

ABSTRAK

Di dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks, maka perusahaan – perusahaan di Indonesia harus mempersiapkan diri dengan sungguh – sungguh dalam menghadapi tantangan agar tetap dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Tujuan perusahaan melaksanakan saluran distribusi adalah sebagai salah satu sarana untuk memindahkan produk dari perusahaan kepada konsumen yang terdiri dari berbagai rangkainya perantara. Hal ini merupakan suatu masalah bagi perusahaan dalam melakukan proses kepemilikan saluran distribusi, yaitu dengan melakukan sendiri atau diserahkan kepada perantara.

Di dalam melaksanakan kegiatan saluran distribusinya, perusahaan mempunyai beberapa tujuan, yaitu untuk menghadapi persaingan untuk meningkatkan penjualan, untuk menampung informasi dari pasar, untuk mengurangi biaya distribusi, dan untuk mencapai target penjualan. Dalam melaksanakan saluran distribusinya, perusahaan juga mempertimbangkan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, seperti pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan perantara, dan pertimbangan perusahaan. Dan usaha untuk melaksanakan saluran distribusinya. Sebuah perusahaan juga harus memperhatikan faktor – faktor keputusan mengenai manajemen saluran distribusi yang meliputi: memilih anggota saluran pemasaran, memotivasi anggota saluran pemasaran, dan mengevaluasi anggota saluran pemasaran.

Penulis melakukan penelitian pada PT. Priangan Jaya. PT. Priangan Jaya ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri plastik. Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data digunakan analisis regresi, analisis korelasi Pearson dan analisis Koefisien determinasi. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh biaya saluran distribusi (Independent variable) terhadap volume penjualan (Dependent variable).

Berdasarkan data – data perusahaan yang telah diolah, maka didapatkan persamaan regresi yaitu: $Y = 55,8 + 51,43X$. Ini berarti bahwa setiap perubahan 1 unit Independent variable, yaitu X (biaya saluran distribusi) akan diikuti dengan perubahan Dependent variable, yaitu Y (volume penjualan), sebesar 51,43 (dalam jutaan Rupiah). Sedangkan hasil perhitungan r (korelasi) didapat nilai sebesar 0,78920217. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara biaya saluran distribusi dengan volume penjualan adalah cukup kuat dan positif, sedangkan nilai (Kd) Koefisien determinasi yang diperoleh adalah sebesar 62,28%, nilai ini menunjukkan bahwa saluran distribusi mempunyai andil yang cukup besar terhadap hasil penjualan.

Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa saluran distribusi mempunyai peranan yang cukup besar dalam meningkatkan volume penjualan produk plastik pada PT. Priangan Jaya, sehingga hal ini harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan oleh PT. Priangan Jaya untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTARGAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Identifikasi masalah.....	3
1.3 Maksud dan tujuan penelitian.....	3
1.4 Kegunaan penelitian.....	4
1.5 Kerangka pemikiran.....	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian pemasaran.....	9
2.2 Lingkup bauran pemasaran.....	11
2.2.1 Produk.....	12
2.2.2 Harga.....	14
2.2.3 Promosi.....	14
2.2.4 Tempat.....	14
2.3 Fungsi dan arus saluran distribusi.....	17
2.4 Memilih saluran distribusi.....	18
2.5 Keputusan mengenai manajemen saluran distribusi.....	22
2.5.1 Memilih anggota saluran pemasaran.....	22
2.5.2 Memotivasi anggota saluran pemasaran.....	23
2.5.3 Mengevaluasi anggota saluran pemasaran.....	23
2.5.4 Memodifikasi pengaturan saluran.....	23

2.6 Faktor – faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi.....	24
2.7 Mengevaluasi alternatif saluran distribusi.....	28
2.8 Biaya – biaya saluran distribusi.....	29
2.9 Peranan saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metodologi penelitian.....	35
3.2 Operasionalisasi variabel.....	35
3.3 Jenis dan sumber data.....	36
3.4 Teknik pengumpulan data.....	36
3.5 Teknik analisis data.....	37
3.6 Analisis uji hipotesis.....	40

BAB IV OBYEK PENELITIAN

4.1 Sejarah perkembangan perusahaan.....	41
4.2 Struktur organisasi perusahaan.....	43

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Pelaksanaan saluran distribusi yang dilakukan PT. Priangan Jaya.....	49
5.2 Faktor – faktor pertimbangan dalam pemilihan saluran distribusi.....	49
5.3 Peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan.....	51

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	58
6.2 Saran.....	59

DAFTAR TABEL

	Hal
3.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
5.5.1 Tabel data biaya saluran distribusi dan volume penjualan PT. Priangan Jaya tahun 2002 – 2004.....	52
5.5.2 Tabel analisis biaya saluran distribusi terhadap volume penjualan PT. Priangan Jaya tahun 200 – 2004.....	52

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1.1 Kerangka Pemikiran.....	7
2.1 Sistem pemasaran sederhana.....	10
2.2 Lima tingkat produksi.....	13
2.3 Saluran distribusi untuk barang – barang konsumen.....	19
2.4 Saluran distribusi untuk barang – barang industri.....	21
4.1 Proses produksi PT. Priangan Jaya.....	42
4.2 Struktur organisasi PT. Priangan Jaya.....	44
5.1 Pengujian Hipotesis.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Tabel Distribusi t