MEN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SRIJAYA SETIA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI

Diajukan Oleh :

SUNOTO
01023110002

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat
Guna mencapai gelar
Sarjana Ekonomi
2006

07
1.1

S
658.8207
Sun
a
2006

14263/14624

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
U.P. PERPUSTAKAAN

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SRIJAYA SETIA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI

Diajukan Oleh :

SUNOTO

01023110002

Untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat

Guna mencapai gelar

Sarjana Ekonomi

2006

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SUNOTO

NIM : 01023110002

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SRIJAYA SETIA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

Tanggal 4 - April - 2006 Pembimbing 1 :

Drs. H. Muchlis Usman

Tanggal 11 - April - 2006 Pembimbing 2 :

Dra. Suhartini Karim

Motto :

Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian. Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal shaleh dan nasehat-menasehati supaya menaati kebenaran dan nasehat-menasehati supaya menetapi kesabaran. **(Al – Ashr : 1-3)**

Kupersembahkan kepada :

- **Agamaku**
- **Bapak Su'at (Alm) dan Ibunda Suni yang tercinta**
- **Keluargaku**
- **Almamaterku**

KATA PENGANTAR

Assalam mualaikum..wr wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur tidak henti-hentinya penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT. Karena atas limpahan Rahmat dan Ridho-Nya penulis diberi kesehatan lahir dan bathin sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"Analisis Saluran Distribusi PT. Srijaya Setia Palembang Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Gas Elpiji"**. Dimana skripsi ini bertujuan sebagai syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Dan tak lupa salam dan sholawat penulis haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah membawa perdamaian dan penerangan bagi umat manusia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Ini semata-mata penulis menyadarinya sebagai manusia yang tak luput dari kekeliruan. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki. Tapi jika skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, itu semata-mata karena Allah SWT.

Selama penyelesaian skripsi ini, penyusun banyak menerima bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Dari lubuk hati sanubari yang paling dalam serta dengan hati yang tulus ikhlas dan rasa hormat, dalam kesempatan ini penyusun berkenan untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr.Ir. H. Zainal Ridho Djafar, selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Syamsurijal Ak, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Yuliansyah M.Diah, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.

4. Bapak Drs. Muchlis Usman, selaku ketua Pembimbing skripsi atas waktu dan bantuan bimbingannya selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Dra. Suhartini karim, selaku anggota pembimbing skripsi atas waktu dan bantuan bimbingannya selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Drs. M. Kosassih Zen, selaku anggota penguji skripsi dalam ujian komprehensip atas waktu dan bantuannya.
7. Ibu Dra. Hj. HArtati Ali, MM, selaku pembimbing Akademik yang telah memberikan nasehat dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
8. Seluruh Dosen dan staf Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya atas pengajaran, nasehat dan bantuannya selama penulis kuliah.
9. Ibu Myria Fatriza, selaku Direktur PT. Srijaya Setia Palembang atas semua data-data yang diberikan kepada penulis dan Bapak Iskandar serta seluruh Karyawan PT. Srijaya Setia Palembang atas bantuan dan waktu yang diberikan kepada penulis dalam penelitian di perusahaan..
10. Bapak Su'at (Alm) dan Ibunda Suni yang telah memberikan dorongan kepada Adek, sehingga Adek dapat menyelesaikan kuliah. Terima kasih ya Bunda atas investasinya.
11. Buat keluarga Mamas Samhari dan Mbayu Warsih, Mamas Warsono dan Mbayu Warih, Mamas Cahyono dan Mbayu Sri, Mamas Lanang dan Mbayu Emi, Mamas Usman dan Mbayu Pipit, terima kasih atas investasi modal jangka panjangnya dalam pendidikan Adek serta buat kemenakanku; Yono, Ican, Ilal, Indri, Wahyu, Novi, Santi, Tina, Sarif, Dimas, Agung dan Ida.

