

**STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT. MADUBARU YOGYAKARTA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Profesi Ahli Madya Pemasaran



Oleh :

Tosan Widodo

11410134013

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIPLOMA III  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA  
2014**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tosan Widodo

NIM : 11410134013

Program Studi : Manajemen Pemasaran DIII

Judul Tugas Akhir : Strategi Distribusi pada PT. Madubaru Yogyakarta

Menyatakan bahwa karya ilmiah ini merupakan hasil kerja sendiri dan sepanjang pengetahuan saya tidak berisi materi yang dipublikasikan atau dipergunakan sebagai persyaratan penyelesaian studi di perguruan tinggi oleh orang lain kecuali pada bagian-bagian tertentu yang saya ambil sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 16 Mei 2014

Yang menyatakan,



(Tosan Widodo)

# STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT. MADUBARU YOGYAKARTA

## TUGAS AKHIR

Telah disetujui dan disahkan

Pada tanggal..5...Mei 2014

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Pemasaran DIII Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

Pemasaran DIII



Farlianto, S.E.

Drs. Nurhadi, M.M.

NIP. 197009252000121001

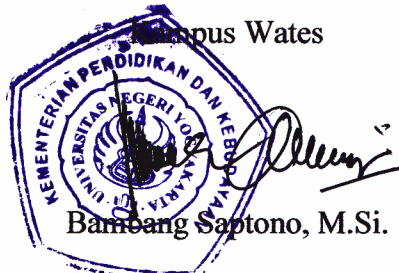
NIP. 195501011981031006

Disahkan Oleh

Ketua Pengelola

Universitas Negeri Yogyakarta

Widyadarmas Wates



Bambang Saptono, M.Si.

NIP. 196107231988031001

**TUGAS AKHIR**

**STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT. MADUBARU YOGYAKARTA**

Disusun oleh :

Tosan Widodo

11410134013

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Tugas Akhir

Program Studi Pemasaran DIII

Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Yogyakarta

Pada tanggal 16 Mei 2014 dan dinyatakan telah memenuhi

syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya Pemasaran

Susunan Tim Penguji

Nama Lengkap

Tanda Tangan

Ketua Merangkap Anggota

Nurhadi, M.M.

.....

Sekretaris Merangkap Anggota

Penny Rahmawaty, M.Si.

.....

Yogyakarta, 12 Juni 2014

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Universitas Negeri Yogyakarta

Kampus Wates

Dekan,

Ketua Pengelola,



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 195503281983031002



Bambang Saptono, M.Si.

NIP. 196107231988031001

## HALAMAN MOTTO

- ❖ *“Dari Abu Hurairah ra, berkata: Rasulullah saw bersabda: Dan barangsiapa yang berjalan di atas suatu jalan untuk menuntut ilmu pengetahuan, Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga. (H.R. Muslim)*
- ❖ *“Kamu sekalian adalah pemimpin dan akan dimintai pertanggung jawabannya mengenai orang yang dipimpinnya. (H.R. Bukhari Muslim).*
- ❖ *Kegagalan bukan berarti kita tidak mampu, yang penting kita telah berbuat untuk mencoba. Kegagalan bukan berarti kita telah kehilangan segalanya, mungkin belum saatnya kita mendapatkan apa yang kita cari. Tapi kegagalan hanyalah kesuksesan yang tertunda. Kegagalan bukan berarti Allah mengabaikan kita, melainkan Allah punya rencana lain yang lebih indah untuk kita.*  
*Karena hidup adalah perjuangan.*  
*Maka setiap perjuangan membutuhkan pengorbanan*  
*Dan akhir dari pengorbanan adalah kebahagiaan*  
*Yang akan kita gapai.*

## PERSEMBAHAN DAN BINGKISAN

*Karya Tulis sederhana ini kupersembahkan kepada:*

- ❖ *Ayah dan Ibu tercinta, terima kasih untuk semua kasih sayang dan do'a serta rasa cinta yang selalu mengharapkan keberhasilan dan kesuksesanku.*

*Karya Tulis sederhana ini kubingkiskan kepada:*

- ❖ *Kakakku dan keponakanku tersayang, selalu menyenandungkan do'a untuk kebahagiaan keluarga kita.*
- ❖ *Sahabat terhebatku Nur Adhitia Hermawan dan Devi Sukohaji. Semua keluarga besar Manajemen Pemasaran DIII angkatan 2011 yang selalu memberikan semangat untukku. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah kalian berikan padaku.*

## **ABSTRAK**

### **STRATEGI DISTRIBUSI PADA PT. MADUBARU YOGYAKARTA**

Oleh :

Tosan Widodo

11410134013

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi distribusi yang diterapkan pada PT. Madubaru Yogyakarta. Dalam hal ini strategi distribusi gula PT. Madubaru Yogyakarta.

Data diperoleh secara langsung dari staf pemasaran dan sales PT. Madubaru Yogyakarta. Cara mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi distribusi yang diterapkan pada PT. Madubaru Yogyakarta adalah sebagai berikut: (1) PT. Madubaru Yogyakarta menggunakan distribusi tidak langsung dengan menggunakan perantara pedagang besar dan pengecer. (2) PT. Madubaru Yogyakarta menggunakan 2 macam saluran distribusi. Untuk Gula Kemasan: Pabrik – Toko/Outlet – Konsumen, dan untuk Gula Bulk (50kg/karung) : Pabrik – Distributor – Grosir – Toko/Outlet – Konsumen.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "*Strategi Distribusi Pada PT. Madubaru Yogyakarta*" disusun untuk memperoleh gelar Ahli Madya Jurusan Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Penyelesaian Tugas Akhir ini berjalan dengan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Bambang Saptono, M.Si., Pengelola Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates.
4. Farlianto, S.E., Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran DIII Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
5. Drs. Nurhadi, M.M., Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
6. Fitria Citra, Staf Pemasaran PT. Madubaru Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian.

7. Seluruh karyawan PT. Madubaru Yogyakarta yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, bantuan, dan masukan selama kegiatan penelitian.
8. Orang tua yang memberikan dukungan dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
9. Sahabatku Nur Adhitia Hermawan dan Devi Sukohaji yang selalu memberikan semangat untukku.
10. Keluarga besar Manajemen Pemasaran DIII angkatan 2011.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembacanya.

Yogyakarta, 16 Mei 2014

Penyusun



Tosan Widodo

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Manfaat Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	7
A. Distribusi .....	7
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Desain Penelitian.....	24
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	24
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	25
D. Metode Pengumpulan Data .....	25
E. Metode Analisis Data .....	26

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Bentuk dan Sejarah Perusahaan .....	27
B. Lokasi Perusahaan.....	29
C. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan .....	30
D. Struktur Organisasi .....	31
E. Tenaga Kerja, Jam Kerja, dan Fasilitas Kesejahteraan .....	38
F. Strategi Distribusi PT. Madubaru Yogyakarta.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA .....	59
LAMPIRAN.....	60

## **DAFTAR TABEL**

1. Pembagian Jam Kerja Khusus Mandor .....	41
2. Biaya Distribusi.....	48
3. Nama Sales dan Wilayah Distribusinya .....	51
4. Armada Truk .....	55

## DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi PT. Madubaru Yogyakarta.....	32
2. Skema Saluran Distribusi Gula PT. Madubaru Yogyakarta .....	43
3. Skema Saluran Distribusi Gula Kemasan PT. Madubaru Yogyakarta .....	44
4. Skema Saluran Distribusi Gula Bulk PT. Madubaru Yogyakarta.....	44

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Pada era globalisasi sekarang ini, segala sesuatu berjalan dan berkembang dengan pesat. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi maka dunia usaha pun berkembang semakin luas, kompleks, dan bervariasi. Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya barang yang ditawarkan baik untuk konsumen industri maupun konsumen akhir. Hal ini akan mendorong tumbuhnya perusahaan yang bergerak dalam bidang ataupun produk sejenis. Akibat perkembangan tersebut maka dapat menyebabkan adanya persaingan yang kompetitif antar perusahaan.

Saat ini banyak produk gula dari berbagai perusahaan atau Pabrik Gula (PG) seluruh Indonesia bermunculan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam menghadapi persaingan perebutan konsumen antar Pabrik Gula (PG), maka PT. Madubaru Yogyakarta perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran. Pemasaran merupakan hal penting bagi suatu perusahaan yang salah satunya adalah kegiatan distribusi. PT. Madubaru Yogyakarta merupakan satu-satunya produsen gula di Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini sudah lama berdiri sejak tahun 1958. Produk PT. Madubaru yaitu gula label MK 1 kg, gula label MK 0,5 kg, gula MK polos 1 kg, gula MK polos 0,5 kg, dan gula

bulk (karungan 50 kg). Dalam kegiatan pemasaran PT. Madubaru Yogyakarta mengerahkan sales-sales. Nantinya sales-sales tersebut diterjunkan ke wilayah-wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mencari toko/outlet baru untuk menjualkan produk gula PT. Madubaru Yogyakarta. Sales-sales tersebut bertanggung jawab untuk setiap wilayah pemasaran dan distribusinya. Tetapi saat ini PT. Madubaru Yogyakarta hanya memiliki sales berjumlah 5 orang sehingga perluasan pasar dan wilayah distribusinya belum bisa dilakukan secara maksimal. Sehingga konsumen sulit untuk mendapatkan produk gula dari PT. Madubaru Yogyakarta.

Saat ini PT. Madubaru Yogyakarta juga hanya mempunyai 5 armada distribusi yaitu 4 truk box dan 2 truk tronton. Sehingga seringkali pelanggan yang berada di kabupaten Kulon Progo mengalami keterlambatan pengiriman gula dari PT. Madubaru Yogyakarta. Hal ini dikarenakan lokasi yang jauh dari pabrik dan terbatasnya jumlah armada yang dimiliki perusahaan. Perusahaan juga mempunyai peraturan bahwa pengiriman gula dapat dilakukan apabila gula mencapai jumlah/order tertentu. Sehingga sering terjadi keterlambatan pengiriman. Contoh : mobil box dengan kapasitas 2 ton dapat melakukan pengiriman apabila mobil tersebut mengirim gula minimal sebanyak 1 ton (untuk mengurangi biaya transportasi). Padahal konsumen menginginkan barang cepat sampai di tangan dan tersedia setiap saat.

Sehingga kemungkinan pelanggan akan mencari gula pesaing sebagai pengganti. Hal ini tentunya akan merugikan perusahaan.

Sebagian besar produsen tidak menjual produknya secara langsung kepada konsumen akhir. Diantara produsen dan konsumen akhir terdapat saluran distribusi. Sehingga PT. Madubaru Yogyakarta menggunakan saluran distribusi atau perantara untuk mempercepat proses pendistribusian produk agar cepat sampai ke tangan konsumen. Dengan menggunakan saluran distribusi yang tepat maka perusahaan dapat menyalurkan produknya sampai ke tangan konsumen dengan lancar karena kesalahan dalam pemakaian saluran distribusi akan memperlambat penyaluran produk kepada konsumen yang membutuhkan. Dengan menggunakan strategi distribusi dan saluran distribusi yang tepat sehingga juga dapat merebut konsumen sebanyak mungkin dan meningkatnya volume penjualan. Terdapat berbagai macam saluran distribusi yang dapat digunakan oleh perusahaan. Tetapi, dengan pemilihan saluran distribusi yang tepat dan efektif maka tujuan perusahaan pun akan tercapai yaitu dengan meningkatnya volume penjualan. Jika tujuan perusahaan itu tercapai maka perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain dan tetap mampu menjaga kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Maka dari itu saluran distribusi merupakan hal yang penting bagi perusahaan dalam usaha untuk memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Pada akhirnya akan

menghasilkan keuntungan maksimal yang diinginkan oleh perusahaan, sehingga target yang diinginkan oleh perusahaan dapat tercapai.

