

**TINJAUAN STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT.AWS BUKITTINGGI**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen  
Perdagangan (DIII) sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli  
Madya*



Oleh:

**DEBI FITRI WAHYUNI**

**BP/NIM: 2016/14134023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN**

**PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

**2019**

**PERSETUJUAN TUGAS AKHIR**

**TINJAUAN STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT. AWS BUKITTINGGI**

**Nama** : Debi Fitri Wahyuni  
**Nim** : 14134023  
**Program Studi** : Manajemen Perdagangan (DIII)  
**Fakultas** : Ekonomi

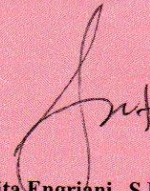
**Padang, Agustus 2019**

**Diketahui Oleh**  
**Koordinator Program Diploma III**  
**Manajemen Perdagangan,**



**Firman, S.E., M.Sc**  
**NIP. 1980020062003121004**

**Disetujui Oleh**  
**Pembimbing Tugas Akhir,**



**Yunita Engriani, S.E, MM**  
**NIP. 19830623 200912 2 003**

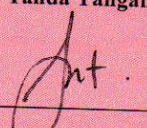
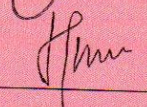
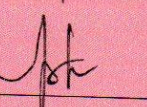
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT.AWS BUKITTINGGI

Nama : Debi Fitri Wahyuni  
NIM/TM : 14134023/2014  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

*Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi  
Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

Padang, Agustus 2019

Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
Yunita Engriani ,SE , MM	(Ketua)	
Firman, SE , M , Sc	(Anggota)	
Astra Prima Budiarti , SE , BBA. Hons ., MM (Anggota)		

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Debi Fitri Wahyuni  
Thn.Masuk/NIM : 2014/14134023  
Tempat/Tgl.Lahir : Bukittinggi,13 Maret 1995  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Keahlian : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl.St.Syahri no 52 A Bukittinggi  
Judul : Tinjauan Strategi Distribusi Pada PT.AWS Bukittinggi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini,serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku

Padang, 01 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



Debi Fitri Wahyuni

## **ABSTRAK**

### **TINJAUAN STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT.AWS BUKITTINGGI**

Oleh :

Debi Fitri Wahyuni

14134023

Salah satu masalah yang ada di bidang pemasaran adalah masalah saluran distribusi. Saluran distribusi mempunyai arti penting untuk mencapai sukses suatu perusahaan dibidang pemasaran. Barang akan sampai ke tangan konsumen melalui saluran distribusi, baik saluran langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini dilakukan di PT.AWS Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi yang efektif yang dipakai oleh perusahaan dan juga hasil dari pelaksanaan saluran distribusi.

Distribusi yang dipakai oleh PT.AWS Bukittinggi ini menggunakan distribusi dari produsen ke pengecer ke konsumen dan dari produsen ke agen ke pengecer ke konsumen hal ini karena menggunakan saluran distribusi ini lebih menguntungkan. Sedangkan dari hasil penjualan dengan meningkatnya presentase diikuti menurunnya volume penjualan mengakibatkan terjadinya penumpukan barang, sehingga untuk meramalkan penjualan ditahun berikutnya akan mengalami kesulitan. Peramalan penjualan yang tidak menentu seperti meramalkan penjualan yang terlalu tinggi risikonya adalah terjadinya penumpukan stok barang yang terlalu tinggi begitu pula sebaliknya peramalan yang terlalu rendah akan berakibat sulitnya perusahaan dalam memenuhi permintaan penjualan karena perusahaan dalam memproduksi barang sesuai dengan target yang telah ditetapkan.

Kata kunci : Strategi Distribusi

## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum, Wr. Wb*

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala keagungan, limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan Laporan Magang ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Madya di Universitas Negeri Padang . Shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta sahabat dan orang-orang yang senantiasa berada di jalan-Nya.

Adapun yang menjadi judul Tugas Akhir ini adalah “ **TINJAUAN STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT.AWS BUKITTINGGI** ”. sebagai syarat yang harus ditempuh dalam menyelesaikan studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, untuk memperoleh gelar Ahli Madya ( A.md.)

Teristimewa penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua , telah menjadi sosok idola dan inspirator dalam hidupku yang tiada henti memberikan do'a, motivasi dan perhatian setiap saat dan yang terus memberikan dorongan kepada ananda untuk tidak putus asa,selalu setia menemani dengan pelukan hangat dan tiap sujudmu selalu kau sebutkan namaku dalam do'a mu. Semoga Allah SWT memberikan hidayah kepada keluarga kita dan senantiasa berada dalam lindungan-Nya.