12. Teman-temanku di **"Manajemen 02"** : Lian, Febri, Ariska, Leo, Ade, Ferdi, Ikhsan, Denny, Fiman, Agus, Albet, Gito, Bima, Anto, Zainudin, Reza, Tiara, Sasti, Putri, Nurmaida, Husnaini dan Esti. Terima kasih atas suka dan duka selama di bangku kuliah dan kalian semua adalah teman yang terbaik bagiku. Kapan!!!Giliran kalian semua lulus?
13. Sahabat-sahabatku: Ade, Ferdi, Ninggo, leo, Ariska, Hardi, Lian, Febri, Joko, Jeri, Safran, Firmansyah, Funk, Hezron, ILham, Dayat, Zudi, Eka, Roi, lince, Edi, Yuspandi, Juli, Era dan semuanya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
14. Buat Omi, Juan, Dani, Rusda dan semua teman yang sudah **"Tamat"** terima kasih atas dorongannya sehingga **Noto** termotivasi untuk mengejar kalian.

Akhirnya penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang tak dapat disebutkan atas kontribusinya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga sangat menyadari segala kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu penulis mohon maaf yang sedalam-dalamnya dan dengan segala kerendahan hati penulis mohon sudilah menerima segala kekurangan yang ada didalam skripsi ini. Akhir kata, penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT. selalu memberi berkah dan rahmat-Nya kepada kita semua. Amiin 3x.

Wassalam mualaikum wr. wb.

Inderalaya Mei 2006

Penulis

(Sunoto)

UPT. PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
NO. BAFTAR : 00141
TANGGAL : 13 JUN 2006

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN iii

KATA PENGANTAR iv

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEl xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 6

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 6

1.3.1 Tujuan Penelitian 6

1.3.2 Manfaat Penelitian 7

1.4 Metodologi Penelitian 7

1.4.1 Ruang lingkup Penelitian 7

1.4.2 Objek Penelitian 7

1.4.3 Sumber data 8

1.4.4 Teknik Pengumpulan Data 8

1.4.5 Variabel Penelitian 9

1.4.6 Teknis Analisis 10

1.4.6.1 Analisis Kuantitatif 10

1.4.6.2 Analisis Kualitatif 11

1.5 Sistematika Pembahasan 12

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran, Konsep, dan Manfaat Pemasaran 14

2.1.1 Pengertian Pemasaran 14

2.1.2 Konsep Pemasaran 18

2.1.3 Fungsi Pemasaran 21

2.2 Pengertian Distribusi, Fungsi dan Manfaat Saluran Distribusi 24

2.2.1 Pengertian Saluran Distribusi 24

2.2.2 Fungsi Saluran Distribusi 27

2.2.3 Manfaat Saluran Distribusi 29

2.3 Rencana Distribusi 31

2.3.1 Distribusi Fisik 32

2.3.2 Saluran Distribusi 35

2.3.3 Layanan Pelanggan 38

2.4 Alternatif Saluran Distribusi 40

2.4.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi 40

2.4.2 Alternatif Pemilihan Saluran Distribusi 41

2.5 Pengertian Penjualan, Konsep Penjualan Dan Tujuan Penjualan 43

2.5.1 Pengertian Penjualan 43

2.5.2 Konsep Penjualan 45

2.5.3 Tujuan Penjualan 46

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan 47

3.2 Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas 49

3.3 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan 56

3.4 Aktivitas Perusahaan 58

3.4.1 Produk Perusahaan 58

3.4.2 Wilayah Pemasaran 60

3.5 Persaingan 63

3.6 Distribusi 65

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kuantitatif 69

4.2 Analisis Kualitatif 79

4.2.1. Upaya Merancang Strategi Distribusi yang Efektif dalam Usaha Meningkatkan Volume penjualan 79

4.2.2 Variabel-variabel Saluran Pemasaran Dalam Usaha Meningkatkan volume Penjualan 90

4.2.2.1 Operasi Saluran 90

4.2.2.2 Kepemimpinan Saluran 91

4.2.2.3 Komunikasi Saluran 92

4.2.2.4 Struktur Saluran..... 95

4.2.2.5 Lingkungan Saluran..... 96

4.2.3 Faktor-faktor Lain Yang Mempengaruhi Hubungan Antara Saluran Distribusi Dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan..... 98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 102

