

## ABSTRAK

Industri peternakan di Indonesia saat ini sedang mengalami kelesuan. Wabah flu burung yang menyerang hewan ternak sejak Agustus 2003, persaingan yang semakin ketat untuk merebut pangsa pasar yang semakin sedikit mengakibatkan semakin kecilnya peluang usaha bagi para pelaku peternakan. Salah satunya di Bandung Jaya Poultry Shop (*PS*), yang merupakan salah satu pedagang besar (*whole seller*) pakan ternak di Kota Bandung, Jawa Barat. Mayoritas pakan ternak yang dijualnya berasal dari *supplier* di Bogor yaitu PT. Cargill.

Saluran distribusi merupakan suatu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk membantu mendukung pelaksanaan kebijakan produk, harga dan promosi agar lebih efektif sehingga dapat meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan. Dengan kebijakan dan manajemen saluran distribusi yang tepat dapat membantu perusahaan dalam mencapai peningkatan volume penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kebijakan dan tujuan saluran distribusi di Bandung Jaya *PS*, untuk menganalisis saluran distribusi di Bandung Jaya *PS* saat ini, untuk menganalisis volume penjualan pakan ternak merek Cargill di Bandung Jaya *PS* selama 5 tahun terakhir serta untuk menganalisis saluran distribusi yang seharusnya diterapkan oleh Bandung Jaya *PS* supaya volume penjualan pakan ternak merek Cargill meningkat.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif (data mengenai perusahaan dan teori yang berhubungan dengan saluran distribusi) dan data kuantitatif (data mengenai volume penjualan dan data hasil wawancara). Metoda sampling yang digunakan adalah sampling kelompok yang meliputi pedagang besar luar Kota Bandung, pedagang besar Kota Bandung, pengecer dan konsumen langsung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara. Pengolahan data dilakukan dengan statistik deskriptif berupa tabulasi, persentase dan grafik.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kebijakan saluran distribusi yang dilakukan oleh Bandung Jaya *PS* masih belum maksimal. Hal ini terlihat dari hasil wawancara yang menyebutkan bahwa para pelanggan masih kurang puas terhadap beberapa hal yang menyangkut kebijakan saluran distribusi di Bandung Jaya *PS*. Berdasarkan kesimpulan tersebut perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan kualitas pelayanan karyawannya terhadap para pelanggan, mempertimbangkan kembali mengenai kebijakan pemberian kredit, penggantian produk rusak yang lebih tepat waktu dan penggunaan komputerisasi.

## ABSTRACT

Ranch industry in Indonesia in this time is experiencing of debility. Epidemic of Flu bird attacking livestock animal since August 2003, emulation which progressively tighten to grab market compartment which progressively a little a few smaller of opportunity is effort to all perpetrator of ranch. One of them is Bandung Jaya Poultry Shop (PS), representing one of the whole seller livestock food in Bandung, West Java. Majority of livestock food it sold come from supplier in Bogor that is PT. Cargill.

Distribution channel represent an effort by company to assist and support execution of policy of product, promotion and price to be more effective so that can improve sale volume in company. With correct distribution channel management and policy can assist company in reaching the make-up of sale volume.

Intention of this research is to analyse distribution channel target and policy in Bandung Jaya PS, to analyse distribution channel in Bandung Jaya PS in this time, to analyse sale volume of livestock food of Cargill brand in Bandung Jaya PS during 5 the last year and also to analyse distribution channel which ought to be applied by Bandung Jaya PS so that volume sale of brand livestock pakan of Cargill mount.

Data which used in this research is qualitative data ( data concerning theory and company related to distribution channel) and quantitative data ( data concerning sale volume and data result of interview). Sampling method the used is group sampling covering external whole saler in Bandung, whole saler of Town in Bandung, retailer and direct consumer. Data collecting done by using interview. Data processing done with descriptive statistic in the form of is tabulation, percentage and graph.