Dari penjelasan di atas, dapat dilihat betapa pentingnya saluran distribusi dalam memasarkan produk. Tanpa saluran distribusi, maka produk tidak akan sampai ketangan konsumen. Distributor-distributor bekerja secara aktif untuk mengusahakan perpindahan bukan hanya secara fisik tetapi dalam arti agar barang-barang dapat dibeli oleh konsumen. Adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut. Kesalahan di dalam memilih saluran distribusi dapat menghambat upaya penyaluran barang yang mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Karena meskipun barang telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi bila saluran distribusinya tidak mempunyai kemampuan atau terhambat maka selera konsumen akan memudar. Penentuan saluran distribusi harus mempertimbangkan distribusi yang sesuai dengan kebijakan perusahaan, untuk itu perusahaan harus melihat saluran yang sesuai dengan barang yang sedang dijual. Untuk itu perusahaan harus memutuskan segmen mana yang ingin dilayani dan saluran distribusi mana yang akan digunakan untuk masing-masing segmen. Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Distribusi pada PT. Madubaru Yogyakarta**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Adapun masalah yang dihadapi oleh PT. Madubaru Yogyakarta yaitu:

1. Terbatasnya jumlah sales sehingga perluasan pasar belum bisa dilakukan secara maksimal.
2. Terbatasnya jumlah armada distribusi PT. Madubaru Yogyakarta.
3. Seringkali pelanggan mengalami keterlambatan pengiriman gula PT. Madubaru Yogyakarta.

## **C. Batasan Masalah**

Penelitian ini mengingat begitu banyaknya permasalahan yang harus dipecahkan maka perlu adanya pembatasan masalah. Penelitian ini agar dapat mencapai sasaran yang diharapkan, permasalahan dibatasi pada “Strategi Distribusi pada PT. Madubaru Yogyakarta”.

## **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, dapat dirumuskan permasalahannya adalah “Bagaimana strategi distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta?”

### **E. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

#### 1. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai kegiatan-kegiatan pemasaran, terutama tentang pelaksanaan saluran distribusi serta sebagai sarana bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat di perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya pada dunia usaha.

#### 2. Bagi PT. Madubaru Yogyakarta

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk lebih meningkatkan strategi distribusi yang digunakan untuk dapat meningkatkan volume penjualan dalam menghadapi persaingan yang ada.

#### 3. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Agar dapat dijadikan bahan referensi atau ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan bagi mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Distribusi**

##### **1. Pengertian Distribusi**

“Distribusi merupakan kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar serta mempermudah penyampaian produk (barang dan jasa) dari produsen kepada konsumen sehingga penggunaannya sesuai (jenis, jumlah, harga, tempat, dan waktu) dengan waktu yang diperlukan”. (Budiarto & Ciptono, 1997:165).

##### **a. Bentuk Distribusi**

Distribusi dapat dibedakan menjadi beberapa macam yaitu:

##### **1) Distribusi Langsung**

Distribusi langsung adalah suatu sistem penyebaran produksi secara langsung dari produsen kepada konsumen.

##### **2) Distribusi Tidak Langsung**

Distribusi tidak langsung adalah suatu sistem distribusi di mana konsumen tidak langsung menerima produk-produk dari produsen.

## b. Fungsi Distribusi

Fungsi distribusi dilakukan oleh badan usaha atau perorangan sejak pengumpulan barang dengan jalan membelinya dari produsen untuk disalurkan ke konsumen, berdasarkan hal tersebut maka fungsi distribusi terbagi atas:

### 1) Fungsi Pertukaran

Kegiatan pemasaran atau jual beli barang atau jasa yang meliputi pembelian, penjualan, dan pengambilan resiko.

### 2) Fungsi Penyediaan Fisik

Berkaitan dengan menyediakan barang dagangan dalam jumlah yang tepat mencakup masalah pengumpulan, penyimpanan, pemilahan, dan pengangkutan.

### 3) Fungsi Penunjang

Merupakan fungsi yang berkaitan dengan upaya memberikan fasilitas kepada fungsi-fungsi lain agar kegiatan distribusi dapat berjalan dengan lancar, fungsi ini meliputi pelayanan, pembelanjaan, penyebaran informasi, dan koordinasi.

## **2. Saluran Distribusi**

Saluran distribusi adalah “Seperangkat unit organisasi (seperti produsen, pedagang besar, dan pengecer) yang melaksanakan semua kegiatan yang diperlukan untuk menyampaikan suatu produk dari penjual kepada pembeli akhir”. (Guiltingan & Paul, 1994:311).

### **a. Fungsi Saluran Distribusi**

Sebuah saluran pemasaran melaksanakan tugas memindahkan barang dari produsen ke konsumen. Hal itu mengatasi kesenjangan waktu, tempat, dan pemilikan yang memisahkan barang dan jasa dari orang-orang yang membutuhkan atau menginginkannya.

Kotler (1997:141) Anggota saluran distribusi melaksanakan sejumlah fungsi utama:

#### **1) Fungsi Informasi**

Pengumpulan dan penyebaran informasi riset pemasaran mengenai pelanggan, pesaing, serta pelaku, dan kekuatan lain yang ada saat ini maupun yang potensial dalam lingkungan pemasaran.

2) Fungsi Promosi

Pengembangan dan penyebaran komunikasi persuasif yang dirancang untuk menarik pelanggan pada penawaran tersebut.

3) Fungsi Negoisasi

Usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan syarat lain sehingga transfer kepemilikan dapat dilakukan.

4) Fungsi Pemesanan

Komunikasi dari para anggota saluran pemasaran ke produsen mengenai minat untuk pembeli.

5) Fungsi Pembiayaan

Perolehan dan pengalokasian dana yang dibutuhkan untuk membiayai persediaan pada berbagai tingkat saluran pemasaran.

6) Pengambilan Risiko

Penanggung risiko yang berhubungan dengan pelaksanaan fungsi saluran pemasaran digunakan.

7) Pemilikan Fisik

Kesinambungan penyimpanan dan pergerakan produk fisik dari bahan mentah sampai ke pelanggan akhir.

8) Pembayaran

Pembeli membayar tagihannya ke penjual lewat bank dan institusi keuangan lainnya.

9) Hak Milik

Transfer kepemilikan sebenarnya dari satu organisasi atau orang ke organisasi atau orang yang lain.

**b. Tingkat-tingkat Saluran Distribusi**

Menurut Kotler (1997:142) tingkat-tingkat saluran distribusi yang digunakan untuk menyalurkan barang konsumsi yaitu :

1) Saluran Nol Tingkat (Saluran Pemasaran Langsung)

Terdiri atas suatu perusahaan manufaktur yang menjual langsung ke pelanggan akhir.

2) Saluran Satu Tingkat

Saluran ini berisi satu perantara penjualan, seperti pengecer.

3) Saluran Dua Tingkat

Saluran dua tingkat berisi dua perantara. Dalam pasar barang konsumsi, mereka umumnya adalah pedagang besar dan pengecer.

#### 4) Saluran Tiga Tingkat

Saluran ini berisi tiga perantara. Misalnya dalam industri pengemasan daging, pedagang besar menjual ke pemborong, yang akan menjualnya ke beberapa pengecer kecil.

### c. Pemilihan Saluran Distribusi

Ada beberapa saluran distribusi yang digunakan perusahaan menurut Kotler (1997:148) adalah sebagai berikut:

#### 1) Distribusi Eksklusif

Mencakup jumlah perantara yang sangat terbatas yang menangani barang atau jasa perusahaan. Ini dilakukan bila produsen ingin mempertahankan pengendalian yang besar terhadap tingkat jasa dan hasil pelayanan yang ditawarkan oleh penjual itu. Biasanya strategi ini mencakup perjanjian eksklusif, yang tidak membolehkan penjual menjual merek-merek saingan.

#### 2) Distribusi Selektif

Mencakup penggunaan lebih dari beberapa tetapi juga kurang dari semua perantara yang bersedia menjual produk

tertentu. Strategi ini digunakan oleh perusahaan mapan dan perusahaan baru yang berusaha mendapatkan distributor. Perusahaan tidak perlu menghabiskan tenaganya di banyak toko, sebaliknya ia dapat mengembangkan hubungan kerja sama yang baik dengan perantara terpilih dan mengharapkan usaha penjualan yang lebih baik dari rata-rata. Distribusi selektif memungkinkan produsen memperoleh cukup banyak cakupan pasar dengan pengendalian yang lebih besar dan biaya yang lebih sedikit daripada distribusi intensif.

### 3) Distribusi Intensif

Dalam strategi distribusi intensif, produsen menempatkan barang dan jasa di sebanyak mungkin toko. Bila konsumen sangat membutuhkan kemudahan lokasi, maka penting sekali untuk menawarkan intensitas distribusi yang lebih besar. Strategi ini biasanya digunakan untuk produk yang mudah ditemui (*convenience items*) seperti produk tembakau, bensin, sabun, makanan ringan, dan permen karet.

#### **d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi**

Oleh karena saluran distribusi seharusnya ditentukan oleh pola pembelian konsumen, sifat dan corak pasar merupakan faktor kunci yang mempengaruhi pemilihan saluran oleh pemimpin perusahaan. Faktor-faktor pertimbangan lain adalah produk yang bersangkutan, perantara dan perusahaan itu sendiri. Pada dasarnya, pada waktu memilih saluran distribusi perusahaan harus berpedoman pada ukuran 3C yaitu *channel control* (pengendalian saluran), *market coverage* (liputan pasar), dan *cost* (biaya) yang cocok dengan taraf pelayanan pembeli.

Dalam rangka memilih saluran distribusi yang akan digunakan, produsen harus mempertimbangkan berbagai faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusi. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi menurut (Stanton, 1996:83) sebagai berikut :

##### 1) Pertimbangan pasar

Mungkin hal yang paling jelas yang perlu dipertimbangkan adalah persoalan apakah dimaksudkan untuk pasar konsumen atau untuk pasar industrial. Jika dimaksudkan untuk para industrial, tentu saja pengecer tidak diikuti

dalam saluran distribusi. Dalam hal ini, variabel pasaran yang perlu dipertimbangkan adalah

a) Jumlah pelanggan potensial.

Dengan adanya pelanggan potensial, yakni mungkin dapat menjadi pelanggan, dalam jumlah relatif sedikit, produsen industri dapat menggunakan tenaga penjualan sendiri untuk menjual langsung kepada konsumen atau pemakai industrial. Jika pelanggan berjumlah banyak, produsen agaknya akan menggunakan jasa perantara. Suatu hal yang sangat bertalian dengan hal ini adalah jumlah jenis industri yang berbeda-beda yang menjadi pembeli produk produsen. Perusahaan yang menjual perlengkapan dan peralatan pemboran kepada industri minyak, menjual langsung kepada pemakai. Sebaliknya, produsen kertas dan hasil kertas, banyak menggunakan jasa-jasa distributor industrial untuk dapat sampai pada industri pemakai yang begitu banyak ragamnya.

b) Kondisi geografis pasaran.

Penjualan langsung kepada industri tekstil atau pakaian jadi dapat terlaksana oleh karena sebagian

besar pembeli terpusat di beberapa daerah geografis saja. Penjual dapat mengadakan cabang-cabang penjualan dalam pasar-pasar yang berpenduduk padat, akan tetapi dalam pasar yang penduduknya kurang padat, digunakan jasa perantara.

c) Besarnya pesanan.

Seorang produsen hasil bahan makanan biasanya akan menjual langsung kepada rantai toko-toko bahan makanan karena besarnya pesanan dan jumlah total transaksi telah membuat saluran ini secara ekonomis sangat menarik. Akan tetapi, agar mencapai toko-toko kecil produsen itu menggunakan jasa pedagang besar.

2) Pertimbangan Produk.

a) Nilai satuan.

