

ABSTRAK

Dalam situasi dan kondisi perekonomian Indonesia yang belum stabil, serta adanya dampak kebijakan pemerintah dalam menaikkan harga bahan bakar minyak, sehingga perusahaan harus mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan kemampuan bersaingnya.

Saluran distribusi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan agar memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk pada tempat dan waktu yang tepat. Saluran distribusi merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dan peningkatan volume penjualan.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh 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 PD. Inti Jaya Textile.

PD. Inti Jaya Textile merupakan salah satu perusahaan dagang yang menjual bermacam-macam kain bahan jadi. PD. Inti Jaya Textile berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat akan kain dengan melakukan penjualan produk kain menggunakan jasa perantara maupun penjualan langsung kepada konsumen agar produknya dapat sampai ke tangan konsumen akhir. Metode dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif analisis (dengan variabel bebas biaya saluran distribusi dan variabel tidak bebas yaitu volume penjualan). Pengumpulan data primer yaitu dengan data yang berasal dari perusahaan yang berupa biaya saluran distribusi dan volume penjualan selama 2 tahun. Pengujian hipotesis menggunakan koefisien korelasi, uji signifikan dan koefisien determinasi. Dari hasil perhitungan didapatkan koefisien korelasinya sebesar 0.97 yang berarti bahwa antara biaya saluran distribusi dengan hasil penjualan memiliki hubungan yang kuat dan positif. Dari hasil perhitungan diperoleh pula koefisien determinasi sebesar 94 % yang berarti bahwa saluran distribusi mempunyai peranan dalam meningkatkan volume penjualan sebesar 94 %, sisanya 6 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa efektivitas dari biaya- biaya saluran distribusi PD. Inti Jaya Textile dapat meningkatkan volume penjualan.

ABSTRACT

At the latest Indonesian economical situation, which is unsteady and the result of the government policy in raising up the gas prices. All companies must be able to survive in running their business and able to develop their competition ability.

The distribution line is one of the company effort to simplify the customer ways in gaining their products, in appropriate time and place. Distribution line is one of the most important activity their business continuity and to increase sales volume.

The purpose of this research is getting a knowledge about the part of distribution line in order to increase the sales volume. In addition of analyzing the matter, the writer has done the library research and field study by doing direct observation to the research object, PD. Inti Jaya Textile.

PD. Inti Jaya Textile is a trading company which sells many kind of fabric. PD. Inti Jaya Textile always trying to fulfill the customer needs by performing both direct and indirect selling. The type of research method is descriptive analysis. It applies independent variable of distribution line cost and dependent variable of sales volume. The data which is used by the writer is the distribution line cost and sales volume in last 2 years. The hypothesis trial applies the correlation coefficient, significant test and determination coefficient. Based on calculation, there is coefficient correlation about 0.97, which means that there is a positive and strong relation between the distribution line and sales volume. The determination coefficient is 94 %, it means that the distribution line has an important role in increasing sales volume about 94 %, and 6 % for another factors.

The conclusion of the research is the effectivity cost of PD. Inti Jaya Textile distribution line could increase the sales volume.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	4
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4	Kegunaan Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN

HIPOTESIS

2.1	Kajian Pustaka	6
2.1.1	Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	6
2.1.1.1	Pengertian Pemasaran	6
2.1.1.2	Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2	Bauran Pemasaran	9
2.1.3	Saluran Distribusi	12

2.1.3.1	Pengertian Saluran Distribusi	12
2.1.3.2	Fungsi Saluran Distribusi	14
2.1.3.3	Tujuan Saluran Distribusi	15
2.1.3.4	Lembaga Saluran Distribusi.....	16
2.1.3.5	Bentuk Saluran Distribusi	19
2.1.3.6	Keputusan Dalam Manajemen Saluran Distribusi	23
2.1.3.7	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi	25
2.1.3.8	Metode Pemilihan Saluran Distibusi	28
2.1.4	Menganalisis Tingkat Hasil Pelayanan yang Diinginkan Pelanggan	29
2.1.5	Mengidentifikasi Alternatif Saluran Utama	30
2.1.6	Mengevaluasi Alternatif Saluran Pemasaran Utama ...	33
2.1.7	Customer Data Base	34
2.1.8	Pengaruh Saluran Distribusi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	35
2.2	Kerangka Pemikiran	36
2.3	Hipotesis	39

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian	40
3.1.1	Sejarah Perusahaan	40

3.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan	41
3.1.3	Struktur Organisasi	41
3.1.4	Uraian Jabatan	43
3.1.5	Produk Perusahaan	47
3.1.6	Daerah Pemasaran	49
3.2	Metodologi Penelitian	50
3.2.1	Desain Penelitian	50
3.2.2	Prosedur Pengumpulan data	51
3.2.3	Metode Penentuan Sampel	52
3.2.4	Operasionalisasi Variabel	52
3.2.5	Metode Analisis	54

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Pelaksanaan Saluran Distribusi	57
4.1.1	Bentuk Saluran Distribusi	58
4.1.2	Tujuan Perusahaan Melaksanakan Saluran Distribusi ...	59
4.1.3	Keputusan Manajemen Saluran Distribusi	62
4.1.4	Metode Pemilihan Saluran Distribusi	64
4.1.5	Bentuk Intensitas distribusi yang digunakan oleh PD. Inti Jaya Textile	67
4.2	Analisis Peranan Saluran Distribusi terhadap Hasil Penjualan ..	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Saluran Pemasaran Barang Konsumen	20
Gambar 2.2	Saluran Pemasaran Barang Industri	23
Gambar 2.3	Bagan Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PD. Inti Jaya Textile	43
Gambar 4.1	Bentuk Saluran Distribusi PD. Inti Jaya Textile	58
Gambar 4.2	Kurva Analisis Pengujian Hipotesis	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel	53
Tabel 4.2.1	Biaya Distribusi dan Hasil Penjualan PD. Inti Jaya Textile Periode September 2003 – Agustus 2004	68
Tabel 4.2.2	Biaya Distribusi dan Hasil Penjualan PD. Inti Jaya Textile Periode September 2004 – Agustus 2005	69
Tabel 4.2.3	Analisis Regresi dan Korelasi	70