From result of research can be concluded that policy of distribution channel in Bandung Jaya PS is not maximal. This matter seen from result of interview mentioning that customer still less satisfied to several things which concerning policy of distribution channel in Bandung Jaya PS. Pursuant to conclusion, company must be better in improving a quality of service of its employees to customer, considering again regarding policy of giving of credit, replacement of damage product which more timely and usage of computerization.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	8
1.5 Kerangka Pemikiran .....	8
1.6 Metoda Penelitian .....	12
1.6.1 Tipe Data yang Dibutuhkan .....	12
1.6.2 Metoda Sampling .....	14
1.6.3 Metoda Pengumpulan Data .....	15
1.6.4 Metoda Pengolahan Data .....	16
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	16
1.8 Sistematis Bahasan .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengertian Saluran Pemasaran .....	20

2.2	Bentuk-Bentuk Perantara .....	21
2.3	Tingkat - Tingkat Saluran .....	23
2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perusahaan Dalam Menentukan Saluran Distribusi .....	26
2.4.1	Faktor Pasar .....	26
2.4.2	Faktor Barang .....	27
2.4.3	Faktor Perusahaan .....	29
2.4.4	Faktor Perantara .....	30
2.4.5	Faktor Pesaing .....	31
2.5	Alternatif Saluran Utama .....	31
2.5.1	Jenis Perantara .....	31
2.5.2	Jumlah Perantara .....	32
2.5.3	Syarat dan Tanggung Jawab Anggota Saluran .....	33
2.6	Dinamika Saluran .....	34
2.6.1	Sistem Pemasaran Vertikal .....	34
2.6.2	Sistem Pemasaran Horisontal .....	35
2.6.3	Sistem Pemasaran Multisaluran .....	35
2.7	Manajemen Saluran Distribusi .....	36
2.8	Merencanakan Usaha Baru .....	37
2.8.1	Pertumbuhan Intensif .....	38
2.8.2	Pertumbuhan Integratif .....	40
2.8.3	Pertumbuhan Diversifikasi .....	40

### **BAB III OBJEK PENELITIAN**

3.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	42
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	42
3.1.2	Struktur organisasi .....	45
3.2	Kegiatan Pemasaran Bandung Jaya <i>PS</i> .....	46

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

4.1	Tujuan dan Kebijakan Saluran Distribusi di Bandung Jaya <i>PS</i> ...	56
4.2	Saluran Distribusi di Bandung Jaya <i>PS</i> saat ini .....	64
4.3	Volume Penjualan Pakan Ternak Merek Cargill di Bandung Jaya <i>PS</i> .....	67
4.4	Saluran Distribusi yang seharusnya diterapkan oleh Bandung Jaya <i>PS</i> supaya volume penjualan pakan ternak merek Cargill meningkat .....	80

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	92
5.2	Saran .....	94

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Jumlah Korban Yang Meninggal Akibat Flu Burung .....	2
Tabel 1.2	Tabel Jumlah Kematian Unggas Akibat Adanya Flu Burung Periode Agustus 2003 – Juli 2004 .....	3
Tabel 1.3	Tabel Waktu Penelitian .....	17
Tabel 2.1	Tabel Strategi Ekspansi Produk / Pasar Ansoff .....	39
Tabel 3.1	Tabel Jenis dan Kegunaan Pakan Ternak Yang Dijual Oleh Bandung Jaya <i>PS</i> dari <i>Supplier</i> P.T Cargill .....	46
Tabel 3.2	Tabel Jenis dan Kegunaan Pakan Ternak Yang Dijual Oleh Bandung Jaya <i>PS</i> dari <i>Supplier</i> C.V Missouri .....	47
Tabel 3.3	Tabel Jenis dan Kegunaan Pakan Ternak Yang Dijual Oleh Bandung Jaya <i>PS</i> dari <i>Supplier</i> P.T Charoen Pokphand .....	48
Tabel 3.4	Tabel Jenis dan Kegunaan Pakan Ternak Yang Dijual Oleh Bandung Jaya <i>PS</i> dari <i>Supplier</i> P.T Guyofeed .....	48
Tabel 3.5	Tabel Merek Obat-Obatan dan Kegunaannya dari <i>Supplier</i> P.T Pyridam Veteriner .....	49
Tabel 3.6	Tabel Merek Obat-Obatan dan Kegunaannya dari <i>Supplier</i> P.T Medion .....	49
Tabel 3.7	Tabel Jenis dan Kegunaan Tempat Makan dan Tempat Minum Ayam dari <i>Supplier</i> P.T Medion .....	54
Tabel 3.8	Tabel <i>Supplier</i> untuk <i>D.O.C</i> .....	55