Selanjutnya dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Efrizal Syofyan , SE, M.Si. CA. Ak, Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Firman, S.E.,M.Sc, Ketua Prodi DIII Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Yunita Engriani, SE,. MM, Pembimbing I yang penuh kesabaran dan bijaksana meluangkan waktu dan tenaganya memberikan pengarahan dan pembelajaran kepada penulis yang terkadang membutuhkan beberapa kali penjelasan hingga penulis mampu untuk memahaminya.
4. Direktur Perusahaan PT.AWS Bukittinggi yang telah memberikan izin dan kepercayaan untuk melaksanakan penelitian.
5. Seluruh dosen, karyawan/ti Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang selama menjalani studi di fakultas ekonomi ini telah banyak membimbing dan membantu penulis dalam hal kegiatan perkuliahan dan akademi.
6. Teman-teman seperjuangan Manajemen Perdagangan yang telah memberikan semangat , keceriaan, dan dukungan selama penyusunan tugas akhir pada perusahaan PT.AWS Bukittinggi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa wujud dari Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, hal ini karena keterbatasan pengetahuan yang ada. Sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk kesempurnaan Tugas

Akhir ini. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan kita, Amin.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb*

Padang, Agustus 2019

Hormat Saya,

Debi Fitri Wahyuni

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	7
1. Manajemen Pemasaran .....	8
2. Bauran Pemasaran .....	9
B. Saluran Distribusi .....	12
1. Pengertian Saluran Distribusi .....	12
2. Fungsi Saluran Distribusi .....	15
3. Bentuk Saluran Distribusi .....	17
4. Penentuan Jumlah Perantara Pada Setiap Saluran .....	23
5. Pengertian Distribusi Fisik .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Bentuk Penelitian .....	31

B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	31
C. Rancangan Penelitian .....	31
1. Jenis Penelitian .....	31
2. Tahapan Penelitian .....	32
3. Objek Penelitian .....	33
4. Data Penelitian .....	33
5. Teknik Pengumpulan Data .....	33

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Profil PT. AWS Bukittinggi .....	36
B. Pembahasan .....	43
1. Saluran Distribusi Langsung .....	43
2. Saluran Distribusi Tidak Langsung .....	44

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	49
B. Saran .....	50

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	47
-----------------------------	----

#### **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Jumlah dan Jenis Tenaga Kerja Perusahaan AWS Bukittinggi .	40
Tabel 4.2 Alat Transportasi PT. AWS Bukittinggi .....	40

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	39
Gambar 4.2 Saluran Distribusi Langsung .....	39
Gambar 4.3 Saluran Distribusi Tidak Langsung .....	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Surat Observasi PT.AWS Bukittinggi

Transkrip Wawancara

Gathering Dealer-Grosir di Balai Sidang Hatta Novotel

Dokumentasi Wawancara

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Suatu perusahaan yang didirikan tentunya mempunyai harapan bahwa kelak di kemudian hari akan mengalami perkembangan yang pesat sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan kesejahteraan karyawan, serta kebutuhan dan keinginan konsumen akan terpenuhi. Namun demikian tidak kurang pula adanya kenyataan dari sekian banyak perusahaan yang sudah didirikan tersebut tidak dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan.

Oleh karena perkembangan jaman dan persaingan, maka keadaan ini akan menyebabkan pentingnya sebuah kebijakan yang berhubungan dengan masalah kegiatan pemasaran, mencakup tentang penetapan strategi pemasaran yang efektif, dimana hal tersebut akan menjadi metode dalam memenangkan suatu persaingan antar perusahaan dan dapat memuaskan kebutuhan konsumen secara menyeluruh, menentukan penetapan harga, menentukan cara promosi dan mendistribusikan hasil produksi hingga sampai kepada konsumen dengan tepat.

Salah satu kegiatan pemasaran yang menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan adalah pendistribusian produk, karena dalam proses pemasaran sendiri dapat di artikan sebagai suatu metode kegiatan yang berfungsi untu menyalurkan aliran barang atau jasa yang akan dipakai dari produsen menuju konsumen. Strategi distribusi yang diterapkan oleh sebuah perusahaan akan sangat

berpengaruh terhadap proses penyampaian produk ke konsumen, sehingga akan membentuk loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

“Pemasaran adalah proses manajemen yang bertanggung jawab untuk mengenali, mengantisipasi dan memuaskan keperluan pelanggan secara menguntungkan .” Menurut Davey dan Jacks (2001;2). Adapun pengertian lain pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Phillip Kotler, 1997:8).

