

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 rangkaian perantara. Hal ini merupakan suatu masalah bagi perusahaan dalam melakukan proses pemilihan 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 perusahaan. 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. Selain itu, 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 perusahaan PT Papyrus Sakti Paper Mill yang berlokasi di raya Banjaran km 16,2 ,Kabupaten Bandung, PT Papyrus Sakti Paper Mill ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi. Metode analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah analisis korelasi Rank Spearman dan koefisien determinasi yang digunakan untuk mengetahui seberapa kuat pengaruhnya antara variabel bebas yaitu saluran distribusi dengan variabel terikat yaitu hasil penjualan. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner.

Berdasarkan hasil perhitungan dari tanggapan para responden dengan menggunakan rumus koefisien korelasi rank spearman, terlihat bahwa hubungan antara saluran distribusi terhadap hasil penjualan produk kertas pada PT Papyrus Sakti Paper Mill adalah erat atau kuat dan positif dengan nilai sebesar 0,793. Dan hasil perhitungan dengan menggunakan koefisien determinasi didapat nilai 62,88 % berarti saluran distribusi mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap hasil penjualan sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Dengan demikian maka dapat dinyatakan bahwa saluran distribusi mempunyai peranan yang cukup besar dalam meningkatkan hasil penjualan produk kertas pada PT Papyrus Sakti Paper Mill, sehingga hal ini harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan oleh PT Papyrus Sakti Paper Mill untuk kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang.

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang	1
1.2 Identifikasi masalah.....	7
1.3 Maksud dan tujuan penelitian.....	7
1.4 Kegunaan penelitian.....	8
1.5 Kerangka pemikiran.....	9
1.6 Metode penelitian.....	15
1.7 Waktu dan lokasi penelitian.....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi pemasaran.....	17
2.2 Manajemen pemasaran.....	19
2.3 Bauran pemasaran.....	20
2.3.1 Pengertian bauran pemasaran.....	21
2.3.2 Elemen bauran pemasaran.....	21
2.4 Saluran distribusi.....	25
2.4.1 Pengertian saluran distribusi.....	25

2.4.2 Fungsi-fungsi saluran distribusi.....	29
2.4.3 Tingkatan saluran distribusi.....	31
2.4.4 Dinamika saluran distribusi.....	34
2.4.5 Faktor-Faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi	36
2.4.6 Mengidentifikasi alternatif saluran utama.....	40
2.5 Mengevaluasi alternatif saluran distribusi.....	42
2.6 Keputusan mengenai manajemen saluran distribusi.....	43
2.6.1 Memilih anggota saluran pemasaran.....	44
2.6.2 Memotivasi anggota saluran pemasaran.....	44
2.6.3 Mengevaluasi anggota saluran pemasaran.....	44
2.6.4 Memodifikasi pengaturan saluran pemasaran.....	45
2.7 Biaya-biaya saluran distribusi.....	45
2.8 Konflik saluran distribusi.....	48
2.8.1 Jenis konflik.....	48
2.8.2 Mengelola konflik saluran distribusi.....	49
2.9 Perantara.....	50
2.9.1 Pengertian perantara.....	51
2.9.2 Klasifikasi perantara.....	51
2.9.3 Peranan perantara dalam saluran distribusi.....	52
Peranan saluran distribusi terhadap peningkatan penjualan.....	53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan.....	55
--------------------------------	----

3.2 Operasionalisasi Variabel.....	55
3.3 Sumber data.....	56
3.4 Teknik pengumpulan data.....	57
3.5 Teknik analisa data.....	58
3.5.1 Analisis koefisien korelasi.....	59
3.5.2 Analisis koefisien determinasi.....	61
3.6 Analisis uji hipotesis.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan.....	63
4.2 Struktur Organisasi.....	64
4.3 Aktivitas perusahaan.....	72
4.4 Jenis produk perusahaan.....	74
4.5 Tujuan perusahaan melaksanakan saluran distribusi.....	76
4.6 Faktor-faktor pertimbangan pemilihan saluran distribusi.....	77
4.7 Pelaksanaan saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan.....	78
4.8 Tanggapan responden mengenai saluran distribusi yang dilakukan perusahaan	
4.8.1 Profil responden.....	80
4.8.2 Penilaian responden mengenai saluran distribusi yang ditetapkan oleh perusahaan.....	83
4.9. Analisa Peranan saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan.....	87
4.10 Pengaruh peranan saluran distribusi dalam meningkatkan hasil penjualan.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Hal
3.1 Operasional variabel.....	56
3.2 Interpretasi tingkat hubungan koefisien korelasi.....	60
4.1 Perbandingan campuran bahan baku berdasarkan gramature kertas.....	76
4.2 Jenis kelamin responden.....	80
4.3 Usia responden.....	80
4.4 Pendidikan terakhir responden.....	81
4.5 Tingkat pendapatan responden perbulan.....	81
4.6 Lamanya responden bekerja diperusahaan.....	82
4.7 Jabatan responden diperusahaan.....	82
4.8 Penilaian Responden Terhadap Pemberian Fasilitas Pelayanan Angkutan Oleh Perusahaan.....	83
4.9 Penilaian Responden Terhadap Ketepatan Waktu Pengiriman	84
4.10 Penilaian Responden terhadap pelaksanaan saluran distribusi yang dilakukan Perusahaan.....	84
4.11 Penilaian responden terhadap jangka waktu pembayaran yang diberikan oleh Perusahaan.....	85
4.12 Penilaian responden terhadap penyampaian produk baru oleh perusahaan	85
4.13 Penilaian responden terhadap pemberian waktu garansi produk oleh perusahaan.....	86
4.14 Penilaian responden terhadap kualitas produk perusahaan.....	86
4.15 Penilaian responden terhadap pemilihan anggota saluran distribusi oleh perusahaan.....	87

4.16 Penilaian responden terhadap pelayanan service yang diberikan oleh perusahaan.....	87
4.17 Penilaian responden terhadap pemberian bonus yang oleh perusahaan...	88
4.18 Data biaya saluran distribusi dan hasil penjualan perusahaan.....	89
4.19 Ranking data hasil penjualan perusahaan.....	91
4.20 Data interval hasil kuesioner tanggapan responden.....	92
4.21 Koefisien korelasi rank spearman.....	92

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1.1 Bagan kerangka pemikiran.....	14
2.1 Hubungan langsung produsen dan konsumen.....	28
2.2 Hubungan produsen dan konsumen melalui perantara.....	29
2.3 Bagan saluran distribusi untuk barang konsumen dan barang industri.....	33
4.2 Skema lapisan-lapisan kertas DPC.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Berita acara bimbingan

Lampiran II Kuesioner

Lampiran III Tabel data ordinal dan interval hasil kuesioner tanggapan responden

Lampiran IV Biodata Penulis

Lampiran V Struktur organisasi PT Papyrus Sakti Paper Mill

Lampiran VI Nota faktur PT Papyrus Sakti Paper Mill

Lampiran VII Tabel distribusi t

Lampiran VIII Surat pernyataan