Nilai satuan mempengaruhi jumlah dana yang tersedia untuk distribusi. Jadi, makin rendah nilai satuan, makin panjang pula saluran-saluran distribusi. Akan tetapi, jika produk dengan nilai rendah dijual dalam volume besar atau jika dijual bersama dengan

barang jenis lain sebagai pesanan total menjadi besar, maka saluran distribusi yang lebih pendek dapat dipertanggung jawabkan secara ekonomis.

b) Sifat cepat rusak.

Produk yang secara fisik dapat cepat rusak, atau cepat ketinggalan mode harus segera disalurkan. Karena biasanya saluran distribusi juga pendek.

c) Sifat teknik produk.

Suatu produk industri yang bersifat teknis tinggi kebanyakan didistribusikan langsung kepada pemakai industri. Tenaga penjualan produsen harus banyak menyediakan jasa penjual dan purna jual, umumnya pedagang besar tidak dapat melakukan hal ini. Produk konsumen yang bersifat teknis tinggi merupakan suatu tantangan besar bagi usaha distribusi oleh produsennya. Biasanya, produsen tidak dapat menjual langsung kepada konsumen. Produsen berusaha sebanyak mungkin kepada pengecer, akan tetapi servis barang produk itu tetap merupakan masalah.

### 3) Pertimbangan Perantara.

#### a) Jasa-jasa disediakan oleh perantara.

Setiap produsen hendaknya memilih perantara yang mampu menyediakan jasa-jasa pemasaran yang tidak dapat disediakan oleh produsen atau tidak dapat disediakan secara ekonomis.

#### b) Tersedianya perantara yang dikehendaki.

Mungkin sekali perantara yang dikehendaki produsen tidak ada. Mereka mungkin sudah menjual produk pesaing dan tidak ingin menambah jenis barang lain.

#### c) Sikap perantara terhadap kebijakan produsen.

Kadangkala jumlah pilihan saluran distribusi terbatas bagi produsen. Oleh Karena kebijakan pemasaran tidak dapat diterima oleh golongan perantara tertentu. Pengecer atau pedagang besar tertentu umpamanya bersedia menjual suatu produk hanya jika mereka diberi hak jual tunggal (*Exclusive Franchise*) dalam daerah mereka.

#### 4) Pertimbangan Perusahaan.

##### a) Sumber-sumber dana keuangan.

Suatu perusahaan yang kuat secara financial akan kurang membutuhkan perantara dibandingkan dengan perusahaan yang lemah keuangannya. Suatu usaha dengan cukup dana keuangan mengadakan tenaga penjualan sendiri, memberikan kredit atau menyimpan persediaan barang dalam gudang sendiri. Perusahaan yang lemah keuangannya akan merasakan keharusan menggunakan perantara yang menggunakan jasa-jasa ini.

##### b) Kemampuan manajemen pilihan.

Saluran dipengaruhi pengalaman pemasaran dan kemampuan manajemen perusahaan. Banyak perusahaan yang tidak mempunyai pengetahuan pemasaran lebih suka menyerahkan tugas distribusi kepada perantara.

##### c) Keinginan hendak menguasai saluran.

Produsen-produsen tertentu akan lebih baik mengadakan saluran pendek. oleh karena mereka ingin menguasai atau mengontrol distribusi produk mereka,

sekalipun biaya saluran distribusi pendek itu lebih tinggi. Dengan cara mengendalikan saluran distribusi sendiri, produsen dapat menjalankan promosi yang lebih giat dan lebih mampu untuk menguasai segarnya barang dagangan serta penetapan harga eceran.

d) Jasa-jasa yang disediakan oleh penjual.

Seiring keputusan produsen mengenai saluran distribusi dipengaruhi oleh jasa-jasa pemasaran yang dapat mereka berikan yang berkaitan dengan jasa-jasa atau servis yang diminta oleh perantara. Umpamanya sering rantai toko-toko pengecer tidak akan menjajakan suatu produk jika belum ada kepastian akan lakunya barang sebagai hasil kampanye pengiklanan yang gigih oleh produsen.

**e. Alternatif Saluran Distribusi**

Dalam pemilihan alternatif saluran distribusi, produsen harus dapat mengkompromikan beberapa tujuan yang berbeda. Oleh sebab itu, dapat terjadi adanya penggunaan beberapa saluran pada saat yang sama.

Ada dua macam alternatif saluran distribusi yang biasa dipakai yaitu:

1) Saluran Distribusi Barang Konsumsi

a) Produsen – Konsumen

Merupakan bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan paling sederhana, tanpa menggunakan perantara. Produsen dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui pos atau langsung mendatangi rumah konsumen.

b) Produsen – Pengecer – Konsumen

Pengecer langsung melakukan pembelian pada produsen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat langsung melayani konsumen.

c) Produsen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Saluran distribusi semacam ini banyak digunakan oleh produsen dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer.

d) Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Produsen dapat pula memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Produsen menjalankan kegiatan perdagangan besar dalam saluran distribusi yang ada. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

e) Produsen – Agen – Pedagang Besar – Pengecer – Konsumen

Produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil. Agen yang terlibat dalam saluran distribusi ini terutama agen penjualan.

2) Saluran Distribusi Barang Industri

a) Produsen – Pemakai Industri

Saluran distribusi ini dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan kepada pemakai industri relatif cukup besar. Saluran distribusi semacam ini cocok untuk barang-barang industri seperti: lokomotif, kapal, pesawat terbang, dan sebagainya.

b) Produsen – Distributor Industri – Pemakai Industri

Produsen yang dapat menggunakan distributor sebagai penyalurnya antara lain: produsen bahan bangunan, produsen alat-alat untuk pembangunan, produsen alat pendingin udara, dan sebagainya.

c) Produsen – Agen – Pemakai Industri

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Juga perusahaan yang ingin memperkenalkan barang baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru.

d) Produsen – Agen – Distributor Industri – Pemakai Industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara bahwa unit penjualannya terlalu kecil untuk di jual secara langsung.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan pemecahan masalah dengan berdasarkan uraian yang tidak berwujud angka. Pendekatan kualitatif diperoleh antara lain informasi-informasi mengenai PT. Madubaru Yogyakarta, berupa gambaran umum PT. Madubaru Yogyakarta meliputi sejarah berdirinya PT. Madubaru Yogyakarta, struktur organisasi, dan data mengenai strategi distribusi pada PT. Madubaru Yogyakarta.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di PT. Madubaru Yogyakarta yang terletak di Desa Padokan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2014 – 7 Maret 2014.

### **C. Subjek dan Objek Penelitian**

Penelitian ini mengambil subjek dan objek antara lain:

1. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah staf pemasaran dan sales pada PT. Madubaru Yogyakarta.

2. Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari PT. Madubaru Yogyakarta yaitu berhubungan dengan strategi distribusi.

### **D. Metode Pengumpulan Data**

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan metode :

1. Observasi (Pengamatan)

Metode observasi adalah cara pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pengamatan secara cermat sehingga sesuai dengan tujuan penelitian. Kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan distribusi perusahaan dapat diamati melalui metode observasi.

2. Interview (Wawancara)

Wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab dengan pihak perusahaan yaitu manajer dan para staf bagian pemasaran yang menangani kegiatan distribusi dan beberapa pihak lain yang terlibat

dengan kegiatan distribusi perusahaan untuk memperoleh data langsung dari perusahaan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data, catatan, buku, dan laporan-laporan tertulis milik perusahaan yang terdokumentasi. Metode ini dapat diperoleh data tentang sejarah berdirinya perusahaan, usaha, dan kegiatan perusahaan, strategi distribusi yang digunakan perusahaan, serta data lain yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.

## **E. Metode Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi yang terjadi sebenarnya secara konkret dan nyata. Data-data yang diperoleh diuraikan dan dianalisis secara sistematis dan terperinci kemudian disusun kedalam format yang lebih mudah untuk dipahami.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Bentuk dan Sejarah Perusahaan**

Pabrik gula yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta sebenarnya sudah ada sejak jaman Hindia Belanda, pada waktu itu terdapat 17 pabrik gula antara lain: PG Pandakan, PG Ganjuran, PG Gesikan, PG Kedaton, PG Mlati, PG Cebongan, dan PG Medari. Semua pabrik gula tersebut diusahakan oleh pemerintah Hindia Belanda.

Setelah masuknya Jepang ke wilayah Indonesia pada tahun 1942 seluruh pabrik yang ada dikuasai oleh pemerintah Jepang, Tetapi karena situasi dalam keadaan perang tidak dapat diusahakan dengan sepenuhnya dari 17 pabrik yang ada hanya 12 yang pabrik memproduksi. Keadaan seperti ini berlangsung hingga proklamasi kemerdekaan RI, sejak itu semua pabrik dikuasai kembali oleh pemerintah RI walaupun semua pabrik dalam keadaan tinggal puing-puing karena setelah dibumi hanguskan oleh Jepang.

Setelah pemerintahan berjalan normal kembali Sri Sultan Hamengkubuwono IX memprakarsai kembali pembangunan pabrik gula dengan tujuan antara lain:

1. Untuk menampung kembali buruh yang telah kehilangan pekerjaan.
2. Menambah kesejahteraan dan kemakmuran rakyat.
3. Menambah pendapatan pemerintah pusat dan daerah.

Lokasi pembangunan pabrik gula tersebut berada di Desa Tirtonirmolo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pembangunan dimulai pada tanggal 14 Juli 1955 dan diresmikan oleh Presiden Soekarno pada tanggal 29 Juli 1958 sejak itu pabrik gula tersebut mulai beroperasi.

Status perusahaannya adalah Perseroan Terbatas (PT) PT. Madubaru. Saham perusahaan tersebut 75% dibeli oleh Sri Sultan Hamengkubuwono IX sedangkan 25% saham dimiliki oleh Pemerintah RI. Unit-unit usahanya adalah pabrik gula dan pabrik alkohol spiritus Madukismo. Manajemen perusahaan dikelola oleh PT. Rajawali Nusantara Indonesia (BUMN di lingkungan DEPKU) dengan kontrak awal hingga 10 tahun, pada kontrak kedua dilakukan pada tanggal 1 April 1994 hingga 31 Maret 2004 sekarang PG. Madubaru masih dikelola oleh PT. Rajawali Nusantara Indonesia, tetapi kepemilikan saham sekarang 65% dimiliki oleh pihak Sri Sultan Hamengkubuwono X dan 35% milik pemerintah RI.

Jenis tebu yang dipakai sebagai bahan baku adalah jenis BZ 132, PS 56, PS 58 dan PS 30 sebelumnya bahan baku diusahakan sendiri oleh perusahaan namun setelah dikeluarkan INPRES NO. 9 Tahun 1975 maka bahan baku disediakan oleh petani Tebu Rakyat Intesif (TRI). Jumlah tebu yang tersedia saat ini mencapai sekitar 500.000 ton dengan luas areal tanaman berkisar 6.000-7.000 ha yang tersebar di wilayah Kabupaten Bantul, Sleman, Kulon Progo, Purworejo, dan Magelang. Adapun kapasitas tebu yang diolah saat ini adalah sekitar 3500 ton/hari.

Produk utama yang dihasilkan adalah gula SHS (Superior Head Sugar) IA dengan jumlah produksi berkisar antara 35.000-40.000 ton/tahun. Produk tersebut sekarang telah diganti dengan Gula Kristal Putih (GKP) I, produk sampingan yang dihasilkan adalah alkohol murni (kadar 95%) dan spiritus bakar (kadar 94%).

## **B. Lokasi Perusahaan**

Lokasi pabrik gula dan spiritus Madukismo terletak di jalan yang dahulunya juga digunakan untuk pabrik gula Padokan, Kelurahan Tirtonirmolo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kurang lebih 5 km disebelah selatan kota Yogyakarta, penentuan ini didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut :

### **1. Bahan Baku**

Areal penanaman tebu meliputi Kabupaten Bantul, Sleman, Kulon Progo, Purworejo, dan Magelang.

