

ABSTRACT

Nama : Yuliana
Judul : Distribusi Fisik Hangtag Serta Peranannya Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. MULIA SEJAHTERA Jakarta
Tanggal : 26 Juli 2006
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Sucherly, S.E., MS

Dewasa ini kegiatan distribusi fisik telah menjadi suatu kegiatan yang penting dalam usaha perusahaan dalam memberikan nilai pada pelanggannya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana penerapannya secara nyata terutama peranannya terhadap kegiatan penjualan pada suatu perusahaan percetakan di Jakarta.

Jika pelanggan mendapatkan kepuasan terhadap produk yang dibelinya lebih dari yang ia harapkan, maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan selanjutnya merupakan suatu factor yang menjadi pemicu terjadinya pembelian ulang. Untuk mendatangkan kepuasan kepada pelanggan, salah satunya adalah dengan memastikan produk yang mereka pesan sampai di tangan pelanggan sesuai dengan keinginan pelanggan, misalnya melalui pengiriman produk yang tepat, jumlah produk yang tepat, waktu pengiriman yang tepat, dan mengirimkan produk dalam tempat yang tepat. Usaha penyampaian produk ini dapat dicapai melalui kegiatan distribusi fisik yang dikelola dengan baik.

Dalam kaitannya dengan distribusi fisik, maka penelitian penulis pusatkan pada aktivitas-aktivitas manajemen logistic perusahaan dengan pasar sasarnya, yang terdiri dari Order Processing, Material Handling, Warehousing, Inventory Control, Transportation, dan Service.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa dengan dilakukannya distribusi fisik, maka jumlah penjualan produk perusahaan semakin meningkat. Dari kuosioner yang diberikan kepada 100 responden, dapat dilihat bagaimana kebijakan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai hubungan yang cukup berarti dengan peningkatan volume penjualan produk dengan hasil korelasi 0,520. Nilai Sig. pada output SPSS juga diperoleh sebesar 0.000 yang berarti bahwa hipotesis yang dikemukakan penulis yaitu terdapat pengaruh antara distribusi fisik dan volume penjualan diterima. Dilihat dari koefisien determinasi didapat hasil sebesar 52% yang berarti perubahan volume penjualan dapat dijelaskan oleh perubahan distribusi fisik sebesar 52% sedangkan sisanya 48% dapat dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan penelitian ini, maka penulis menyarankan agar dalam hal distribusi fisik guna meningkatkan volume penjualan, kebijakan perusahaan perlu tetap dipertahankan dan ditingkatkan lebih baik lagi, selain itu perusahaan juga perlu melatih karyawannya dalam hal cara pengepakan barang lebih baik lagi agar pengembalian retur dapat dihindari, perusahaan juga diharapkan dapat menyediakan gudang-gudang baru di kota-kota lain tempat para pelanggan berada untuk mempermudah hubungan dengan pelanggan sekaligus juga untuk meningkatkan usahanya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Pengertian Marketing Management.....	10
2.1.2. Pengertian Marketing Mix	11
2.1.3. Product	14
2.1.3.1. Sifat dan Klasifikasi Jasa	18
2.1.3.2 Individual Product Decisions.....	19
2.1.4. Place	21
2.1.4.1. Penempatan Produk	22
2.1.5. Physical Distribution.....	23
2.1.5.1. Order Processing.....	26
2.1.5.2. Inventory Management	28
2.1.5.3. Material Handling	31

2.1.5.4. Warehousing	33
2.1.5.5. Transportation	38
2.1.5.6. Customer Service	41
BAB III	46
METODE PENELITIAN	46
3.1. Metode yang digunakan	46
3.2. Operasional Variabel	47
3.2.1. Pengukuran Variabel	50
3.2.2. Transformasi Skala Pengukuran	50
3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data	54
3.5. Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis	55
BAB IV	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Profil perusahaan	58
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT. MULIA SEJAHTERA	58
4.1.2 Bidang Usaha	59
4.1.3. Struktur Organisasi	61
4.2. Pelaksanaan Distribusi Fisik yang Diterapkan PT. MULIA SEJAHTERA Jakarta	63
4.3. Peranan Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	66
4.3.1. Variabel X (Distribusi Fisik)	66
4.3.2. Variabel Y (Volume Penjualan)	73
4.3.3. Pengukuran Betapa Kuatnya Peranan Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Volume Penjualan	74
BAB V	79
KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 4.1. Pemesanan Melalui Telepon dan Email.....	66
Tabel 4.2. Konfirmasi Ulang	66
Tabel 4.3 Pengiriman Sebelum Persediaan Habis	67
Tabel 4.4. Pengepakan Barang.....	67
Tabel 4.5. Kondisi Barang Yang Dikirim.....	68
Tabel 4.6. Letak Gudang.....	68
Tabel 4.7. Kapasitas Gudang	69
Tabel 4.8. Kecepatan Pengiriman	69
Tabel 4.9. Pemesanan Dalam Satu Kali Pengiriman	70
Tabel 4.10. Ketepatan Jadwal Pemesanan	70
Tabel 4.11. Pesanan Produk Lain	71
Tabel 4.12. Biaya Angkut	71
Tabel 4.13. Tanggap Dalam Pengembalian Retur	72
Tabel 4.14. Sistem Distribusi.....	72
Tabel 4.15. Peningkatan Jumlah Pemesanan	73
Tabel 4.16. Jumlah Kapasitas Pemesanan	73
Tabel 4.17. Correlations.....	74
Tabel 4.18. Model Summary	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. The Four Ps Of The Marketing Mix	12
Gambar 2.2 Garis Besar Sistem Order Processing	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. MULIA SEJAHTERA	78

LAMPIRAN

DAFTAR JENIS KERTAS (dalam gram)

Art Carton	Art Paper	Ivory	Dupplex
190	80	230	250
210	85	250	270
230	100	270	300
260	120	300	350
350	150	350	400
360		400	450

TINTA : Cemani Toka ex Japan

Plate : AGFA ex Germany