan angka-angka, untuk data kualitatif analisa data yang dilakukan dengan menggunakan metode analisa deskriptif, dimana penulis melakukan penelitian pada data-data yang ada, dengan menganalisa data tersebut menjadi suatu pembahasan yang sistematis.

E. Sistematika Penulisan

Sistematikan penulisan karya tulis atau skripsi ini, penulis akan menguraikan secara singkat yang di bagi dalam 5 bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Untuk memberikan gambaran umum masalah yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, metode penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai pengertian dan fungsi pemasaran, pengertian dan fungsi saluran distribusi, macam-macam saluran distribusi, pemilihan dan penentu saluran distribusi pada perusahaan, peranan distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan.

BAB III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan mengenai riwayat singkat PT. Astra International, HSO, struktur organisasi, aktivitas-aktivitas perusahaan.

BAB IV : ANALISA PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penelitian pada PT. Astra International, HSO yaitu mengenai luas wilayah pemasaran, pelaksanaan saluran distribusi PT. Astra International, HSO. Perkembangan hasil penjualan, permasalahan yang dihadapi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang terakhir yang isinya mengenai kesimpulan dari keseluruhan dari bab sebelumnya berdasarkan analisa dan pembahasan, dan juga berisikan saran-saran yang kiranya dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan.