### **2. Transportasi**

Lokasi pabrik yang dekat dengan kota sehingga mempermudah distribusi.

### **3. Tenaga Kerja**

Sebagian besar karyawan PG. Madukismo merupakan karyawan musiman yang berasal dari penduduk sekitar.

## **C. Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan**

### **1. Visi**

PT. Madubaru menjadi perusahaan Agro Industri yang unggul di Indonesia dengan petani sebagai mitra sejati.

### **2. Misi**

- a. Menghasilkan gula dan *etanol* yang berkualitas untuk memenuhi permintaan masyarakat dan industri di Indonesia.
- b. Menghasilkan produk dengan memanfaatkan teknologi maju yang ramah lingkungan, dikelola secara profesional, dan inovatif, memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan, serta mengutamakan kemitraan dengan petani.

- c. Mengembangkan produk/bisnis yang mendukung bisnis inti.
- d. Menempatkan karyawan dan *stake holders* lainnya sebagai bagian terpenting dalam proses penciptaan keunggulan perusahaan dan pencapaian *stake holder values*.

### 3. Tujuan

Menumbuhkembangkan PT. Madubaru melalui :

- a. Pertumbuhan *profit* yang berkelanjutan.
- b. Jumlah unit usaha atau jenis produk (*product overing*) bertambah.
- c. Meningkatkan manfaat perusahaan bagi *stake holder*.

Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, PT. Madubaru melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut :

- a. Berusaha dalam bidang perkebunan tebu.
- b. Berusaha dalam bidang industri pembuatan gula.
- c. Berusaha dalam bidang perdagangan hasil industri gula termasuk untuk kawasan lokal, maupun ekspor.

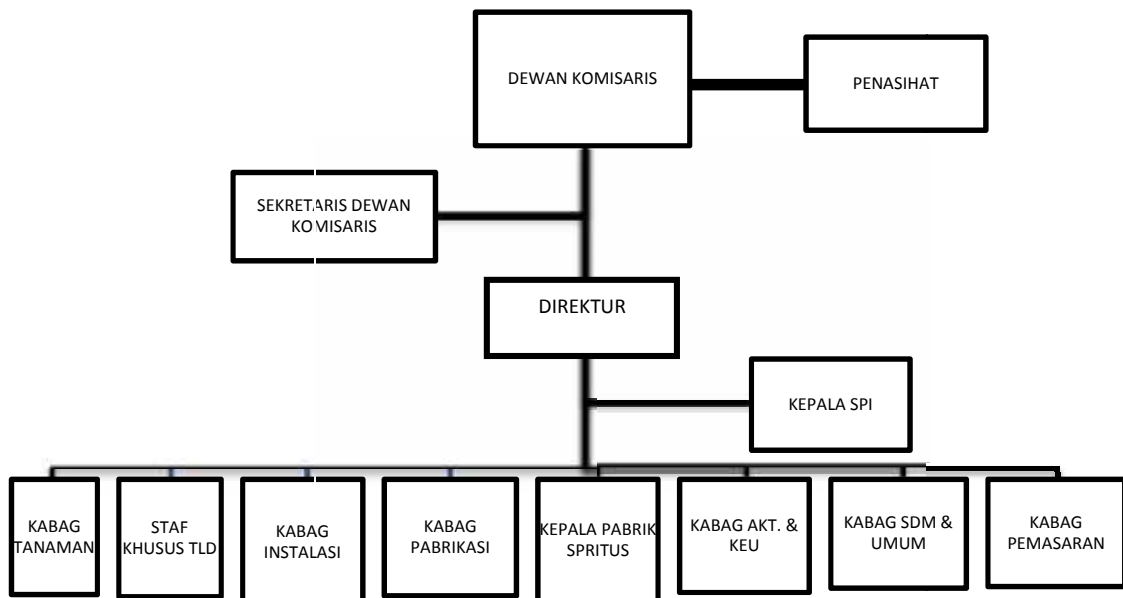
### D. Struktur Organisasi

PT. Madubaru mempunyai susunan organisasi yang dipimpin oleh Administratur. Dalam menjalankan tugasnya administratur dibantu oleh kepala-kepala bagian yang terdiri dari kepala bagian keuangan, umum, tanaman, instalasi dan pabrikasi. Administrasi juga membawahi staf secara langsung.

Kepala-kepala bagian membawahi kepala sub bagian dan atau kepala seksi. Masing-masing kepala seksi membawahi sub seksi, setiap sub bagian dan seksi mempunyai tugas dan wewenang yang telah ditetapkan oleh direksi.

**1. Susunan Pengurus saat ini sebagai berikut :**

- a. Komisaris Utama : GKR Pembayun
- b. Komisaris : Drs. H. Sumargono Kusumodiningrat  
: Ir. Agus Purnomo, M.Si
- c. Direktur : Ir. Rahmad Edi Cahyono, M.Si



Gambar 1. Struktur Organisasi di PT. Madubaru Yogyakarta

## **2. Tugas dan tanggung jawab masing-masing pengurus**

Setiap perangkat perusahaan memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Berikut adalah tugas dan tanggung jawab masing-masing:

### **a. Direktur**

Direktur memiliki fungsi sebagai pengelola perusahaan untuk melaksanakan kebijakan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Berikut ini adalah tugas dari Direktur :

1. Merumuskan tujuan perusahaan.
2. Menetapkan strategi untuk mencapai tujuan perusahaan.
3. Menyusun rencana jangka panjang.
4. Menetapkan kebijakan-kebijakan dan pedoman-pedoman penyusunan anggaran tahunan.
5. Menetapkan rancangan Rapat Umum Pemegang Saham.
6. Melakukan manajemen yang meliputi keseluruhan kegiatan termasuk keputusan dan kebijakan yang telah ditetapkan oleh Dewan Direksi.
7. Bertanggung jawab kepada direksi dan semua faktor produksi.
8. Mengevaluasi hasil kerja pabrik setiap tahunnya.

**b. Satuan Pengawasan Intern (SPI)**

Tugas dari Satuan Pengawas Intern adalah sebagai berikut :

1. Melakukan pengawasan melalui kegiatan audit, konsultasi, dan pembinaan terhadap semua kegiatan dan fungsi organisasi.
2. Melakukan pengawasan atas pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan atas persetujuan Direktur.
3. Melakukan audit investigasi terhadap aspek penuh dan bebas ke seluruh fungsi, catatan, dokumen, aset, dan karyawan.
4. Melakukan penugasan memiliki aspek penuh dan bebas keseluruhan fungsi, catatan, dokumen, aset, dan karyawan.
5. Mengalokasikan sumber daya dan menentukan lingkup kerja serta menerapkan teknik-teknik audit.
6. Memperoleh bantuan kerjasama dari personil di unit-unit perusahaan pada saat melakukan pengawasan juga jasa-jasa khusus lainnya dari dalam maupun luar perusahaan.
7. Menjadi counterpart bagi auditor eksternal dalam pelaksanaan tugasnya.

### **c. Kepala Bagian Tanaman**

Kepala Bagian Tanaman memiliki fungsi untuk membantu General Manager dalam melaksanakan kebijakan Direksi dalam bidang-bidang berikut :

1. Penanaman dan penyediaan bibit tebu.
2. Pemasukan areal Tebu Rakyat Intensifikasi (TRI).
3. Penyuluhan teknis penanaman tebu.
4. Rencana terbang dan angkutan tebu.
5. Kegiatan lain yang menyangkut penyediaan *supply* bahan baku berupa tebu.
6. Memimpin seksi-seksi yang berada dalam bagiannya guna mencapai tujuan dan sasaran yang ditetapkan perusahaan.

### **d. Kepala Bagian Instalasi**

Tugas dari Kepala Bagian Instalasi adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab kepada Direktur di bidang instalasi atau mesin.
2. Mengkoordinir dan memimpin semua kegiatan di bidang instalasi.

3. Meningkatkan efisiensi kerja alat produksi untuk kelangsungan proses.

**e. Kepala Bagian Pabrikasi**

Tugas dari Kepala Bagian Pabrikasi adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab kepada Direktur di bidang pabrikasi.
2. Mengkoordinir dan memimpin semua kegiatan di bagian pabrikasi.
3. Meningkatkan efisiensi proses dan menjaga kualitas produk (gula).

**f. Kepala Bagian Pemasaran**

Tugas dari Kepala Bagian Pemasaran adalah sebagai berikut:

1. Menyusun strategi pemasaran.
2. Mengusahakan pengembangan pasar untuk produk-produk PT. Madu Baru.
3. Mengadakan perbaikan sistem pemasaran.
4. Menilai prestasi kerja staff pemasaran.

5. Merencanakan dan mengawasi pengiriman barang dan proses penagihan.

**g. Kepala Bagian Akuntansi dan Keuangan**

Tugas Kepala Bagian Akuntansi dan Keuangan adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab di bagian tata usaha, keuangan, dan pengadaan barang perusahaan.
2. Mengkoordinir dan memimpin kegiatan di bidang keuangan, anggaran, biaya produksi, kegiatan pembelian dan penjualan.
3. Mengkoordinir administrasi tebu rakyat dan timbangan tebu.
4. Mengawasi hasil produksi di gudang gula.

**h. Kepala Bagian Sumber Daya Manusia (SDM) dan Umum**

Tugas Kepala Bagian Sumber Daya Manusia dan Umum adalah sebagai berikut:

1. Bertanggung jawab di bagian tata usaha dan personalia.
2. Mengkoordinasi dan memimpin kegiatan pengolahan tenaga kerja dan kesehatan karyawan.
3. Mengkoordinir kegiatan pendidikan bagi karyawan.

4. Bertanggung jawab pada kegiatan-kegiatan umum, seperti pengaturan dan penggunaan kendaraan dan koordinasi keamanan perusahaan.

**i. Kepala Bagian Pabrik Spiritus/Alkohol**

Tugas dari Kepala Bagian Pabrik Spiritus/Alkohol adalah sebagai berikut:

1. Mengkoordinir kegiatan produksi spiritus dan alkohol.
2. Melakukan evaluasi terhadap konsentrasi spiritus dan alkohol yang diinginkan pasar.

**E. Tenaga Kerja, Jam Kerja, dan Fasilitas Kesejahteraan**

**1. Tenaga Kerja**

Dalam jangka waktu 1 tahun, PT. Madubaru mempunyai aktivitas giling (produksi) rata-rata selama 5 bulan. Hal ini menyebabkan para karyawan harus dibagi menjadi 2 bagian, yaitu karyawan musim giling dan karyawan luar musim giling.

Menurut perjanjian kerja, buruh atau karyawan PT. Madubaru dibagi atas :

**a. Karyawan Luar Musim Giling :**

**1) Pegawai Non CAO (Staf)**

Karyawan staf diikat dengan perjanjian kerja secara perorangan, statusnya adalah pegawai tetap. Pegawai staf dibagi menjadi 2 yaitu :

- a) Pimpinan Tata Usaha (Pimpinan, Kepala Bagian TKU).
- b) Pabrik (Kabag pabrik, *Employee* pabrik, Masinis I, II, dan III).

**2) Karyawan Ex CAO (Tetap)**

Karyawan diikat oleh suatu perjanjian secarta kolektif dan statusnya hampir sama dengan pegawai non CAO (staf).

**b. Karyawan Musim Giling**

**1) Pegawai Musiman (Kontrak)**

Karyawan diikat dengan suatu perjanjian khusus dengan syarat-syarat tertentu dan statusnya adalah tidak tetap. Karyawan bekerja hanya pada saat musim giling, jumlahnya tidak tetap, tergantung kebutuhan produksi yang dilaksanakan.

**2) Pegawai Borongan**

Dalam hal ini diatur dengan perjanjian khusus dengan syarat-syarat tertentu dan statusnya tidak tetap. Karyawan bekerja apabila perusahaan memerlukan tenaga mereka. Tetapi jika tidak

diperlukan dapat diberhentikan sewaktu-waktu dan boleh melamar lagi jika perusahaan membutuhkan.