Tabel 4.1	Tabel Kebijakan Harga Produk Merek Cargill Untuk Setiap Jenis Pakan Pada Berbagai Tingkat Saluran .....	58
Tabel 4.2	Tabel Volume Penjualan Pakan Ternak Merek Cargill Jenis <i>BSK</i> , <i>BFK</i> , <i>CB 11</i> , <i>Maxbro</i> , <i>PP 3</i> , <i>SGB S</i> , <i>P 5</i> , dan <i>SD</i> di Bandung Jaya <i>PS</i> Tahun 2002-2006 Triwulan III (dalam zak) .....	68
Tabel 4.3	Tabel Perhitungan Hasil Wawancara Terhadap Pedagang Besar Luar Kota (10 sampel) .....	82
Tabel 4.4	Tabel Perhitungan Hasil Wawancara Terhadap Pedagang Besar Kota Bandung (10 sampel) .....	83
Tabel 4.5	Tabel Perhitungan Hasil Wawancara Terhadap Pengecer (10 sampel) .....	84
Tabel 4.6	Tabel Perhitungan Hasil Wawancara Terhadap Konsumen Langsung (10 sampel) .....	85
Tabel 4.7	Tabel Perhitungan Total Hasil Wawancara Terhadap Pedagang Besar Luar Kota, Pedagang Besar Kota Bandung, Pengecer dan Konsumen Langsung (40 sampel) .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume Penjualan Pakan Ternak Merek Cargill Periode Januari 2002 – September 2006 .....	5
Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran .....	13
Gambar 2.1 Bentuk-Bentuk Perantara .....	21
Gambar 2.2 Saluran Pemasaran Barang Konsumen .....	24
Gambar 2.3 Saluran Pemasaran Barang Industri .....	25
Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Bandung Jaya <i>PS</i> .....	45
Gambar 4.1 Laba yang Diperoleh dari Berbagai Tingkat Saluran dan Wilayah Pendistribusian Produk (dalam satuan zak) .....	60
Gambar 4.2 Peta Saluran Distribusi Pakan Ternak Merek Cargill di Bandung Jaya <i>PS</i> .....	63
Gambar 4.3 Saluran Distribusi Tingkat 0 - Tingkat 2 di Bandung Jaya <i>PS</i> .....	65
Gambar 4.4 Grafik Volume Penjualan Pakan Ternak Merek Cargill Jenis <i>BSK</i> , <i>BFK</i> , <i>CB 11</i> , <i>SGB S</i> , <i>P 5</i> , dan <i>SD</i> di Bandung Jaya <i>PS</i> Pada Tahun 2002-2006 .....	71
Gambar 4.5 Grafik Volume Penjualan Pakan Ternak Merek Cargill Jenis <i>Maxbro</i> dan <i>PP 3</i> di Bandung Jaya <i>PS</i> Pada Tahun 2002-2006 .....	74
Gambar 4.6 Grafik Volume Penjualan Pakan Ternak Merek Cargill di Bandung Jaya <i>PS</i> Pada Tahun 2002-2006 .....	78



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pedoman Wawancara
- Lampiran 2. Gambar Pakan Merek Cargill
- Lampiran 3. Gambar Toko Bandung Jaya *PS*