

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka dapat penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Biaya kegiatan pelaksanaan saluran distribusi yang dilakukan oleh perusahaan dengan cara perusahaan mengemas dalam bentuk bal dan dikirim dengan menggunakan mobil boks untuk wilayah bandung, dan menggunakan perusahaan angkutan untuk wilayah luar Bandung. Produk dapat dipesan dengan cara memesan langsung kepada *sales* atau melalui telepon. Untuk *personal selling* yang dilakukan PT. X ini adalah menggunakan jasa *salesman* yang datang ke toko-toko menawarkan produk, jumlah *salesman* yang dipekerjakan oleh perusahaan berjumlah 3 orang, para *salesman* harus memenuhi target yang diberikan oleh perusahaan, dan apabila melebihi target yang diberikan maka perusahaan akan memberikan bonus. *Salesman* diharapkan dapat menjalin hubungan baik dengan para konsumennya
2. Faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam kegiatan saluran distribusi, adalah: pengiriman yang tidak tepat waktu, harga bahan bakar minyak (BBM) yang sering mengalami kenaikan, kinerja pegawai yang lalai dalam memasukkan/ menurunkan barang sehingga barang mengalami kerusakan. Untuk faktor-faktor penghambat *personal selling* adalah: meskipun *salesman* melakukan penawaran produk kepada konsumen, tetapi konsumen belum tentu

melakukan tindakan pembelian. Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk menawarkan produk diluar kota.

3. Dari hasil perhitungan untuk biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan adalah sebesar 0.922, yang artinya biaya saluran distribusi memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, dan koefisien determinasi sebesar 85% biaya saluran distribusi terhadap mempengaruhi volume penjualan. Untuk *personal selling* sebesar 0.808, yang artinya biaya *personal selling* memiliki pengaruh terhadap volume penjualan, dan koefisien determinasi sebesar 65,29% biaya *personal selling* mempengaruhi volume penjualan.
4. Dari hasil keseluruhan dapat diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 98.885 + 0.039 X_1 + 0.141 X_2$ (dalam ribuan rupiah), selain itu juga didapat koefisien determinasi keseluruhan sebesar 86,5% biaya saluran distribusi dan *personal selling* mempengaruhi volume penjualan. Dilihat dari hasil perhitungan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang artinya terdapat hubungan antara biaya saluran distribusi dan *personal selling* dengan volume penjualan. Saluran distribusi dan *personal selling* yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh besar dalam meningkatkan penjualan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah penulis lakukan, maka penulis mencoba mengemukakan saran-saran, yaitu:

1. Perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan saluran distribusi yang selama ini digunakan, sehingga produk dapat sampai ke tangan konsumen tepat waktu. Selain itu untuk mencegah agar barang tidak terlambat sampai ke tangan konsumen, perusahaan juga dapat mempertimbangkan pembukaan kantor cabang di lokasi yang dianggap perusahaan merupakan lokasi strategis.
2. Perusahaan perlu memperluas pasarnya yang belum terlayani, dengan cara menambah jumlah *sales* di daerah yang belum terlayani, sehingga penjualan perusahaan dapat terus meningkat.
3. Untuk meningkatkan volume penjualannya perusahaan perlu melakukan pengembangan dan melakukan inovasi dalam hal saluran distribusi dan *personal selling* yang dilakukan perusahaan.