

**ANALISIS SISTEM PEMASARAN VERTIKAL PADA
PT ASTRA INTERNATIONAL TBK HONDA
CABANG YOGYAKARTA**

Farizuljihad Rifqi Al-hanif

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sistem pemasaran vertikal yang diterapkan pada PT Astra International Tbk. cabang Yogyakarta terhadap para penyalur. Tujuan utama sistem pemasaran vertikal adalah untuk memudahkan dalam mengelola terpusat dan mengendalikan para penyalurnya agar aktivitas yang dilakukan para penyalurnya terkoordinasi berjalan dengan baik. Strategi yang diterapkan menggunakan 3 sistem pemasaran pertikal yaitu *contractual system* dimana perusahaan mengintegrasikan pemasaran dengan perjanjian. *Corporate system* yaitu mengendalikan saluran distribusi di bawah kepemilikan. *Administratif System* yaitu mengendalikan saluran distribusi atas hak intansi lain. Strategi lain yang diterapkan penggunaan saluran distribusi intensif yaitu mendistribusi barang secara menyeluruh dengan menarik banyak penyalur. Hasil pengamatan bahwa sistem pemasaran vertikal diterapkan di perusahaan tergolong baik dalam mengelola penyalur karena sudah dilengkapi penggunaan teknologi informasi, melakukan pelatihan pada penyalurnya dan juga pengadaan *gathering* (perkumpulan) dengan penyalurnya.

Kata Kunci : *contractual system, Administratif System, Corporate system, pelatihan, gathering, distribusi intensif*

Abstract

This study aims to analyze the vertical marketing system applied to PT Astra International Tbk. branch of Yogyakarta to distributors. The main purpose of the vertical marketing system is to facilitate the centralized management and control of its suppliers so that the activities of their distributors are coordinated well. The strategy is applied using 3 systems of pertinal marketing namely contractual system where company integrate marketing with agreement. Corporate system is controlling the distribution channel under ownership. Administrative System is controlling the distribution channel over other privileges. Another strategy applied to the use of intensive distribution channels is to distribute the goods thoroughly by attracting many dealers. The observation that the vertical marketing system is applied in the company is good in managing the dealer because it has been equipped with the use of information technology, conducting training on the distributor and also the procurement of gathering with the distributor.

Keywords: contractual system, Administrative System, Corporate system, training, gathering, intensive distribution