## **2. Jam Kerja**

PT. Madubaru memberlakukan jam kerja. Ada 2 macam jam kerja karyawan.

### **a. Untuk bagian bukan pabrik**

Senin – Kamis

Jam kerja            06.30 – 11.30

Jam istirahat        11.30 – 12.30

Jam kerja            13.00 – 15.00

Jumat – Sabtu

Jam kerja            06.30 – 11.30

Minggu dan hari besar lainnya libur

### **b. Untuk karyawan dalam pabrik**

Shift I                jam kerja 06.00 – 13.45

Shift II                jam kerja 14.00 – 21.45

Shift III                jam kerja 22.00 – 05.45

Pada musim giling, PG. Madukismo beroperasi selama 24 jam dengan pembagian tiga shift kerja untuk karyawan bagian pabrikasi.

Tabel 1. Pembagian Jam Kerja Khusus Mandor untuk tiap shift

Jadwal jam kerja khusus Mandor Shift	Jam Mulai	Jam Selesai
Pagi	05.30 WIB	13.30 WIB
Siang	13.30 WIB	21.30 WIB
Malam	21.30 WIB	05.30 WIB

### 3. Fasilitas untuk Kesejahteraan Karyawan

#### a. Fasilitas Pengobatan dan Perawatan

Untuk karyawan staf beserta keluarganya (istri/suami dan anak), biaya pengobatan ditanggung sepenuhnya oleh perusahaan, dan diberi keistimewaan tersendiri.

Untuk karyawan tetap (biasa) diberi pelayanan yang sama dengan karyawan staf, namun tidak ada hak-hak istimewa, untuk karyawan kontrak kerja musiman, diberikan hanya untuk dirinya sendiri selama menjalankan tugas kerjanya.

#### b. Fasilitas Perumahan

Pemberian rumah dinas berdasarkan kebijaksanaan pimpinan perusahaan, diberikan kepada staf dan karyawan tetap dengan ketentuan

didiami selama menjalankan tugas (dinas) dan segera dikembalikan jika telah memasuki masa pensiun.

**c. Pendidikan dan Pengajaran**

PT. Madubaru memiliki sekolah (Taman Kanak-kanak) yang diperlukan anak-anak para karyawan yang dikelola dan dibina oleh perusahaan.

**d. Pakaian Dinas**

Untuk karyawan staf dan karyawan tetap diberikan pakaian dinas untuk tiap tahunnya dengan jumlah tertentu, sedangkan untuk karyawan operator produksi mendapatkan pakaian berupa kaos seragam tiap tahun namun tidak tentu.

**e. Pensiun**

Yang berhak mendapatkan pensiunan adalah karyawan tetap (Staf dan Ex CAO) yang besarnya diatur oleh peraturan khusus dengan dasar pemberian uang pensiun jika berusia di atas 50 tahun, dan sudah bekerja untuk perusahaan sedikitnya 20 tahun.

**f. Fasilitas Lain**

Fasilitas yang lain berupa adanya angkutan bus sekolah khusus untuk anak-anak karyawan PT. Madubaru, rekreasi bagi keluarga dalam tiap tahun, jatah susu, jatah pembelian gula sebesar harga pokok dengan jumlah yang dibatasi.

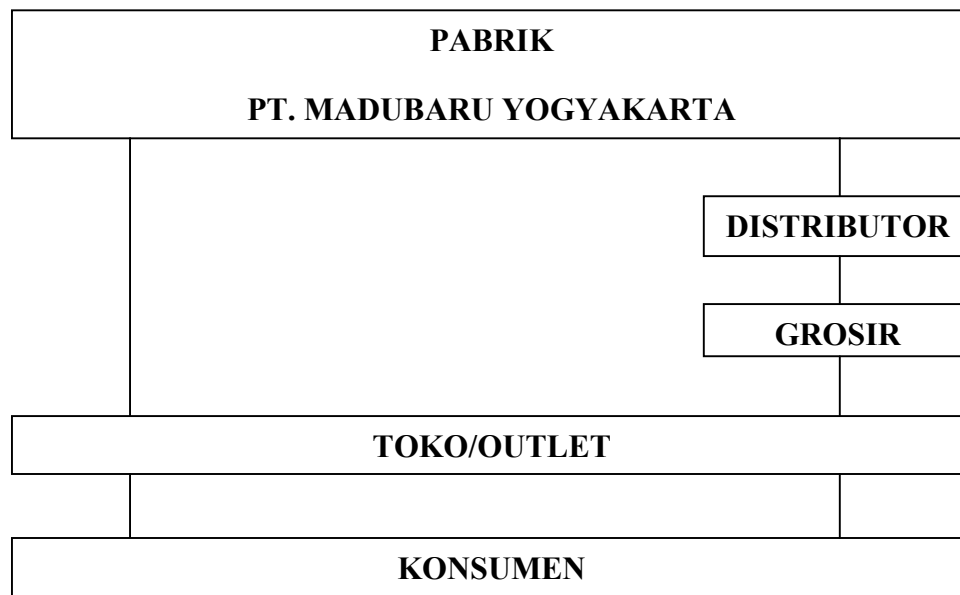
## **F. Strategi Distribusi PT. Madubaru Yogyakarta**

### **1. Strategi Distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta**

PT. Madubaru Yogyakarta dalam menjual produk yang dihasilkan menggunakan distribusi tidak langsung dengan menggunakan perantara pedagang besar dan pengecer. Strategi distribusi ini digunakan agar produk yang dihasilkan cepat sampai di tangan konsumen, sehingga kebutuhan konsumen akan gula cepat terpenuhi.

### **2. Saluran Distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta**

Untuk lebih mengetahui sistem pendistribusian produk gula ke konsumen, lihat skema berikut ini :



Gambar 2 : Skema Saluran Distribusi Gula PT. Madubaru Yogyakarta

Sumber : PT. Madubaru Yogyakarta

**a. Gula Kemasan**

Gambar 3 : Skema Saluran Distribusi Gula Kemasan PT. Madubaru Yogyakarta

Sumber : PT. Madubaru Yogyakarta

Proses pelaksanaan saluran distribusi di atas digunakan PT. Madubaru Yogyakarta khusus produk gula kemasan untuk memenuhi kebutuhan toko/outlet.

**b. Gula Bulk (50kg/karung)**

Gambar 4 : Skema Saluran Distribusi Gula Bulk PT. Madubaru Yogyakarta

Sumber : PT. Madubaru Yogyakarta

Produk Gula Bulk (karungan 50 kg) dari PT. Madubaru dipasarkan kepada para pedagang besar/distributor. Untuk gula bulk/curah, pihak pemasaran dan pembeli dapat melakukan tawar-menawar terlebih dahulu.

Setelah diperoleh kesepakatan harga, selanjutnya dibuat kontrak jual-beli gula, kemudian setelah persyaratan kontrak saling terpenuhi, gula dapat diambil sendiri oleh pembeli atau dikirim oleh PT. Madubaru.

**3. Keuntungan dari penggunaan saluran distribusi tidak langsung antara lain:**

- a. Penetrasi pasar cepat sehingga volume penjualan perusahaan meningkat. Meningkatnya volume penjualan sekaligus dapat menghasilkan keuntungan yang besar bagi perusahaan.
- b. Daya serap konsumen tinggi, sehingga secara tidak langsung berpengaruh terhadap *brand image* perusahaan.
- c. Perusahaan dapat memonitor penyalur per wilayah dengan jelas, selain itu target penjualan per wilayah juga di monitor dengan cepat.
- d. Dengan digunakannya perantara dapat membantu perusahaan dalam mencari kegiatan promosi.
- e. Konsumen akan cepat terpenuhi, karena berada pada tempat penyalur. Konsumen tidak perlu datang ke perusahaan kalau ingin membeli produk gula tersebut.

Kelemahan saluran distribusi tidak langsung ini adalah harga gula menjadi lebih mahal karena ada unsur laba yang diambil oleh perantara.

#### **4. Faktor–faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi PT.**

##### **Madubaru Yogyakarta**

##### a. Distribusi Intensif

PT. Madubaru Yogyakarta berusaha menempatkan produk gula MK di sebanyak mungkin toko/outlet. Sehingga konsumen lebih mudah mendapatkan produk gula MK.

##### b. Pertimbangan perusahaan

##### 1) Sumber-sumber dana keuangan.

PT. Madubaru Yogyakarta harus menggunakan perantara karena perusahaan lemah secara keuangannya. Perusahaan kekurangan dana untuk pemasaran langsung kepada konsumen

#### **5. Sistem Pemesanan dan Penjualan**

Pembelian/pemesanan gula pasir di PT. Madubaru dapat menggunakan beberapa cara, antara lain :

- a. Konsumen/pembeli datang langsung ke pabrik (ke bagian pemasaran).
- b. Pembelian lewat telepon, email atau sms.
- c. Pembelian melalui sales.

Pembeli yang akan membeli gula pasir di PT. Madubaru harus membuat *Purchase Order*, yaitu surat yang berisi permintaan/pembelian sejumlah gula pasir. Untuk pembelian yang dilakukan melalui telepon,

*Purchase Order* (PO) dapat dikirim melalui email atau fax. *Purchase Order* yang kuantumnya melebihi 1.000 kg perlu dilengkapi dengan kontrak (*Sales Contract*).

## 6. Biaya Distribusi

Dalam pemasaran gula pasir ke konsumen perlu dihitung biaya angkut gula sehingga biaya-biaya tersebut dapat digunakan dalam penentuan harga jual gula. Gula pasir yang dikirim oleh PT. Madubaru mempunyai *Lead Time* atau waktu tunggu. Hal ini dikarenakan PG mempunyai aturan bahwa pengiriman gula dapat dilakukan apabila gula mencapai jumlah/order tertentu. Sehingga sering terjadi keterlambatan pengiriman. Contoh : mobil box dengan kapasitas 2 ton dapat melakukan pengiriman apabila mobil tersebut mengirim gula minimal sebanyak 1 ton (untuk mengurangi biaya transportasi). Apabila gula dikirim oleh PG, pada radius <30 km, PT. Madubaru tidak mengenakan biaya transportasi, sedangkan pada radius >30km, PT. Madubaru mengenakan biaya transportasi. Pengiriman paling jauh Jawa Barat (Cirebon), dan pengiriman jauh Jawa Timur (Madiun).

Tabel 2. Biaya distribusi

No	Kota Tujuan	Minimal Order	Rp/Kg
1.	Kebumen	2,5 ton	100
2.	Klaten dan Magelang	1,5 ton	75
3.	Ngawi	2,5 ton	75
4.	Purwokerto	3 ton	100
5.	Purworejo	2 ton	75
6.	Semarang, Ambarawa, dan Salatiga	3 ton	100
7.	Solo	3 ton	75
8.	Wonosari	1,25 ton	100
9.	Wonosobo	3 ton	100

Kebijakan minimal order mempunyai dampak terjadinya kelangkaan gula MK dari PT. Madubaru Yogyakarta. Pelanggan kecewa karena terjadinya keterlambatan pengiriman. Hal tersebut dikarenakan perusahaan mempunyai aturan bahwa pengiriman gula dapat dilakukan apabila gula mencapai jumlah/order tertentu. Sehingga pelanggan mencari gula pesaing sebagai pengganti. Hal ini tentunya akan merugikan perusahaan jika tidak segera dicarikan solusinya.

### **Biaya operasional pengiriman gula kemasan kiloan**

Dengan rincian sebagai berikut :

- a. Biaya tenaga bongkar muatan
- b. Biaya tenaga bongkar muatan gula tukar guling
- c. Biaya operasional pengiriman
- d. Parkir, masuk tol, ijin jalan

### **7. Prosedur Pengiriman**

- a. Sales meneliti kebenaran *Purchase Order*.
- b. Sales menginput data untuk membuat Surat *Delivery Order*.

