
BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, yaitu mulai dari pengumpulan data sampai dengan hasil dan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, maka penulis menarik beberapa kesimpulan mengenai peranan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Asia Paramita Indah Bandung dalam meningkatkan volume penjualan kosmetik Pixy yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan dalam melaksanakan saluran distribusi mempunyai beberapa tujuan yaitu: untuk meningkatkan volume penjualan, untuk menghadapi persaingan, dan untuk menampung informasi.
2. Saluran distribusi perusahaan mempunyai beberapa fungsi yaitu:
 - a) Informasi: Informasi mengenai kebutuhan pelanggan, informasi mengenai harga, dan informasi mengenai pesaing,
 - b) Promosi: perantara diharapkan bisa mengkomunikasikan produk dengan baik ke pelanggan.
 - c) Negosiasi: perusahaan megarapkan perantara dapat melakukan negosiasi kepada pelanggan dengan baik.
 - d) Pemesanan: perantara dapat melakukan pemesanan produk melalui telepon, faksimil, dan melalui salesman.

-
- e) Pendanaan: perusahaan mengharapkan perantara memiliki cukup dana baik yang diperoleh melalui modal sendiri maupun pinjaman dari bank.
 - f) Pengambilan Resiko: pengambilan resiko dalam pemesanan produk, dan resiko dalam melakukan penjualan produk secara kredit.
 - g) Kepemilikan Fisik: perantara diharapkan dapat langsung mendistribusikan produk ke pengecer.
 - h) Pembayaran: perusahaan mengharapkan perantara lancar dalam melakukan pembayaran.
3. Perusahaan dalam mendistribusikan produknya ke perantara menggunakan saluran tingkat satu dan saluran tingkat dua. Untuk saluran tingkat satu, perusahaan mendistribusikan produknya langsung ke pengecer (supermarket, Dept. store, toko). Untuk saluran tingkat dua, perusahaan mendistribusikan produknya ke pedagang besar (grosir dan semi grosir) lalu pedagang besar mendistribusikan ke pengecer.
4. Pengelolaan salurannya dilakukan sebagai berikut:
- a) Memilih anggota saluran (perantara), dengan pertimbangan: mampu melakukan penjualan sesuai target, mampu berkomunikasi dengan baik ke konsumen akhir, mampu mencari informasi produk pesaing.
 - b) Memotivasi anggota saluran (perantara), dengan cara: memberikan bonus, memberikan tambahan diskon, dan menjalin hubungan kerjasama dengan perantara melalui salesman.

-
- c) Mengevaluasi anggota saluran (perantara), perusahaan teratur melakukan pengawasan terhadap perantara setiap bulan 2 kali.
5. Dari hasil penelitian diperoleh nilai koefisien korelasi antara variabel saluran distribusi dan volume penjualan / $r = 0,80$ dan besarnya pengaruh kedua variabel diperoleh dari nilai koefisien determinasi / $Kd = 64\%$. Dapat dikatakan bahwa peningkatan volume penjualan kosmetik Pixy dipengaruhi oleh jumlah anggota saluran sebesar 64% sedangkan sisanya sebanyak 36% adalah pengaruh dari faktor lain diluar saluran distribusi. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh t hitung sebesar 2,96 dan t tabel untuk $dk = 15$ dengan taraf signifikan 5% yaitu 1,75. Berdasarkan kriteria pengujian, jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang kuat antara saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Asia Paramita Indah Bandung dalam meningkatkan volume penjualan kosmetik Pixy.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan dengan memperhatikan kesimpulan yang telah dibahas diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat menjadi masukan bagi perusahaan mengenai saluran distribusi yang dilakukan oleh PT. Asia Paramita Indah Bandung dalam meningkatkan volume penjualan kosmetik Pixy yaitu sebagai berikut:

1. Untuk masalah pertumbuhan penjualan yang mengalami naik turun setiap bulannya, perusahaan sebaiknya menetapkan target penjualan dan usaha-usaha pemasaran yang berbeda untuk setiap perantara, sesuai dengan potensi dan kapasitas yang berbeda pada setiap perantara.
2. Untuk masalah penetapan harga ditingkat eceran, perusahaan sebaiknya mulai memperhatikan hal ini, yaitu dengan membina hubungan yang baik antara perusahaan dengan perantara, untuk kemudian memberikan pengertian kepada perantara tentang pentingnya dan keuntungan menjaga tingkat harga yang stabil. Perusahaan dapat menugaskan salesman untuk memperhatikan hal ini.
3. Untuk masalah mempertahankan dan memperluas pasar, pendirian kantor depo yang dilakukan perusahaan sudah benar untuk memperluas pasar. Sedangkan untuk mempertahankan pasar, dapat dengan meningkatkan kualitas pelayanan, dan menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan perantara. Hubungan kerjasama ini bukan hanya melalui salesman, melainkan secara langsung dari pihak perusahaan sendiri untuk lebih meningkatkan kontrol terhadap penjualan dan kesetiaan perantara.

4. Untuk masalah mempertahankan anggota saluran (perantara), perusahaan hendaknya melakukan survei secara berkala untuk mengetahui sejauh mana saluran distribusi yang dilakukan perusahaan dapat memenuhi harapan dan memuaskan perantara, serta mengetahui posisi perusahaan dimata perantara dengan perusahaan pesaing, menjalin hubungan kerjasama juga diperlukan untuk meningkatkan kesetiaan perantara.