

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap objek penelitian mengenai “Kajian Pada PT. Daya Adira Mustika: Pendekatan Dengan Saluran Distribusi”, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, kegiatan pendistribusian sepeda motor Honda jika dikaitkan dengan teori-teori dalam kajian pustaka sudah sesuai dengan beberapa teori saluran distribusi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada kesimpulan yang dibuat oleh penulis, sebagai berikut :

1. Bentuk saluran distribusi yang di gunakan oleh PT Daya Adira Mustika adalah menggunakan perantara dealer-dealer Honda yang resmi, dan membangun kerjasama dengan perusahaan *leasing* sebagai penunjang agar unit sepeda motor Honda mudah untuk didapat.
2. PT Daya Adira Mustika menggunakan tingkat saluran distribusi yang sederhana, dimana PT Daya Adira Mustika menyediakan dealer resmi langsung di perusahaannya sehingga konsumen yang sengaja hanya melihat saja dapat langsung memesan di dealer Honda yang ada di Daya Adira Mustika jika tertarik pada unit sepeda motor Honda. PT Daya Adira Mustika juga menggunakan perantara baik perantara resmi seperti dealer-dealer Honda maupun bekerjasama dengan perusahaan *leasing*. Unit sepeda motor Honda berhenti sampai pada perantara-perantara

tersebut karena unit yang telah sampai pada perantara-perantara akan langsung dikirimkan kepada konsumen akhir.

3. Untuk menjangkau konsumen akhir strategi PT Daya Adira Mustika memiliki sekitar 190 dealer-dealer resmi Honda dalam strategi jumlah perantaranya. Strategi ini cukup baik dan sampai saat ini PT Daya Adira Mustika masih dapat mengontrol kegiatan-kegiatan dealer-dealer yang bekerjasama dengan perusahaan.
4. Dalam memberikan layanan kepada konsumennya PT Daya Adira Mustika menyediakan tempat yang memiliki kenyamanan yang cukup baik, dan menyediakan layanan service unit sepeda motor Honda.
5. Evaluasi yang dilakukan oleh PT Daya Adira Mustika dalam pendistribusian sepeda motor dengan cara pengendalian pengiriman dan penerimaan sepeda motor ke dealer-dealer setiap hari yang dilakukan oleh bagian gudang atau penyimpanan unit sepeda motor Honda. Sehingga jika ada kesalahan dalam pengiriman dapat tertangani dengan baik oleh perusahaan.
6. Hampir semua dealer-dealer resmi Honda memiliki rancangan dealer yang sama, sehingga memiliki ciri khas perusahaan sepeda motor Honda dengan menempelkan logo Honda di setiap dealernya. Tujuannya supaya konsumen selalu ingat dengan sepeda motor Honda.

7. PT Daya Adira Mustika menggunakan sistem pemasaran vertical untuk memudahkan kegiatan saluran distribusinya, dimana proses produksi dan pendistribusian sepeda motor Honda terpusat dibawah kepemimpinan tunggal.
8. Kegiatan Supply Chain Management di PT Daya Adira Mustika sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang pendistribusian sepeda motor Honda sangatlah penting, sehingga dalam kegiatan Supply Chain Management mereka bekerjasama dengan bagian-bagian lain untuk membentuk tim sehingga dapat menghasilkan sesuatu barang atau di sini adalah model sepeda motor yang baru yang sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan konsumen saat ini.
9. Penulis juga mencoba untuk mencari perkembangan-perkembangan saluran distribusi untuk mendukung proses saluran distribusi agar dapat berjalan dengan baik, salah satunya perusahaan harus mengembangkan strategi *Physical Distribution Service Strategy*. Di sini perusahaan wajib memberikan layanan yang sangat memuaskan bagi pelangganya. Maksud dari pelayanan bukan pada produk, tetapi layanan pada bisnis distribusi produk agar sampai pada pelanggan. Kegiatan layanan yang ada di PT. Daya Adira Mustika untuk saat ini sudah cukup baik. Yang perlu diperhatikan oleh perusahaan adalah tempat penyimpanan sepeda motor Honda karena dilakukan di tiga tempat yang berbeda.

5.2 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya mengevaluasi enam elemen yang berhubungan dengan kegiatan saluran distribusi, di antaranya: bentuk saluran distribusi, tingkat saluran distribusi, keputusan-keputusan manajemen saluran distribusi, evaluasi yang dilakukan oleh distributor, strategi-strategi jumlah perantara, strategi-strategi penentuan posisi dealer-dealer Honda, dan dinamika saluran penjualan.

Selain itu, peneliti hanya menggunakan satu perusahaan dalam penelitian ini. Penelitian ini dilakukan dengan metode eksploratori sehingga belum ada alat ukur untuk mengukur keefektifan saluran distribusi pemasaran.

5.3 Untuk Penelitian Mendatang

Diharapkan dalam penelitian mendatang, penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dapat mencari alat ukur yang dapat menguji keefektifan saluran distribusi sehingga dapat diketahui apakah kegiatan yang berhubungan dengan saluran distribusi mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis mencoba memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

1. Pada dasarnya kegiatan pendistribusian sepeda motor Honda sudah sesuai dengan teori-teori yang ada. Tetapi untuk melengkapi agar proses distribusi bisa berjalan dengan baik maka perlu mengembangkan strategi-strategi baru supaya proses distribusi dapat lebih efektif lagi untuk meningkatkan loyalitas dealer dan juga kepuasan konsumen.
2. PT Daya Adira Mustika sebaiknya mulai menerapkan strategi Physical Distribution Service untuk memberikan kebutuhan layanan distribusi sepeda motor Honda kepada dealer-dealer yang bekerjasama dengan perusahaan. Layanan-layanan yang perlu dikembangkan diantaranya kehandalan penyimpanan, penunjang inventory saat promosi, ketersediaan barang, konsistensi pengiriman, kondisi barang saat pengiriman, dan yang paling penting dalam proses pendistribusian sepeda motor Honda adalah waktu pengiriman unit sepeda motor Honda.
3. Berdasarkan hasil penelitian penulis, kegiatan-kegiatan yang menyangkut Supply Chain harus lebih diperhatikan, karena kegiatan Supply Chain memerlukan kerjasama dari setiap bagian sehingga dapat berjalan dengan baik.