*Delivery Order* (4 lembar) :

- 1) Lembar 1 Faktur Penjualan untuk bagian akuntansi dan bagian penagihan).
  - 2) Lembar 2 untuk ATR.
  - 3) Lembar 3 untuk Gudang gula.
  - 4) Lembar 4 untuk UPGK (Unit Pengemasan Gula Kemasan).
- c. Sales ke ATR untuk menyerahkan lembar ke 2 *Delivery Order*.
  - d. Sales ke Gudang 1 untuk menyerahkan lembar ke 3.
  - e. Sales beserta armada ke Gudang Gula Kemasan untuk menyerahkan lembar ke 4 dan mengambil gula kemasan yang akan didistribusikan.
  - f. Sales beserta armada ke penimbangan.

- g. Sales beserta armada ke pos satpam untuk membuat Surat Jalan Keluar.
- h. Sales beserta armada mendistribusikan ke toko/outlet.
- i. Sales meminta tanda tangan terima pada pihak pemesan gula.

## **8. Dokumen-dokumen Distribusi**

Dokumen-dokumen dalam prosedur pengiriman dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. *Purchase Order*.
- b. Nota Penjualan.
  - 1) Untuk penagihan.
  - 2) Untuk pembeli/pengiriman.
  - 3) Administrasi pembayaran.
  - 4) File.
- c. *Delivery Order* (4 lembar).
  - 1) Lembar 1 Faktur Penjualan untuk bagian akuntansi dan bagian penagihan).
  - 2) Lembar 2 untuk ATR.
  - 3) Lembar 3 untuk Gudang gula.
  - 4) Lembar 4 untuk UPGK (Unit Pengemasan Gula Kemasan).

- d. Faktur Pajak.
- e. Surat Pengantar.

### 9. Nama Sales dan Wilayah Distribusinya

PT. Madubaru Yogyakarta mengerahkan sales-sales. Nantinya sales-sales tersebut diterjunkan ke wilayah-wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mencari toko/outlet baru untuk menjualkan produk gula PT. Madubaru. Sales-sales tersebut mencari pelanggan baru di pedesaan dan di perkotaan.

Berikut sales yang dimiliki oleh PT. Madubaru Yogyakarta yang berperan sebagai pendistribusi untuk setiap wilayah yaitu:

Tabel 3. Nama sales dan wilayah distribusinya

No	Nama Sales	Wilayah
1.	Andi	Kota Yogyakarta
2.	Putu	Kota Yogyakarta dan Sleman
3.	Nur Hidayat	Bantul
4.	Darmaji	Kulon Progo
5.	Rendra	Gunung Kidul

Dengan penggunaan sales-sales di setiap wilayah tersebut, PT. Madubaru Yogyakarta ingin mencapai target penjualan. Setiap sales diberi target penjualan sebesar 13 ton/bulan.

## 10. Prosedur Penentuan Perantara

PT. Madubaru Yogyakarta dalam menjalin kerjasama dengan toko atau outlet yang akan menjadi mitra bisnisnya melakukan seleksi yaitu :

### a. Survey Awal Penjualan

Pada tahap pertama ini perusahaan akan melakukan survey penjualan pada toko atau outlet yang akan menjadi mitra bisnisnya. Survey ini digunakan untuk mengetahui bagaimana tingkat penjualan toko tersebut karena ini akan mempengaruhi kerjasama mereka.

### b. Riset Pemasaran

Perusahaan setelah melakukan survey penjualan, melakukan riset pemasaran yang digunakan untuk mengetahui bagaimana potensial toko tersebut, daya beli masyarakat serta kapasitas yang dimiliki perusahaan untuk mensuplai barang ke toko tersebut.

## 11. Kontrak Outlet

Syarat-syarat dan ketentuan umum kontrak outlet :

### a. Pembeli wajib menyerahkan foto copy:

1) KTP

2) NPWP (Khusus yang berstatus PKP)

### b. Barang berupa gula pasir kemasan 1 kg dan ½ kg produksi PT. Madubaru.

- c. Harga gula pasir yang diperjual belikan dapat berubah-ubah sewaktu-waktu.
- d. Apabila pembeli terlambat melakukan pembayaran maka pembeli dikenakan denda sebesar 1,5% (satu setengah persen) per bulan, yang dihitung secara harian keterlambatannya.
- e. Pembeli menjamin Wilayah/Objek/Outlet/Pengiriman gula ini tidak ditujukan kepada outlet yang telah menjadi tujuan distribusi gula langsung dari PT. Madubaru.
- f. Masa berlakunya perjanjian adalah 1 (satu) tahun sejak ditanda tangannya perjanjian ini.
- g. Pembayaran melalui bank dapat ditransfer ke:  
**BCA Cab. KATAMSO, YOGYAKARTA,**  
**No. Rek: 445-049-6761**  
**a/n PT. Madubaru**
- h. Untuk pemesanan gula kemasan melebihi 1 (satu) ton, pembeli menyatakan menyanggupi dapat memberikan jaminan/bank garansi senilai minimal jumlah pesanan.

## **12. Kontrak Distributor Gula Bulk (50 kg)**

Syarat-syarat dan ketentuan umum kontrak outlet :

- a. Pembeli datang sendiri ke pabrik (ke bagian pemasaran).

- b. Pembeli wajib menyerahkan foto copy:
  - 1) KTP
  - 2) NPWP (Khusus yang berstatus PKP)
- c. Minimal order 5 ton.
- d. Barang berupa gula pasir 50 kg/karung produksi PT. Madubaru.
- e. Harga gula pasir yang diperjual belikan dapat berubah-ubah sewaktu-waktu.
- f. Pembayaran cash.
- g. Barang harus sudah habis dalam waktu 15 hari.
- h. Gula dapat diambil sendiri oleh pembeli atau dikirim oleh PT. Madubaru.

### **13. Pengambilan Resiko**

Apabila gula yang dikirim Pabrik ke pelanggan kemasan gula ada yang rusak dan gula tercecer, maka pelanggan akan melakukan “Tukar Giling” (Penukaran). Artinya perusahaan akan menggantinya sesuai berat gula yang tercecer tadi. Contohnya gula yang tercecer 4 kg, maka perusahaan akan mengganti 4 kg.

#### 14. Armada Truk

Berikut armada truk yang dimiliki oleh PT. Madubaru Yogyakarta yang digunakan untuk pendistribusian gula sebagai berikut:

Tabel 4. Armada Truk

No	Jenis	Tipe	Kapasitas	Jumlah
1.	Truk Box (untuk gula kemasan)	L300	1 – 1,5 Ton	1 unit
		PS	3 – 3,5 Ton	2 unit
		HD	5 – 7 Ton	1 unit
2.	Truk Bak Terbuka (untuk gula karungan 50kg)	Tronton	> 10 Ton	2 unit

#### 15. Kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Madubaru Yogyakarta dalam mendistribusikan produknya

Proses pendistribusian produk yang dilakukan oleh PT. Madubaru Yogyakarta masih menemui beberapa kendala, sehingga pelaksanaan distribusi produk ke konsumen menjadi kurang optimal. Kendala tersebut ada pada bagian gudang gula kemasan, ketepatan waktu pengiriman produk pesanan sampai ke pemesan dan armada pengiriman.

Pada gudang kendalanya penumpukan karung yang berisikan 25 kemasan jika ditumpuk berlebihan dan jangka waktu yang lama mengakibatkan jebolnya kemasan. Sehingga mengurangi kepuasan konsumen.

Kendala ketepatan waktu pengiriman yaitu gula pasir yang dikirim oleh PG mempunyai *Lead Time* atau waktu tunggu. Hal ini dikarenakan PG mempunyai aturan bahwa pengiriman gula dapat dilakukan apabila gula mencapai jumlah/order tertentu. Contoh : mobil box dengan kapasitas 2 ton dapat melakukan pengiriman apabila mobil tersebut mengirim gula minimal sebanyak 1 ton (untuk mengurangi biaya transportasi). Sehingga terjadi keterlambatan produk pesanan sampai ke tangan konsumen.

Kendala lain yang ditemui dalam pendistribusian produk adalah masalah armada yang digunakan. Armada tersebut mengalami gangguan teknis dan karena sesuatu hal misalnya ban kempes, kecelakaan, dan lain-lain. Kendala-kendala tersebut menyebabkan terlambatnya produk pesanan sampai ke tujuan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai Strategi Distribusi pada PT. Madubaru Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Strategi Distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta

PT. Madubaru Yogyakarta dalam menjual produk yang dihasilkan menggunakan distribusi tidak langsung. Strategi distribusi ini digunakan agar produk yang dihasilkan cepat sampai di tangan konsumen, sehingga kebutuhan konsumen akan gula cepat terpenuhi.

2. Saluran Distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta yaitu :

a. Gula Kemasan

Pabrik – Toko/Outlet – Konsumen

Proses pelaksanaan saluran distribusi di atas digunakan PT. Madubaru Yogyakarta khusus produk gula kemasan untuk memenuhi kebutuhan toko/outlet.

b. Gula Bulk (50kg/karung)

Pabrik – Distributor – Grosir – Toko/Outlet – Konsumen

Produk Gula Bulk (karungan 50 kg) dari PT. Madubaru dipasarkan kepada para pedagang besar/distributor. Untuk gula bulk/curah, pihak pemasaran dan pembeli dapat melakukan

tawar-menawar terlebih dahulu. Setelah diperoleh kesepakatan harga, selanjutnya dibuat kontrak jual-beli gula, kemudian setelah persyaratan kontrak saling terpenuhi, gula dapat diambil sendiri oleh pembeli atau dikirim oleh PT. Madubaru.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan di atas, maka saran yang dapat disampaikan kepada PT. Madubaru Yogyakarta adalah:

1. PT. Madubaru Yogyakarta harus tetap menggunakan strategi distribusi tidak langsung yang saat ini diterapkan agar dapat mencapai volume penjualan yang ditargetkan perusahaan dan agar produk yang dihasilkan cepat sampai ditangan konsumen, sehingga kebutuhan konsumen akan gula cepat terpenuhi.
2. PT. Madubaru Yogyakarta diharapkan tetap menggunakan 2 macam saluran distribusi. Kemudian juga PT. Madubaru harus menambah jumlah sales sehingga perluasan pangsa pasar dapat terlaksana secara maksimal dan volume penjualan meningkat. PT. Madubaru diharapkan juga jumlah armada distribusi dan meninjau kembali kebijakan minimal order, karena kebijakan minimal order tersebut mengakibatkan keterlambatan pengiriman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiarto, Teguh & Fandy, Ciptono. (1997). *Pemasaran Internasional*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Guiltinan, Joseph P & Gordon, W. Paul. (1994). *Manajemen Pemasaran*. (Terjemahan: Agus Maulana) Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 2 (Terjemahan: Hendra Teguh dan Ronny A Rusly). Jakarta: Prenhallindo.
- Saptono, Bambang dkk. (2014). *Pedoman Penulisan Tugas Akhir Program Diploma III*. Universitas Negeri Yogyakarta Kampus Wates.
- Stanton, William J. (1996). *Prinsip Pemasaran*. Jilid 2 (Terjemahan: Sadu Sundaru). Edisi Ketujuh. Jakarta: Erlangga.

<http://madubaru.comyr.com/produk/produk.html> diakses tanggal 1 Mei 2014

# LAMPIRAN

**A. Produk Gula Pasir PT. Madubaru Yogyakarta**



**B. Armada Truk Distribusi**



## **PERTANYAAN**

1. Apa Strategi Distribusi yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta?
2. Bentuk Saluran Distribusi apa yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta?
3. Apa tujuan PT. Madubaru Yogyakarta menggunakan saluran distribusi?
4. Bagaimana prosedur pengiriman yang digunakan PT. Madubaru Yogyakarta?
5. Apa saja dokumen-dokumen distribusi, nama-nama sales dan wilayah distribusinya, dan biaya distribusi?
6. Apa saja jenis armada truk distribusi yang digunakan oleh PT. Madubaru Yogyakarta?
7. Apa kendala-kendala yang dihadapi oleh PT. Madubaru Yogyakarta dalam mendistribusikan produknya?