5.2 Saran..... 103

DAFTAR PUSTAKA..... 105

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1 Realisasi Penjualan Gas Elpiji PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2001-2005 (dalam rupiah)..... 61

3.2 Perkembangan Harga Jual dan Harga Beli Gas Elpiji PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2001-2005 (dalam tabung)..... 62

4.1 Realisasi Penjualan Gas Elpiji PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2001-2005 (dalam rupiah)..... 70

4.2 Trend Penjualan Gas Elpiji Isi 12 kg/tabung PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2001-2005 (dalam tabung)..... 71

4.3 Ramalan Penjualan Gas Elpiji Isi 12 kg/tabung PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2006-2010 (dalam tabung)..... 73

4.4 Trend Penjualan Gas Elpiji Isi 50 kg/tabung PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2001-2005 (dalam tabung)..... 74

4.5 Ramalan Penjualan Gas Elpiji Isi 12 kg/tabung PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2006-2010 (dalam tabung)..... 76

4.6 Ramalan Penjualan Total Gas Elpiji Isi 12 dan 50 kg/tabung PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2006-2010 (dalam tabung) 77

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 latar Belakang

Negara Indonesia merupakan salah satu Negara dengan kekayaan sumber daya alam yang sangat kaya dan banyak yang dapat diolah menjadi bahan bakar. Bahan bakar merupakan salah satu kebutuhan hidup manusia yang sangat berperan dalam menunjang kelangsungan hidup sehari-hari. Ada banyak jenis sumber daya alam yang dapat diolah dan digunakan sebagai bahan bakar, seperti minyak bumi, batubara, gas alam, tenaga surya, dan lainnya. Salah satu sumber daya alam yang sekarang ini sudah dimanfaatkan dan diolah dengan baik adalah *liquid* gas atau elpiji.

Pada masa sekarang ini banyak bermunculan berbagai macam penemuan teknologi. Dengan bermunculan teknologi tersebut menuntut masyarakat terutama perkotaan mulai mengikuti perkembangan teknologi dan mulai meninggalkan kehidupan tradisioanal karena mereka dituntut untuk hidup lebih praktis. Ada banyak hasil dari penemuan teknologi yang bermanfaat bagi manusia, dan salah satu contohnya adalah kompor gas yang menggunakan elpiji sebagai bahan bakarnya. Penggunaan kompor gas sudah banyak digunakan bukan hanya dikota saja, bahkan sekarang masyarakat kecil juga sudah mulai menggunakanya.

Penggunaan kompor gas yang sudah banyak digunakan dimasyarakat ini tidak lepas dari keunggulan dari kompor gas itu sendiri dibandingkan dengan kompor minyak tanah. Keunggulan kompor gas terletak pada bahan bakarnya yang menggunakan gas elpiji dengan keunggulannya yang dimiliki, yaitu bebas polusi dan lebih cepat

dibandingkan dengan menggunakan minyak tanah sebagai bahan bakar kompor tradisonal.

Kota Palembang sebagai salah satu kota besar di Indonesia, masyarakatnya sudah banyak yang menggunakan kompor gas elpiji untuk kegiatan memasak. Oleh karena itu pemasaran gas elpiji sudah mulai banyak dilakukan di kota Palembang. Pemasaran gas elpiji hendaknya dilakukan dengan sebaik mungkin guna memenuhi kebutuhan rumah tangga masyarakat di kota Palembang pada khususnya. Suatu pemasaran yang baik harus disertai dengan pemberian pelayanan yang baik kepada para konsumen pengguna gas elpiji.

