

ABSTRAK

Saluran distribusi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk pada tempat dan waktu yang tepat. Oleh karena itu, saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya dan juga untuk meningkatkan volume penjualannya.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pelaksanaan saluran distribusi dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis telah melakukan studi kepustakaan maupun penelitian lapangan dengan melakukan observasi langsung ke tempat objek penelitian, yaitu PT. Cottonindo Ariesta di Bandung. PT. Cottonindo Ariesta adalah perusahaan kapas kecantikan yang menjual produknya dengan beberapa merek dan juga mendistribusikan produknya pada banyak distributor, dalam hal ini PT. Cottonindo Ariesta menggunakan strategi "*Multi Brand & Multi Distributor*".

Dalam penelitian ini, penulis memakai data yang berupa biaya saluran distribusi dan volume penjualan dari PT. Cottonindo Ariesta selama 5 tahun. Sedangkan dalam menganalisis data tersebut, penulis menggunakan metode analisis deskriptif. Pengujian hipotesis dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu mencari persamaan regresi, kolerasi sederhana, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, didapat hasil bahwa hubungan antara saluran distribusi yang dilaksanakan perusahaan dengan peningkatan volume penjualan memiliki korelasi yang sangat kuat, yaitu sebesar 0.994. Dan dari perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 98.766 %, yang berarti kontribusi atau pengaruh promosi penjualan terhadap pertumbuhan minat beli konsumen sangat besar yakni sebesar 98.766 % dan sisanya sebesar 1.234 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa efektivitas dari biaya-biaya saluran distribusi PT. Cottonindo Ariesta dapat meningkatkan volume penjualan.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Kerangka Pemikiran	4
1.6. Lokasi Penelitian	10
1.7. Metode Penelitian	10
1.6.1. Operasionalisasi variabel	10
1.7.2. Jenis dan Sumber Data	12
1.7.3. Teknik Pengumpulan Data	12
1.7.4. Teknik Analisis Data	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Saluran Distribusi	19
2.2. Fungsi Saluran Distribusi	21
2.2.1. Informasi	21
2.2.2. Promosi	24
2.2.3. Negosiasi	30
2.2.4. Pemesanan	37
2.2.5. Pembiayaan	39
2.2.6. Pengambilan Resiko	46
2.2.7. Distribusi Fisik	46
2.2.8. Pembayaran	51
2.2.9. Kepemilikan	52
2.3. Lembaga Saluran Distribusi	53
2.3.1. Grosir Barang Dagangan	53
2.3.2. Perantara Agen	54
2.3.3. Pengecer	55
2.3.4. Agen Pendukung	56
2.4. Arus Saluran Distribusi	56
2.5. Desain Saluran Pemasaran	57
2.5.1. Saluran Pemasaran Barang Konsumen	58
2.5.2. Distribusi Aneka Saluran	59
2.6. Volume Penjualan	60
2.7. Hubungan Saluran Distribusi dengan Peningkatan	

Volume Penjualan	61
------------------------	----

BAB III OBYEK PENELITIAN

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	62
3.2. Struktur Organisasi Perusahaan	65
3.2.1. Bagan Struktur Organisasi PT. Cottonindo Ariesta	65
3.2.2. Uraian Tugas Organisasi PT. Cottonindo Ariesta	66
3.3. Strategi Pemasaran PT. Cottonindo Ariesta	72
3.3.1. Produk	72
3.3.2. Harga	74
3.3.3. Distribusi	75
3.3.4. Strategi Promosi	76
3.3.5. Sumber Daya Manusia	77

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Saluran Distribusi PT. Cottonindo Ariesta	78
4.1.1. Tujuan Saluran Distribusi PT. Cottonindo Ariesta	78
4.1.2. Pelaksanaan Saluran Distribusi PT. Cottonindo Ariesta	78
4.2. Total Biaya Saluran Distribusi PT. Cottonindo Ariesta	87
4.3. Volume Penjualan PT. Cottonindo Ariesta	88
4.4. Analisis Data	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	96
5.2. Saran	97

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Operasional Variabel	11
Tabel 2.1. Keunggulan dan Masalah Jenis-jenis Transportasi	51
Tabel 3.1. Tabel Daftar Agen PT. Cottonindo Ariesta	75
Tabel 4.1. Biaya Pelayanan PT. Cottonindo Ariesta	79
Tabel 4.2. Biaya Transportasi PT. Cottonindo Ariesta	81
Tabel 4.3. Biaya Akomodasi PT. Cottonindo Ariesta	82
Tabel 4.4. Biaya Penyimpanan PT. Cottonindo Ariesta	85
Tabel 4.5. Biaya Promosi PT. Cottonindo Ariesta	86
Tabel 4.6. Biaya Anggota Saluran Distribusi PT. Cottonindo Ariesta	87
Tabel 4.7. Total Biaya Saluran Distribusi PT. Cottonindo Ariesta	88
Tabel 4.8. Volume Penjualan PT. Cottonindo Ariesta	89
Tabel 4.9. Analisis	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Saluran Pemasaran Barang Kosumen	6
Gambar 1.2. Bagan Kerangka Pemikiran	9
Gambar 2.1. Zona Kesepakatan	32
Gambar 2.2. Langkagh-langkah dalam Pemrosesan Pemesanan	39
Gambar 2.3. Saluran Pemasaran untuk Barang Konsumen	58
Gambar 3.1. Grafik Total Sales 1996-2004	63
Gambar 3.2. Bagan Struktur Organisasi PT. Cottonindo Ariesta	65
Gambar 4.1. Kurva Analisis Pengujian Hipotesis	95