## kontrak konsumen outlet darmaji

NO	NAMA OUTLET	ALAMAT	TELEF	KONTRAK tunai	NO KONTRAK	MULAI KONTRAK	MASA BERLAKU
1	PERKORAN HARJO	BANUN JIWO KASIHAN RT	081508518527	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
2	ANTAN BANTUL	UTARA PAL SAPANG BANTUL	081408138625	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
3	MENCI STONI	SOROBAYAN SANDEN BTL	02746464260	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
4	IBELIA	KRANGGAN, SOROBAYAN	081392330250	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
5	KATAMPA	JALAN SRANDAKAN, KM 1 BANTUL	02745268779	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
6	DELINGMAS SWI	JALAN WATES KM 6, GAMPING, SLEMAN	797503	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
7	PERMANE GODEAN	utara pasar Godean sleman	793021	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
8	PT Handayani	kenteng nanggulan, kulon progo	081392460604	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
9	SWI SWI	jalan sugiman 15 wates, kulon progo	773217	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
10	WGS WATES	jalan sulijah, 50 wates kulon progo	0274773909	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
11	TK KUSUMA	jalan diponegoro wates, kulon progo	0274024192	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
12	KOP PATRIAS	giripeni wates, kulon progo	081904116085	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
13	TV STORE	timur pasar bendungan, kulon progo		kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
14	Tedjo mmi	depan pasar pabrik, galur, kulonprogo	081392713023	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
15	WARHID MURNI	lin broso, lendah, kulonprogo	02745273723	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
16	INDRA ENDANG	ngentakrejo, lendah, kulonprogo	081069760009	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
17	INDRA ENDANG	ngentakrejo, lendah, kulonprogo	085002197898	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
18	TK KAR	ngentakrejo, lendah, kulonprogo	085292766753	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
19	TK KAR	ngentakrejo, lendah, kulonprogo	085292194444	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
20	HANAYANI SWI	lombokan, pengasih, kulonprogo	087839821210	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
21	TK JAG	pripih, kulonprogo	081328007195	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
22	oko Joko	pripih, kulonprogo	08157925062	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
23	WAGI SWI	lin kenteng-brosot, kulonprogo	085227010785	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
24	MIROTA GODEAN	lin raya godean, bantul	505012	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
25	YENI SU	perumahan griya arga, blok hh, godean	0818271711	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
26	TK WIMIN	glagah, temon, kulonprogo	081578133443	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
27	TOE BEJ	lin tentara, pelajar, wates kp	773330	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
28	WINDI SEMAR	depan masjid temo				1-Jan-14	31-Dec-14
29	WINDI SEMAR	depan masjid temo, kulonprogo	08122744384	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
30	WIMIN TK	JALAN WATES KM 10, SEDAYU BANTUL		tunai			
31	WYONO PETRO	kakap, kulonprogo		tunai			
32	MATAHARI GODEAN	utara pasar Godean sleman	0274643801	tunai			
33	SWI M GROSIR	jalan sribit, nanggulan, kulon progo	082133743732	tunai			
34	SWI BIRU-SWI	pengasih kulon progo	085743896947	tunai			
35	SWI KULON SWI	lin brijiend katamso, wates, kulonprogo	774219	tunai			
36	SWI WATES	karang nongko, wates, kp	08185887602	tunai			
37	TK MANDIRI	karang, galur, kulonprogo	7436150	tunai			
38	TK MADIRI	batokan, lendah, kulonprogo	02747131147	tunai			
39	SWI SWI	lin daandais 12, temon, kulonprogo	085743896947	tunai			
40	TK KUNILAYA, KP	lin tentara pelajar, wates kp		tunai			
41	TK RW WATES	lin tentara pelajar, wates kp		tunai			
42	HAPPY SWI	depan mirota batik lin maliboro, gedre	085729512707	tunai			
43	SWI JANTAN	lin godean km 8, sleman		tunai			
44	TK SWI	Patok, gunung kidul		tunai			
45	SWI Magelang	magelang		tunai			
46	TK Solahan	magelang	081320576981	tunai			
47	TK SU AN	Berbah, sleman	081392615180	tunai			
48	KOP PRIMKOPOL	Sukoharjo	0274591178	tunai			
49	SWI GODEAN	lin godean km 8, sleman	797506	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14
50	MANGGALA SWI	lin wates km 10 sedayu bantul	02746488106	kontrak		1-Jan-14	31-Dec-14

DAFTAR NAMA OUTLET KONTRAK TEMPO DAN TUNAI  
BULAN JANUARI 2014

Kontrak Konsumen outlet andi

NO	NAMA OUTLET	ALAMAT	TELF	no rak	NO KONTRAK	MULAI KONTRAK	MASA BERLAKU
1	Arta mini market	jl patang puluhan, yogyakarta ✓ ✓	389502	186	0	JAN 2013	DES 2013
2	Ahmad saz	pasar gamping, sleman	085292334405	78	0	JAN 2013	DES 2013
3	Lina MM	jl cuwiri, mantrijeron, yogyakarta ✓	4399152	314	0	JAN 2013	DES 2013
4	Toko Rifqi	tegal senggotan, kasihan, bantul	081227993030	229	0	JAN 2013	DES 2013
5	Safira Toserba	jl imogiri barat, bantul ✓	445513	155	0	JAN 2013	DES 2013
6	Linda Toserba	banyuraden, sleman ✓	617096	218	0	JAN 2013	DES 2013
7	Kop SMA Muh II	jl kapas, yogyakarta	523228	0	0	JAN 2013	DES 2013
8	Toko SS	jl kabupaten, sleman	6415478	151	0	JAN 2013	DES 2013
9	Damai MM	kanoman, banyuraden, sleman	617274	0	0	JAN 2013	DES 2013
10	Diva SWL	jl wonocatur, banguntapan, bantul	4415650	139	0	JAN 2013	DES 2013
11	Govinda Swl	jl imogiri barat, bantul ✓	7177797	159	0	JAN 2013	DES 2013
12	Konda Swl	jl imogiri barat, bantul ✓	6924943	111	0	JAN 2013	DES 2013
13	Kop UIN	jl solo, yogyakarta	519701	79	0	JAN 2013	DES 2013
14	Kop SMK 5 Yk	jl kenari, yogyakarta	7148975	103	0	JAN 2013	DES 2013
15	Pemata Mart	pleret, wonokromo, bantul	441295	113	0	JAN 2013	DES 2013
16	Alit Sembako	jl poncowinatan, yogyakarta ✓	564206	204	0	JAN 2013	DES 2013
17	Amanda li	jl imogiri timur, bantul ✓	4415000	137	0	JAN 2013	DES 2013
18	Artista swalayan	jl palagan tentara rakyat mataram, sleman ✓	6535111	149	0	JAN 2013	DES 2013
19	Karuma Swl	jl taman siswo, yogya	7476215	176	0	JAN 2013	DES 2013
20	Toko Pojok Jaya	gedong kowo, mantrijeron, yk	371518	296	0	JAN 2013	DES 2013
21	RE Mart	jl suprpto, yogya ✓	556593	301	0	JAN 2013	DES 2013
22	UB Taman Rizqi	pasar gamping, sleman	6936265	81	0	JAN 2013	DES 2013
23	Sapto Handono	janturan, yogyakarta	7823273	80	0	JAN 2013	DES 2013
24	Kokelgam	komp ugm, yogyakarta	580086	112	0	JAN 2013	DES 2013
25	Kop kodim	bantul	8174118008	0	0	JAN 2013	DES 2013
26	Kop Kosudgama	komp ugm, yogyakarta	02748359561	449	0	JAN 2013	DES 2013
27	SJ swl	janturan, yogyakarta	8174118008	110	0	JAN 2013	DES 2013
28	Kop almunawir	krapayak, jogja	8286617	136	0	JAN 2013	DES 2013
29	Kop UCY	jl p kemerdekaan, yogya	81568431469	143	0	JAN 2013	DES 2013
30	Smp 15 Yogya	jl t lempuyangan, yogyakarta ✓	08122905361	188	0	JAN 2013	DES 2013
31	Kopma UNY	komp uny yogyakarta ✓	7832364	125	Tunai	-	-
32	Mujiyono	pleret, wonokromo, bantul	8286671	0	Tunai	-	-
33	SMK Piri	jl mawar, baciwo, yogyakarta	85292638437	199	Tunai	-	-
34	SM Sembako	jl simanjuntak, yogya ✓	87836257825	205	Tunai	-	-
35	Bp Ariyanto	kota gede, yogyakarta	08164266890	214	Tunai	-	-
36	SMK N I Tempel	jl raya magelang, sleman	6517571	437	Tunai	-	-
37	Tsb Tata Bumi	jl tata bumi, banyuraden, sleman ✓	-	154	Tunai	-	-
38	Kujang Mas	selatan alun - alun klaten, klaten	8174115758	339	Tunai	-	-
39	Kopma UGM	komp ugm, yogyakarta	565774	109	Tunai	-	-
40	Kop Brimob	jl imogiri timur, bantul	-	234	Tunai	-	-
41	Kop Pertamina	jl mangkubumi, yogyakarta	-	239	Tunai	-	-
42	SD IT Ngebel	ngebel, tamantirto, bantul	4342597	241	Tunai	-	-
43	Kop KR	jl mangkubumi, yogyakarta	-	242	Tunai	-	-
44	Tsb Kanoman	kanoman, banyuraden, sleman ✓	-	294	Tunai	-	-
45	Putra Kampus	jl kaliurang, sleman	-	261	Tunai	-	-
46	Kop SMK 6 Yk	jl kenari, yogyakarta	8812636490	96	Tunai	-	-
47	Erna sembako	jl raya solo, kalasan, sleman	816688442	316	Tunai	-	-
48	SMK N 4 Klaten	klaten	85747905854	434	Tunai	-	-
49	Kop Depdiknas	jl kapas, yogyakarta	818271704	330	Tunai	-	-
50	trio plaza	magelang	8174118008	52	Tunai	-	-
51	Beiva swl	jl pleret, bantul	0	0	Tunai	-	-
52	Toko Akbar	pleret, wonokromo, bantul	7007754	0	Tunai	-	-
53	Sembako Bu Sri	jl sutoyo, yogyakarta	374756	0	Tunai	-	-
54	Sami laris	selatan alun - alun klaten, klaten	8885690734	291	Tunai	-	-
55	Bp Kardi	jl w mangunsidin, bantul	87838354751	0	Tunai	-	-



**PT MADUBARU - PG. PS. MADUKISMO**  
Padokan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul  
Jogjakarta. PO Box 49-Kode Pos 55001  
Telp. (0274) 377049, 377916  
Fax. (0274) 373071, 411090

## NOTA PENJUALAN

No. :

Nama : .....	Tanggal order : .....
Alamat : .....	Tempo Pembayaran : .....(.....) hari
.....	Tanggal Pembayaran : .....

No	Nama Barang	Nomor DO	Jumlah (kg)	Harga Satuan (Rp)	Jumlah Harga (Rp)
1	Gula pasir kemasan 0.5 kg polos				
2	Gula pasir kemasan 1 kg polos				
3	Gula pasir kemasan 1 kg Label MK				
4	Gula Pasir Kemasan MK Manual				
5	Gula Bulk				
	Jumlah				

f.pms. tabel

Penerima  
tgl .....