Di Palembang, Pertamina merupakan produsen tunggal gas elpiji. Pertamina tidak langsung memasarkan gas elpiji tersebut kepada konsumen. Namun, Pertamina memilih menggunakan saluran pemasaran dengan menggunakan perantara yaitu bekerja sama dengan beberapa dealer dan pedagang besar untuk menyalurkan gas elpiji tersebut kepada konsumen. Para dealer dan pedagang besar dalam hal ini diberikan kepercayaan dan tanggung jawab sepenuhnya oleh Pertamina untuk melakukan kegiatan pemasaran dan distribusinya. Para dealer dan pedagang besar ini berhak untuk melakukan pemasaran dengan cara distribusi langsung kepada konsumen atau mendistribusikannya hanya kepada depot-depot saja.

Pada dasarnya telah diketahui bahwa suatu perusahaan pada umumnya memiliki beberapa tujuan, salah satu diantaranya adalah memperoleh laba. Dengan keberhasilan mendapatkan laba ini maka dapat mendorong tercapainya tujuan perusahaan lainnya seperti kelangsungan hidup *(survival),* pertumbuhan *(growth)* dan adaptasi *(adaptation)* terhadap perubahan lingkungan, untuk mencapai hasil yang optimal.

Pengelolaan perusahaan harus diupayakan dengan sebaik mungkin. Untuk itu perlu diterapkan suatu manajemen yang efektif dan efesien dengan menggunakan sumber daya organisasi yang ada dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan filosofis bisnis yang dianut oleh perusahaan.

Peningkatan laba sebagai tujuan perusahaan dapat diperoleh dari peningkatan volume penjualan, dan untuk dapat meningkatkan volume penjualan perlu ditetapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk yang ditawarkan perusahaan dapat diterima oleh konsumen dengan baik dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari.

Filosofis bisnis pada hakekatnya dalam pemasaran yang dianut oleh perusahaan terdapat tiga elemen pokok, yaitu :[1]

1. Orientasi konsumen.
2. Volume penjualan yang menguntungkan.
3. Koordinasi dan integrasi secara keseluruhan kegiatan pemasaran dalam perusahaan.

Pada perusahaan yang berorientasi pada konsumen ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain adalah kebutuhan apa yang diinginkan konsumen (perusahaan menyediakan apa yang dibutukan tersebut), menyediakan produk dan pola pemasarannya, dan menentukan segmen pasar yang menjadi sasarannya.

Volume penjualan yang menguntungkan adalah tujuan konsep pemasaran bagi perusahaan, sehingga memperoleh laba melalui kepuasan konsumen. Artinya laba merupakan pencerminan dari usaha perusahaan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen baik dari segi mutu, harga, pelayanan dan lain-lainnya.

---

[1] Drs. M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Bumi Aksara dan Pusat Antar Universitas – Studi Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 1993, Halaman 15.

Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Bahwa setiap individu dan setiap bagian dalam perusahaan yang berkecimpung dalam satu usaha yang terkoordinasi dalam mencapai tujuan perusahaan sehingga memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Dari filosofis bisnis perusahaan tersebut maka dapat ditentukan tujuan dan strategi perusahaan yang sesuai dengan aktivitas usahanya. Seperti telah diketahui dalam kehidupan ekonomi terdapat tiga aktivitas yang berlaku yaitu : *produksi, distribusi, dan konsumsi. Produksi* disini merupakan suatu proses untuk mengubah input menjadi output berupa barang dan jasa yang memiliki nilai tambah, sedangkan *konsumsi* merupakan perilaku konsumen dalam memakai barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen. Agar suatu produk yang diproduksi tersebut dapat diterima konsumen maka perlu dilakukan suatu proses distribusi sebagai jembatan antara produsen dan konsumen.

