

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis pembahasan yang telah dilakukan penulis dikaitkan dengan teori Manajemen Pemasaran dan hasil penelitian, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut :

Dengan total jumlah agen dari tahun 2001 sampai 2005 sebesar 120 agen, dan volume penjualan dari tahun 2001 sampai 2005 sebesar Rp 20.795.535.210.

1. Maka berdasarkan perhitungan koefisien korelasi antara jumlah agen dan volume penjualan sebesar 0,8122. Hal ini menunjukkan adanya hubungan langsung yang kuat sekali dan bersifat searah antara variabel X (saluran distribusi) dan variabel Y (volume penjualan) dan yang mempunyai arti bahwa kenaikan atau penurunan jumlah agen dalam saluran distribusi mengakibatkan kenaikan atau penurunan volume penjualan.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi determinasi  $K_d = 65,97\%$ , sedangkan sisanya sebesar 34,03%. Angka tersebut menunjukkan besarnya kontribusi jumlah agen dalam saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan.
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. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi hipotesis yang penulis 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”, dapat diterima.

Melihat dari data perusahaan bahwa dari tahun 2001 sampai tahun 2005, terlihat bahwa adanya peningkatan pada jumlah agen dan itu juga membuktikan bahwa adanya peningkatan jumlah pendapatan perusahaan dari tahun ke tahun. Berarti jumlah agen sangat mempengaruhi volume penjualan perusahaan.

Bentuk perantara yang digunakan oleh perusahaan adalah: *Agent Middleman* (agen perantara), Sedangkan jumlah perantara yang digunakan oleh perusahaan adalah: saluran distribusi selektif, yaitu perusahaan hanya menggunakan agen atau perantara di negara-negara tertentu yang dipilih oleh perusahaan

Tujuan penggunaan saluran distribusi:

- Menjangkau daerah pemasaran seluas-luasnya.
- Meningkatkan penjualan.
- Mempermudah tingkat pengendalian.
- Mendapatkan dan menyalurkan informasi.

Tingkat saluran yang digunakan oleh PT. Kuala Mas Bandung adalah:

- a) Saluran distribusi nol tingkat (*saluran distribusi langsung*)
- b) Saluran ditribusi satu tingkat (*a one level channel*)

Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi pada PT. Kuala Mas Bandung, antara lain:

- a. Pertimbangan Pasar
- b. Pertimbangan Produk
- c. Pertimbangan Perusahaan
- d. Pertimbangan Perantara dan Pesaing

## 5.2 SARAN

Berdasarkan adanya kegiatan pelaksanaan saluran distribusi yang telah dilakukan oleh perusahaan, maka penulis mencoba memberikan saran.

Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan koefisien korelasi antara jumlah agen dan volume penjualan yang sudah baik, saran penulis bahwa perusahaan jika ingin meningkatkan volume penjualan, perusahaan harus meningkatkan juga jumlah agen
2. Berdasarkan hasil analisis dan perhitungan koefisien korelasi determinasi diatas bahwa keikutsertaan agen dalam meningkatkan volume penjualan sangat potensial sekali, oleh sebab itu saran dari penulis agar agen-agen yang berpotensi lebih diberi dorongan motivasi lagi oleh perusahaan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan  $T_{table}$  dan  $T_{hitung}$  maka konsekuensi banyaknya jumlah agen sangat mempengaruhi volume penjualan perusahaan, saran dari penulis bahwa jika ingin memperluas dan memperbanyak jumlah agen, perusahaan harus meningkatkan jumlah produksi.

Demikian kesimpulan dan saran yang penulis uraikan. Melalui saran ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan guna memperbaiki pelaksanaan saluran distribusi dalam setiap pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pelaksanaan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan guna meningkatkan volume penjualan dimasa yang akan datang.