

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada PT."X", dan pembahasan mengenai saluran distribusi pada Bab IV, yaitu dari pengumpulan data sampai dengan pembahasan. Maka didapat beberapa kesimpulan serta saran-saran sebagai bahan masukan bagi PT."X" terutama yang berhubungan dengan pelaksanaan saluran distribusi, sehingga diharapkan volume penjualan pada masa mendatang terus mengalami peningkatan. Adapun kesimpulan yang dimaksud sebagai berikut:

1. Dalam kegiatan usahanya untuk meningkatkan volume penjualan, PT."X" melaksanakan saluran distribusi yang tepat bagi perusahaan. Pelaksanaan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT."X" adalah:

a. PT."X" → Pedagang Besar → Pengecer → Konsumen

Saluran distribusi tidak langsung ini sering digunakan oleh perusahaan. Perusahaan melaksanakan penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, pedagang besar ini meneruskan menjual kepada konsumen sehingga memperkecil biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan.

b. PT."X" → Pengecer → Konsumen

Dalam saluran distribusi tidak langsung yang digunakan perusahaan adalah dengan menggunakan jasa perantara yaitu pedagang besar dan

pengecer, seperti pedagang grosir dan toko- toko kain dengan maksud untuk membantu proses penyampaian produk ke tangan konsumen, selanjutnya para pengecer menjual produk kepada konsumen akhir.

c. PT."X" → Konsumen

Saluran distribusi ini merupakan bentuk yang paling sederhana, jadi tidak ada pedagang perantara antara distributor dan konsumen. Penggunaan saluran distribusi ini hanya dilakukan dalam skala kecil, karena saluran distribusi langsung ini membutuhkan biaya yang sangat besar sedangkan dana yang dimiliki oleh perusahaan terbatas.

2. Berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis korelasi pearson, koefisien determinasi, uji hipotesis, didapat nilai korelasi ( $r$ ) antara variabel X (saluran distribusi) dan variabel Y (volume penjualan) sebesar 0,84 yang berarti korelasi antara kedua variabel tersebut kuat dan positif, dimana semakin besar jumlah biaya distribusi yang dikeluarkan perusahaan, semakin besar pula hasil penjualannya, begitu juga sebaliknya semakin kecil jumlah biaya distribusi yang dikeluarkan oleh perusahaan semakin kecil pula volume penjualan perusahaan.

Dari perhitungan uji hipotesis didapat hasil  $t$  hitung sebesar  $13,14 > t$  tabel = + 2,074 yang artinya menyatakan hubungan antara saluran distribusi dengan volume penjualan PT."X".

Sedangkan dari perhitungan determinasi didapat hasil sebesar 70,1 % dimana saluran distribusi mempunyai pengaruh besar dalam meningkatkan volume penjualan,

sedangkan volume penjualan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sebesar 29,9 %. Oleh karena itu saluran distribusi yang dilakukan PT."X" mempunyai pengaruh yang besar dalam meningkatkan volume penjualan.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang didapat, maka penulis mengajukan saran- saran yang kiranya dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan kain perusahaan. Adapun saran- saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan hendaknya mengatur kembali perencanaan pengiriman yang teratur dan terperinci, sehingga proses pengiriman lebih efektif.
2. PT."X" sebaiknya mengatur kembali strategi dan pelayanan dengan menambah tenaga penyalur untuk menjangkau daerah pemasaran yang baru sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan.
3. Perusahaan hendaknya mengatur kembali biaya-biaya yang dikeluarkan, sehingga pengiriman barang lebih efektif dan efisien.
4. PT."X" sebaiknya mempertahankan saluran distribusi yang selama ini telah dilaksanakan, karena dilihat dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi yang selama ini telah dilakukan oleh perusahaan merupakan saluran yang tepat bagi produk perusahaan, karena produk perusahaan termasuk ke dalam produk konsumen yang sifatnya pasar bisnis sehingga dalam pendistribusiannya menggunakan pedagang besar dan pengecer.