Untuk meningkatkan hasil penjualan produk semakin meningkat, maka diperlukan adanya strategi distribusi yang terus di kembangkan. Distribusi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat, dan saat dibutuhkan). Adapun strategi pemasaran (*marketing mix*) meliputi *product, price, place dan promotion*.

Selain hal tersebut, keputusan mengenai strategi distribusi merupakan salah satu keputusan yang paling kritis yang dihadapi manajemen. Strategi yang dipilih perusahaan sangat mempengaruhi seluruh keputusan pemasaran lainnya. Terlebih lagi, apabila keputusan strategi distribusi perusahaan melibatkan komitmen terhadap perusahaan lain yang relatif lama.

PT.AWS merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang distribusi barang. PT.AWS Bukittinggi memandang kegiatan distribusi merupakan kegiatan yang sangat penting untuk melakukan pemasaran produk guna mencapai keberhasilan penjualan dengan baik. Distribusi memegang peranan yang amat penting dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat. Jadi, saluran distribusi ini tidak hanya berguna bagi perusahaan yang memiliki barang dagangan saja. Masyarakat sebagai konsumen pun turut merasakan pentingnya peranan saluran distribusi yang baik.

Dengan adanya saluran distribusi yang baik, maka dapat menjamin ketersediaan produk yang diperlukan oleh masyarakat. Tanpa adanya distribusi, produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya, dan konsumen pun juga harus bersusah payah untuk mengejar produsen agar dapat menikmati produknya.

Untuk strategi distribusi yang dilakukan oleh PT.AWS Bukittinggi secara keseluruhan belum dapat dikatakan baik, masih kurang dalam melakukan kegiatan pendistribusian karena dipengaruhi banyak faktor dalam pengambilan keputusan menerapkan distribusi. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah kecepatan dan ketepatan dalam menempatkan produk, sehingga produk yang dibutuhkan konsumen yang harusnya datang tepat pada waktunya dengan baik sesuai yang telah di harapkan dapat tertunda dan dikarenakan belum terkoordinasinya jaringan pasar secara optimal. Strategi distribusi selain bertujuan untuk menciptakan nilai tambah produk juga memperlancar arus saluran distribusi.

Keberhasilan suatu perusahaan terletak pada manajemennya, berhasil tidaknya manajemen perusahaan adalah pada laba yang diperoleh, yang mempengaruhi laba antara lain harga jual produk, biaya produksi dalam pemasaran produk serta volume penjualan. Biaya menentukan harga jual untuk mencapai tingkat laba yang dikehendak, harga mempengaruhi volume penjualan dan penjualan langsung mempengaruhi volume produksi dan volume produksi mempengaruhi biaya.

Persaingan yang ketat juga menuntut pemilik perusahaan untuk mengetahui bagaimana penetapan posisinya, menjadi sangat penting jika persaingan menjadi semakin ketat. Dengan demikian maka strategi pemasaran dan menentukan pasar sasaran yang tepat sangat berperan dalam menjaga penetapan posisi produknya, agar mendapat tanggapan yang baik dimata konsumen sehingga mendapat kepercayaan dari konsumen yang menjadi *market leader* dan tertanam di hati konsumen. Perilaku dalam menentukan harga berdasarkan jenis bahan , inovasi produk pada promosi produk, serta pada distribusi.

Dari uraian diatas mengingat arti pentingnya strategi distribusi dalam penyampaian produk kepada konsumen maka penulis tertari untuk menyusun tugas akhir dengan judul “TINJAUAN STRATEGI DITRIBUSI PADA PT.AWS BUKITTINGGI”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Untuk mempermudah dalam memahami masalah yang telah disampaikan, maka dapat dikemukakan permasalahan secara terperinci, sebagai berikut :

1. Pada perusahaan PT.AWS Bukittinggi belum maksimal dalam hal penggunaan strategi distribusinya mengenai strategi distribusi saluran tingkat nol, strategi distribusi saluran tingkat satu, metode distribusi intensif, metode distribusi selektif dan metode distribusi eksklusif.
2. Persaingan produk distribusi antara perusahaan PT.AWS Bukittinggi dengan perusahaan distribusi lainnya semakin ketat.

