

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Peranan Saluran Distribusi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Karpet pada PT Kuala Mas”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Saluran Pendistribusian terhadap Volume Penjualan Karpet. Persaingan antar perusahaan sejenis juga mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan adalah bauran pemasaran (marketing mix). Penerapan bauran pemasaran merupakan strategi didalam melayani pasar yang dihadapi perusahaan, sehingga bila diimplementasikan dengan tepat akan membantu perusahaan dalam menghadapi persaingan. Kebijakan saluran distribusi merupakan salah satu keputusan yang sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pemasaran lainnya. Tanpa adanya saluran distribusi yang baik, usaha pemasaran suatu produk akan mengalami banyak hambatan, salah satunya adalah keterlambatan penyaluran produk yang berarti perusahaan memberi peluang bagi pesaing untuk merebut konsumen, dan pada akhirnya menyebabkan penurunan volume dan profit penjualan. Hal inilah yang mendorong penulis melakukan penelitian tentang masalah peranan saluran distribusi dalam upaya meningkatkan penjualan karpet.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu metode analisis yang berusaha mengumpulkan, menganalisis serta menyajikan data sehingga tersaji gambaran yang cukup jelas mengenai obyek penelitian dan masalah yang ada dengan dilakukan peerhitungan menggunakan koefisien korelasi, koefisien determinasi dan hipotesis diperoleh data sebagai berikut :

1. Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi antara jumlah agen dan volume penjualan sebesar 0,8122 menunjukkan adanya hubungan langsung yang kuat sekali dan bersifat searah
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi determinasi $K_d = 65,97\%$, sedangkan sisanya sebesar 34,03%. Angka tersebut menunjukkan besarnya kontribusi jumlah agen
3. Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dimana t_{hitung} sebesar 2,412 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,353 dikemukakan bahwa “Jika aktivitas saluran distribusi meningkat (dengan konsekuensi jumlah agen sebagai perantara dalam saluran distribusi yang digunakan perusahaan meningkat) maka volume penjualan dapat meningkat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh perusahaan karpet Kuala Mas, kesimpulan penulis adalah sebagai berikut :

1. Peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan diperusahaan karpet Kuala Mas sudah cukup baik, dapat dilihat dari penambahan agen diikuti dengan peningkatan penjualan.
2. Dengan luasnya daerah pemasaran, maka perusahaan harus mencari daerah yang berpotensi untuk meningkatkan penjualan.

Untuk mengatasi setiap permasalahan tersebut, penulis menyarankan agar perusahaan melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Seiring dengan peningkatan penjualan dan penambahan jumlah agen, maka perusahaan perlu meningkatkan jumlah produksi karpet untuk pemenuhan kebutuhan yang tersebar luas.

2. Perlu mempertimbangkan pasar geografis yang selama ini belum terlayani dengan mencari agen yang potensial di wilayah yang belum dijangkau oleh perusahaan. Penulis berharap saran - saran yang penulis berikan dapat mengatasi masalah yang terjadi didalam perusahaan, yang berkaitan dengan pengelolaan saluran distribusi, sehingga penjualan karpet PT. Kuala Mas dapat mengalami peningkatan dan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2	Identifikasi Masalah.....	3
1.3	Maksud & Tujuan Penelitian	3
1.4	Kegunaan Penelitian	3
1.5	Kerangka Pemikiran	4
1.6	Metodologi Penelitian.....	7
1.7	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Pengertian Pemasaran.....	9
2.2	Bauran Pemasaran.....	10
2.3	Saluran Distribusi.....	12
2.3.1	Pengertian Saluran Distribusi.....	12
2.3.2	Fungsi Saluran Distribusi.....	13
2.3.3	Bentuk-Bentuk Saluran Distribusi.....	14
2.3.4	Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi.....	15

2.4	Pengertian Perantara.....	18
2.4.1	Bentuk-Bentuk Perantara.....	19
2.4.2	Jumlah Perantara.....	20
2.5	Kebijakan Manajemen Saluran Distribusi.....	20
2.6	Peranan Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	21
2.7	Berapa Besar Pengaruh Saluran Distribusi Dapat Meningkatkan Penjualan.....	22
 BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1	Objek Penelitian.....	23
3.1.1	Sejarah Singkat & Perkembangan Perusahaan.....	23
3.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan & Uraian Jabatan.....	24
3.1.3	Aktivitas Usaha PT. Kuala Mas Bandung.....	28
3.2	Metode Penelitian.....	31
3.2.1	Metode yang Digunakan.....	31
3.2.2	Operasional Variabel.....	31
3.2.3	Jenis & Sumber Data.....	32
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.2.5	Teknik Pengolahan Data & Analisis Data.....	33
3.2.6	Rancangan Pengujian Hipotesis.....	35
 BAB IV PEMBAHASAN		
4.1	Kebijakan Saluran Distribusi Yang Dilakukan Oleh PT. Kuala Mas Bandung.....	37
4.1.1	Tujuan Penggunaan Saluran Distribusi.....	37
4.1.2	Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Perusahaan dalam Memilih Saluran Distribusi.....	39
4.1.3	Tingkat Saluran Distribusi yang Digunakan Perusahaan.....	41
4.1.4	Bentuk Perantara yang Digunakan oleh Perusahaan.....	42
4.1.5	Jumlah Perantara Yang Digunakan oleh Perusahaan.....	43

4.1.6	Pengelolaan Saluran.....	43
4.2	Peranan Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume pada PT. Kuala Mas Bandung.....	46
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	53
5.2	Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

SURAT PERNYATAAN

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Daftar Nama Agen PT Kuala Mas Tahun 2001	30
Tabel 4.1.	Jumlah Agen PT. Kuala Mas Tahun 2001-2005	46
Tabel 4.2.	Volume Penjualan PT. Kuala Mas Tahun 2001-2005	47
Tabel 4.3.	Perhitungan Koefisien Korelasi Antara Jumlah Agen dan Volume penjualan	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Bentuk-bentuk Saluran Distribusi	15
Gambar 3.1.	Struktur Organisasi PT. Kuala Mas Bandung	24
Gambar 3.2.	Gambar Pengujian Hipotesis	36
Gambar 4.1.	Saluran Distribusi Nol Tingkat	41
Gambar 4.2.	Saluran Distribusi Satu Tingkat	41
Gambar 4.4.	Daerah Penolakan dan Penerimaan H_0 uji Hipotesis	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Foto Bahan baku karpet dan tempat penyimpanan bahan baku

Lampiran 2 : Data-data seluruh agen-agen PT. Kuala Mas