

**ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. BHINEKA USADA
RAYA JAKARTA MELALUI SISTEM SWOT**

**BINAR SUDIBYO
8223108283**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII PEMASARAN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2014**

**ANALYSIS OF MARKETING CHANNEL AT PT. BHINEKA
USADA RAYA USING SWOT SYSTEM**

**BINAR SUDIBYO
8223108283**



**This Paper is Structured To Meet One of The Requirements
To Get a Degree Associate Expert
At Faculty of Economics State University of Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT PROGRAM
MANAGEMENT MAJOR
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2014**

ABSTRAK

BINAR SUDIBYO. 2014. 8223108283. Analisis Saluran Distribusi Pada PT. Bhineka Usada Raya Jakarta Melalui Sistem SWOT. Program Studi DIII Pemasaran. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi pada PT. Bhineka Usada Raya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa PT. Bhineka Usada Raya telah melaksanakan sembilan fungsi saluran distribusi seperti pengumpulan informasi pelanggan, promosi, negosiasi, pemesanan, pembiayaan, pengambilan risiko, fisik, pembayaran dan kepemilikan. Namun dalam proses pemesanan masih kurang efisien karena belum menggunakan sistem *e-catalog*.

Kata kunci: Saluran Distribusi, SWOT

ABSTRACT

BINAR SUDIBYO. 2014. 82231082833. Analysis of Marketing Channel at PT. Bhineka Usada Raya Using SWOT System. Marketing Diploma Studies Program. Department of Management. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

This paper aims to determine the implementation of marketing channel in PT. Bhineka Usada Raya. The method used in this research is descriptive analysis using data collected through a literature study, interviews and documentation.

From the results of the study shows that PT. Bhineka Usada Raya has implemented nine functions of marketing channels such as gathering customer information, promotion, negotiation, ordering, financing, risk taking, physical, payment and title. But in the process of ordering is less efficient because it has not used the e-catalog system.

Keywords : Marketing Channel, SWOT

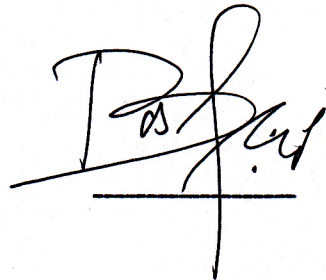
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630119 199203 2 001

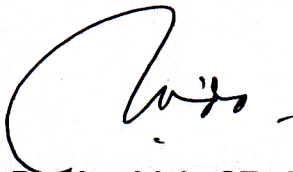


27-06-2014

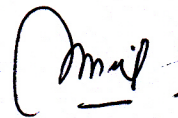
Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, Juni 2014

**Ketua Program Studi
DIII Manajemen Pemasaran**

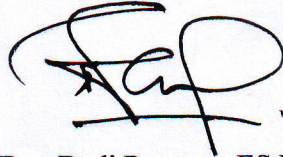


Dr. Hamidah, SE., M.Si.
NIP. 19560321 198603 2 001



Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2 002

LEMBAR PENGESAHAN
Dekan Fakultas Ekonomi – Universitas Negeri Jakarta



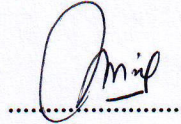
Drs. Dedi Purwana ES, M. Bus
NIP. 19671207 199203 1 001

Nama
Ketua Penguji

Tanda Tangan

Tanggal

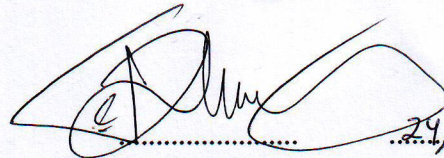
Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 19570221 198503 2 002



23/07/2014

Penguji Ahli

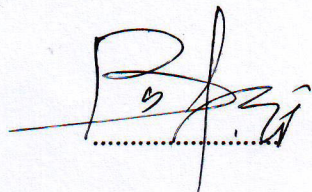
Setyo Ferry Wibowo, SE. M.Si
NIP. 19720617 199903 1 001



24/07/2014

Dosen Pembimbing

Dra. Basrah Saidani, M.Si
NIP. 19630119 199203 2 001



23/07/2014

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia Nya, karena dengan karunia Nya lah penulis dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah yang berjudul: Analisis Saluran Distribusi Pada PT. Bhineka Usada Raya Jakarta Melalui Sistem SWOT.

Karya Ilmiah ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan penulis untuk memperoleh gelar ahli madya di bidang Pemasaran pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dorongan dan semangat dalam penyusunan Karya Ilmiah antara lain:

1. Dra. Basrah Saidani, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dalam memberikan pengarahan dan masukan untuk Penulis dalam penyusunan Karya Ilmiah ini.
2. Drs. Dedi Purwana ES, M. Bus. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. Hamidah, SE, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Dra. Umi Mardiyati, M.Si. selaku Ketua Program Studi dan sekaligus sebagai Pembimbing Akademik Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Rahmansyah, ST selaku *Project Manager* dan seluruh karyawan PT. Bhineka Usada Raya.
7. Kedua orangtua, kaka, dan adik tersayang yang telah memberikan nasihat, dukungan, serta doanya kepada penulis.
8. Yuliani, Suci, Alim, Dimas, dan Ardian yang selalu memberikan bantuan dan doanya.
9. Rekan-rekan mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran angkatan 2010 dan 2011 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan Karya Ilmiah ini, oleh karena itu Penulis juga mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun dari pembaca sehingga dapat menambah mutu Karya Ilmiah ini.

Jakarta, Juli 2014

Binar Sudibyو