### **C. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang ada diatas, maka diperlukan adanya batasan masalah untuk menghindari berbagai kesalahan persepsi yang muncul berkaitan dengan penelitian ini. Agar pembahasan menjadi spesifik dan lebih fokus sehingga kesimpulan akan terarah pada aspek yang diteliti. Penelitian ini akan di batasi lebih spesifik lagi mengenai strategi distribusi produk yang diterapkan oleh PT.AWS Bukittinggi yang belum mencapai sasaran.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : Bagaimanakah pelaksanaan strategi distribusi pada PT.AWS Bukittinggi ?

### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi distribusi yang diterapkan oleh PT.AWS Bukittinggi dalam mendistribusikan produknya.

## **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

### 1. Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan, pengalaman dan wawancara secara nyata tentang usaha distribusi serta latihan bagi penulis dalam menerapkan teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan yang akan dimanfaatkan sebagai bekal meniti karir dimasa yang akan datang.

### 2. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan referensi bagi perusahaan dalam menerapkan strategi distribusi yang lebih efektif. Serta memberikan manfaat bagi perusahaan dalam upaya peningkatan pencapaian tujuan perusahaan.

### 3. Universitas Negeri Padang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan kepustakaan dan agar dapat di pergunakan sebagai dasar penelitian selanjutnya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis pada PT. AWS Bukittinggi, dan uraian yang telah penulis kemukakan dimuka terutama hasil penellitian yang berhubungan dengan pemasaran, maka dapatlah diberikan kesimpulan dan saran kiranya dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

#### **A. Kesimpulan**

1. Wilayah pemasaran yang dilakukan oleh PT. AWS bukittinggi dalam mendistribusikan barang adalah Kota Bukittiggi, Solok, Payakumbuh, Batusangkar dan Padang.
2. Saluran distribusi yang digunakan oleh PT.AWS Bukittinggi adalah saluran distribusi langsung dan tidak langsung, Saluran distribusi langsung yang digunakan oleh PT. AWS Bukittinggi adalah pemesanan barang dapat dilakukan lewat telepon, faksimil ataupun SMS dan penjualan langsung kepada konsumen yang dating ketempat penjualan (gudang). Distribusi secara lanusng ini ternyata masih kurang terjadi walaupun potensinya cukup menjanjikan.

Sedangkan yang sering terjadi saluran distribusi tidak langsung, yaitu saluran distribusi yang menggunakan perantara dalam

mendistribusikan barang, perantara tersebut seperti agen, pedagang besar, distributor, dan lain-lain.

## **B. Saran**

Sesuai dengan kesimpulan tersebut diatas, diajukan saran dalam pelaksanaan saluran distribusi PT. AWS Bukittinggi sebagai berikut :

1. Perusahaan sebaiknya meningkatkan saluran distribusi langsung, karena pada umumnya sering ditemukan acara-acara dimasyarakat (rapat, perkawinan, maupun lainnya) yang membutuhkan. Dalam hal ini perusahaan dapat melakukan promosi dalam bentuk pengiriman selebaran ke individu atau lembaga tentang kesiapan memasok barang.
2. Saluran distribusi tidak langsung yang selama ini dinilai sudah lancer agar di pertahankan dan bila mungkin ditingkatkan.
3. Hendaknya PT. AWS Bukittinggi memperhatikan dan mengevaluasi anggota saluran distribusi terhadap para penyalur untuk meningkatkan hubungan dengan para penyalur agar perusahaan mendapat masukan dari penyalur tentang keadaan konsumen apakah konsumen merasa puas dengan produk perusahaan atau sebaliknya

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Davey, Rod dan Jacks, Anthony. (2001). *Marketing*. Jakarta : Gramedia
- Gitosudarmo, Indriyo. (1994). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta
- Griffin, Ricky dan Ebert, Ronald. (2007). *Bisnis*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, (1997 : 531-532). *Manajemen Pemasaran*. Edisi bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.
- Swasta, Basu DH. (1990). *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta : BPFE-Yogyakarta
- William, Zikmud dan Barry, Babin. (2011). *Riset Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat
- Kotler, Philip , (2002), *Manajmen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid Satu dan Empat, Jakarta, prehallindo
- Kotler, Philip, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid Satu dan Dua Prehallindo, Jakarta
- Swastha, Basu, Irawan, (1996), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid satu, Terjemahan Yohanes Lamarto, Erlangga, Jakarta.

[awsbukittinggi.blogspot.co](http://awsbukittinggi.blogspot.co)