

Role of Distribution Expense to Improvement of Sale Volume at PT. Macro Source, Lampung

ABSTRACT

This research target is to check/analysing distribution expense share to improvement of sale volume at PT. Macro Source in Lampung. The method analysis used is descriptive analysis method, this method was used to analysis data concluded from research result.

This research taking data distribution expense and sale volume at PT. Macro Source which reside in Lampung during five year. In this research, the hypothesis test used is Coefficients Pearson Correlation two-tailed. Analyse of Coefficients this Pearson Correlation two-tailed is used to see/analysing the strength of relation between two variable that is distribution expense and sale volume.

Result of research which support raised hypothesis, that is have role/relation very positive and strong among distribution expense and sale volume.

Keywords: role of distribution, improvement of sale.

Peranan Biaya Distribusi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada PT. Sumber Makro, Lampung

INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti/menganalisis apakah biaya distribusi berperan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Sumber Makro di Lampung. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif, metode ini digunakan untuk menganalisis data lalu menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan.

Pada penelitian ini di ambil data biaya distribusi maupun volume penjualan pada PT. Sumber Makro yang berada di Lampung selama lima tahun. Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang digunakan adalah *Coefficients Pearson Correlation two-tailed*. Alat analisis *Coefficients Pearson Correlation two-tailed* ini digunakan untuk melihat/menganalisis kuatnya hubungan antara dua variabel yaitu biaya distribusi dan volume penjualan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan mendukung hipotesis yang diajukan, yaitu terdapatnya peranan/hubungan yang sangat kuat dan positif antara biaya distribusi dengan peningkatan volume penjualan.

Kata-kata kunci: peranan biaya distribusi, peningkatan volume penjualan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i	
INTISARI	ii	
KATA PENGANTAR	iii	
DAFTAR ISI	vi	
DAFTAR TABEL	x	
DAFTAR GAMBAR	xi	
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Perumusan Masalah	4
1.3	Tujuan Penelitian	4
1.4	Manfaat Penelitian	4
1.5	Lingkup Penelitian	5
1.6	Sistematika Penulisan	5
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
2.1	Pengertian Manajemen	7
2.2	Pengertian Pemasaran	7
2.3	Pengertian Manajemen Pemasaran	8

2.4	Bauran Pemasaran	
2.4.1	Pengertian Bauran Pemasaran	9
2.4.2	Elemen Pokok Bauran Pemasaran	10
2.5	Distribusi	
2.5.1	Bauran Distribusi	11
2.5.2	Peranan Distribusi	12
2.6	Saluran Pemasaran/Distribusi	
2.6.1	Pengertian Saluran Pemasaran/Distribusi	13
2.6.2	Pemilihan Saluran Distribusi	15
2.6.3	Fungsi Saluran Distribusi	28
2.6.4	Keputusan Rancangan Saluran Distribusi	29
2.6.5	Strategi Pengendalian Saluran Distribusi	36
2.7	Pengertian Distribusi Fisik	38
2.8	Analisis Biaya Pemasaran/Distribusi	40
2.9	Volume Penjualan	42
2.10	Pertimbangan Dasar Dalam Kegiatan Penjualan dan Pemilihan Anggota Saluran Penjualan/Distribusi	43
2.11	Model Penelitian	44
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Sejarah Singkat PT. Sumber Makro, Lampung	47
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan	47
3.3	Desain Penelitian	54

3.4	Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	54
3.5	Uji Validitas	55
3.6	Uji Reliabilitas	55
3.7	Metode Pengumpulan Data	56
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1	Peranan Biaya Distribusi Pada PT. Sumber Makro	59
4.2	Pelaksanaan Saluran Distribusi Pada PT. Sumber Makro	61
4.3	Tujuan Perusahaan Melaksanakan Saluran Distribusi	67
4.4	Fungsi Saluran Distribusi Yang Dijalankan Oleh PT. Sumber Makro	69
4.5	Analisis Peranan Biaya Distribusi Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan	71
4.6	Pembahasan	
4.6.1	Persentase Perubahan Hasil Penjualan dan Biaya Distribusi Pada PT. Sumber Makro Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	75
4.6.2	Hubungan Biaya Distribusi dengan Hasil Penjualan Pada PT. Sumber Makro	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 89

5.2 Saran 91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	54
4.1	Total Hasil Penjualan Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	73
4.2	Total Biaya Distribusi Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	74
4.3	Kenaikan dan Penurunan Hasil Penjualan pada PT. Sumber Makro Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	76
4.4	Kenaikan dan Penurunan Biaya Distribusi pada PT. Sumber Makro Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	76
4.5	Perhitungan Analisa Korelasi Antara Biaya Distribusi dengan Hasil Penjualan pada PT. Sumber Makro Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	81
4.6	Total Penjualan Perusahaan Distributor Mesin Pencetak Plastik Di Lampung Periode Tahun 2001 sampai dengan 2005	85

DAFTAR GAMBAR

2.1	Saluran Distribusi Untuk Produk Konsumsi	18
2.2	Saluran Distribusi Untuk Produk Industri	18
2.3	Bagan Biaya Impas Untuk Pilihan Antara Wiraniaga Perusahaan dan Agen Penjualan Manufaktur	35
2.4	Distribusi Fisik	39
2.5	Model Penelitian	46
3.2	Bagan Organisasi	58
4.1	Saluran Distribusi Langsung dan Saluran Distribusi Tidak Langsung	64