Pemesan

Penerima order

sales

Lembar ke 1 untuk penagihan  
Lembar ke 2 untuk pembeli/pengiriman  
Lembar ke 3 administrasi pembayaran  
Lembar ke 4 file

CDT TRI1403030717677

Kode Pengirim 8990430000000

Kode Departemen 14

Kendatuk Pemesan 043

Konfirmasi Ke Carrefour Semarang

Kode Supplier 8401

Nama Supplier YOG(MADUKISMO) MADU BARU,

No. Telepon Supplier 0274-377049

No. Fax Supplier 0274-373071

Nomor PO 148401937

Tanggal Order Mon, Mar 03, 2014, 00:00

Tanggal Pengiriman Mon, Mar 10, 2014, 15:00

Kode Barang	Kapasitas	Nama Barang	Qty dipesan	Gratis	Qty/Pack	Total Qty	Harga Unit
Sub /Unit	Barcode	Nama Sub Code	Kemasan				
14 331019	1 KG	MADUKISMO GULA PASIR 1 KG**	11.0		50.0	550.0	10,272.72
001 /01	8897004050006	MADUKISMO 1 KG	N	0.0			

**TOTAL HARGA** Rp 5,649,996.00

**EMARK:**  
 ulai tanggal 1 January 2014, PT. Trans Retail Indonesia hanya akan menerima invoice yang dilengkapi dengan barcode. OTP VMS harus digunakan untuk proses Invoice  
 xcode. Informasi tambahan dan petunjuk penggunaan dapat menghubungi VMS Support melalui email [vms\\_support@transretail.co.id](mailto:vms_support@transretail.co.id)  
 all center VMS: 021-29555391, 021-29555392, 021-29555393, 021-29555394

# MADU BARU

PG MADUKISMO

Kantor, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, Jogjakarta

Telp: 01.136.731.5-543.000

# DELIVERY ORDER

Nomer DO: 02855/MB/PG/III/2014

No. Faktur Pajak : 010.900.14.3516

Dengan menahan DO ini harap saudara menyerahkan kepada

Nama : DIAN SURYA MM

Alamat : JL. SANDEN BANTUL  
SANDEN

RETI

Jenis Gula : SHS I PG.Madukismo tahun tebang 2013

Asal Gula : PG. Madukismo

Jenis Kemasan : GULA PASIR KEMASAN 1/2 KG POLOS MANUAL

Jumlah Netto Gula (Kg.) : 25 (dua puluh lima ) Kg Gula

Jumlah Kemasan Karung: 1 (se) karung plastik @ 25 Kg

Tempat Penyerahan : Gula dikirim Ke DIAN SURYA MM

Syarat Penyerahan : Hanya dapat dilakukan setelah ada persetujuan penuh serta tanda persetujuan atas DO ini oleh PG Madukismo

Metode Pembayaran : KREDIT 14 HARI

Biaya Simpan dan Sewa Gudang: 15 hari setelah DO diterbitkan gula tidak diambil, maka dikenakan sewa gudang sesuai dengan peraturan yang berlaku

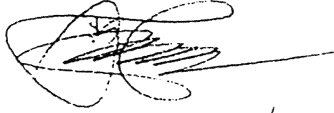
Jogjakarta, 05 MARET 2014

No. PO :

Tanggal : 03 MARET 2014

PT MADU BARU

Diambil Oleh :

  
**DJAKA BARATA**  
Kabag Pemasaran

**PT.MADU BARU**

PG-PS MADUKISMO

Padukan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, Jogjakarta

NPWP: 01.136.731.5-543.000

**FAKTUR PENJUALAN**

Nomer FP: 02855/MB/PG/III/2014

No.Faktur Pajak: 010.900.14.3516

Dengan ini kami beritahukan adanya penjualan Gula kepada :

Nama : DIAN SURYA MM ✓

Alamat : JL. SANDEN BANTUL  
SANDEN

PER

Gula SHS I PG.Madukismo tahun tebang 2013

Milik : PG. Madukismo

Jenis : GULA PASIR KEMASAN 1/2 KG POLOS MANUAL! ✓

Jumlah Netto Gula (Kg.) : 25 (dua puluh lima ) Kg Gula

Jumlah Kemasan Karung: 1 (se) karung plastik @ 25 Kg

Pembayaran : KREDIT 14 HARI

Harga gula yang harus dibayar dan telah ditetapkan      Harga Gula per Kg      = Rp      9,700 ✓

Pendapatan yang harus diperhitungkan adalah      Harga Provenue Gula      = Rp      220,455

PPN Gula      = Rp      22,045

Jumlah Harga      = Rp      242,500

lo.PO :

anggal : 03 MARET 2014

Jogjakarta, 05 MARET 2014

PT MADU BARU




DJAKA BARATA  
Kantor Perwakilan



## FAKTUR PAJAK

Kode dan Nomor Seri Faktur Pajak : 010.902-13.36830836		
Pengusaha Kena Pajak		
Nama :	PT. MADU BARU	
Alamat :	PADOKAN, TIRTONIRMOLO, KASIHAN, BANTUL, TROMOL POS 49, YOGYAKARTA	
N.P.W.P. :	01.136.731.5-543.000	
Tanggal Pengukuhan PKP :	20 Februari 1985	
Pembeli Barang Kena Pajak / Penerima Jasa Kena Pajak		
Nama :	IDAWATI	
Alamat :	JI PANDEGA SATRIA 49-B MANGGUNG RT/RW 05/02 CATUR TUNGGAL - SLEMAN - 55281	
N.P.W.P. :	06-560.853.1-541.001                      NPPKP : 06-560.853.1-541.001	
No. Urut	Nama Barang Kena Pajak / Jasa Kena Pajak	Harga Jual/Penggantian/ Uang muka/Termin (Rp)
1	<u>GULA PASIR</u> Kemasan 1 Kiloan MK  A/02301/MB/PG/XII/2013,                      1,000 kg @ Rp. 9,545	9,545,455
Harga Jual / Penggantian / Uang muka / Termin*)		9,545,455
Dikurangi potongan harga		-
Dikurangi uang muka yang telah diterima		-
Dasar Pengenaan Pajak		9,545,455
PPN = 10 % x Dasar Pengenaan Pajak		954,545
Pajak Penjualan atas Barang Mewah		
TARIF	DPP	PPnBM
.....%	Rp.....	Rp.....
.....%	Rp.....	Rp.....
.....%	Rp.....	Rp.....
.....%	Rp.....	Rp.....
Jumlah		Rp.....

Yogyakarta, 26 Desember 2013



*Iwan Revianto Rares*  
Kabag Akuntansi & Keuangan

MADUKISMO

Jl. Tirtonegoro, Kasihan, Bantul, Jogjakarta  
49 Kode Pos 55001  
(274) 377049, 377918  
274) 373071

Jogjakarta,

Kepada Yth.  
ALFA RETAILINDO CARREFOUR MAGUWO, PT.  
JL ADI SUCIPTO KM 8/234 DEPOK SLEMAN  
JOGJAKARTA

14 FEB 27 10:17  
**SURAT PENGANTAR**

Nomer SP: 1093 /DIR/MB/II/2014

Ini kami kirimkan pesanan Saudara sesuai PO No.: 148401740/tri1402170652319

Tgl: 26 FEBRUARI 2014

Nama Pemesan : ALFA RETAILINDO CARREFOUR MAGUWO, PT.

Nama Barang	Jumlah Gula	Keterangan
GULA PASIR KEMASAN 1 KG MK BIRU	800 Kg. 32 Karung	DO no.: 02796/MB/PG/II/2014 1 Karung plastik isi 25 Kg
Jumlah	800 Kg. 32 Karung	

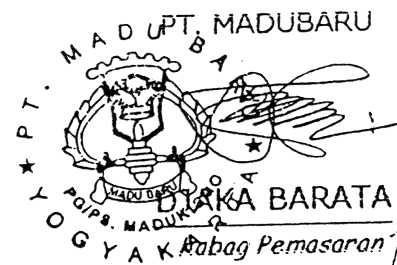
Yang menerima  
gula

dikirim Tanggal, 26 FEBRUARI 2014

Oleh

Tanda Tangan/Nama terang  
Perusahaan

Hormat Kami,





(R6n)

# PT MADUBARU

PG/PS MADUKISMO

No. SURAT : 0617 /DIR/M3/ 2014 .

## DATA PEMBELI

1 NAMA OUTLET : GB. SAMALO ✓

2 ALAMAT OUTLET : Jl. Parangtritis Km. 13 Samalo Patetan Jetis Bantul Yogyakarta 55781

3 NO. TELPON : (0274) 367842 ✓

4 NO. FAX : (0274) 367842

5 JML. PESANAN REGULER : 350 kg

6 NAMA PEMILIK / Yang Bertanggung Jawab : Kelik Sudiyono / FIDDIYATI

7 JABATAN : Pemilik

8 NO. TELPON : (0274) 367842

9 NO. HANDPHONE : (0274) 7800246 ✓

10 BADAN USAHA :  PT  UD  CV  PD  KOPERASI  LAIN

11 STATUS :  BEP  NON PKP

12 NO. NPWP : -

13 TANGGAL NPWP : -

14 NAMA DI NPWP : -

15 ALAMAT DI NPWP : -

16 TERMIN PEMBAYARAN : 14 Hari

16 PEMBAYARAN :  VIA BANK  TUNAI

15 MASA BERLAKU KONTRAK : 31 Desember 2014 ✓

## SYARAT-SYARAT DAN KETENTUAN UMUM

- Pembeli Wajib Menyerahkan Foto Copy :
  - KTP
  - NPWP (Khusus yang berstatus PKP)
- Barang Berupa Gula Pasir Kemasan 1 kg dan 1,2 kg Produksi PT. Madu Baru
- Harga Gula Pasir Yang Diperjual Belikan Dapat Berubah-ubah Sewaktu-waktu.
- Apabila Pembeli Terlambat Melakukan Pembayaran Maka Pembeli Dikenakan denda sebesar 1,5% (satu setengah persen) per bulan, yang dihitung secara harian keterlambatannya.
- Pembeli Menjamin Wilayah/Objek/Outlet Pengiriman Gula Ini tidak Ditujukan Kepada Outlet Yang Telah Menjadi Tujuan Distribusi Gula Langsung Dari PT. Madu Baru.
- Masa Berlakunya Perjanjian Adalah 1 (Satu) Tahun Sejak Ditanda tangannya Perjanjian Ini
- Pembayaran melalui Bank Dapat Ditransfer ke :
  - BCA Cab. KATAMISO, YOGYAKARTA,
  - No. Rek: 445-049.6761
  - a/n PT. MADU BARU
- Untuk Pemesanan Gula Kemasan Melebihi 1 (Satu) ton, Pembeli Menyatakan Menyanggupi Dapat Memberikan Jaminan Bank Garansi Setilai Minimal Jumlah Pesanan.

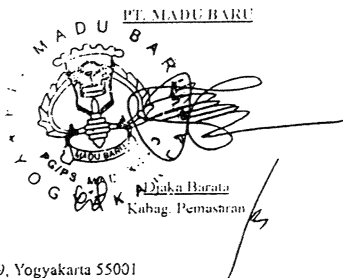
Dibuat di Bantul 22 Januari 2014

PEMBELI

y/b.



(FIDDIYATI)



# KWITANSI

Nomor : .....

Telah terima dari : PG. Madukismo, Jogjakarta

Uang sebanyak : .....

Guna membayar : Biaya operasional pengiriman gula kemasan kiloan sejumlah .....ton / DO.No.....

Tanggal ..... ke.....

1. Bayar tenaga bongkar muatan gula ..... ton, @ Rp. .... = Rp .....

2. Bayar tenaga bongkar muatan gula tukar guling ..... ton @ Rp..... = Rp .....

3. Biaya operasional pengiriman ..... Orang = Rp .....

4. Parkir, masuk tol, ijin jalan .....

kend. Pengangkut gula No. Pol ..... = Rp .....

Jumlah ..... = Rp .....

Jogjakarta, .....

Terbilang Rp. ....

(.....)