Pada kesempatan ini penulis mencoba memfokuskan penelitian hanya pada satu variable dalam bauran pemasaran yaitu kegiatan distribusi.*Distribusi* yang dimaksud disini merupakan salah satu variable dari bauran pemasaran atau yang dikenal dengan *empat P* yang terdiri atas produk *(product),* harga *(price),* promosi *(promotion)* dan distribusi *(placement).*

Dengan makin maraknya penggunaan kompor gas khususnya di kota Palembang, secara tidak langsung membuat permintaan akan kebutuhan gas elpiji makin meningkat. Hal ini mengakibatkan banyaknya masalah yang timbul pada perusahaan-perusahaan di Palembang yang bergerak dibidang penjualan gas elpiji.

PT. Srijaya Setia adalah salah satu perusahaan di kota Palembang yang bergerak dibidang penjualan gas elpiji tersebut. Perusahaan ini pula yang ditunjuk oleh pertamina

dan diajak untuk bekerja sama untuk menyalurkan gas elpiji kepada konsumen. PT. Srijaya Setia dalam hal ini bertindak sebagai pedagang besar. PT. Srijaya Setia membeli gas elpiji kepada Pertamina kemudian pihak PT. Srijaya Setia baru mendistribusikan gas elpiji tersebut kepada konsumen atau masyarakat.

Upaya PT. Srijaya Setia untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang tepat pada waktunya perusahaan memerlukan suatu sistem pemasaran yang baik untuk menciptakan hubungan transaksi antara produsen dan konsumen dalam jangka panjang, sehingga dapat menciptakan laba dalam jangka panjang pula bagi perusahaan tersebut.

Adapun jenis produk gas elpiji yang dijual oleh PT. Srijaya Setia palembang yaitu gas elpiji dengan ukuran 12 kg/tabung dan 50 kg/tabung. Kedua macam produk tersebut memiliki pangsa pasar yang berbeda. Pada umumnya gas elpiji dengan isi 12 kg/tabung ditujukan kepada kebutuhan rumah tangga. Sedangkan gas elpiji isi 50 kg/tabung biasanya ditujukan kepada industri seperti peternakan, industri rumah tangga seperti jasa catering, jasa pembuatan kue, usaha rumah makan dan untuk dirumah sakit.

Baik tidaknya saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan dipengaruhi oleh kondisi perusahaan itu sendiri dan pasarnya. Sebuah perusahaan dapat dipandang sebagai suatu sistem keseluruhan, begitu juga mengenai saluran distribusi yang digunakan perusahaan dalam rangka mencapai konsumen akhir. Dalam hal ini keberhasilan perusahaan sering tergantung pada hasil kerja saluran distribusi itu sendiri.

Jadi dapat dikatakan dengan adanya saluran distribusi yang efektif berarti akan menjamin pemindahan barang-barang dari produsen ke konsumen, di samping itu penyebaran serta jangkauan daerah pemasaran produk akan lebih merata lagi sehingga

akan meningkatkan penjualan maupun keuntungan demi kelangsungan hidup perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, dan dengan melihat peranan saluran distribusi maka penulis mencoba meneliti pada PT. Srijaya Setia dengan judul :

"ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SRIJAYA SETIA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI"

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian yang terdapat pada latar belakang diatas yang menjelaskan tentang saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan, maka permasalahan pokok yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

"Bagaimana pengaruh saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan PT. Srijaya Setia Palembang" dan

"Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi hubungan antara saluran distribusi dengan peningkatan volume penjualan "

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan.

2. Untuk mengetahui Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi hubungan antara saluran distribusi dengan peningkatan volume penjualan.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil yang ingin dicapai dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Untuk menambah informasi dan pengetahuan kepada penulis di dalam bidang pemasaran pada umumnya dan masalah saluran distribusi khususnya.
2. Sebagai bahan masukan bagi PT. Srijaya Setia Palembang dalam menyusun strategi distribusi untuk meningkatkan volume penjualannya.
3. Bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

1.4 Metodologi Penelitian

1.4.1 Ruang Lingkup Pembahasan

Seperti kita ketahui bahwa pemasaran itu selalu dikaitkan dengan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi, dan promosi tentu saja cakupan masalah dan pembahasannyapun begitu luas, untuk itu penulis mencoba membatasi pembahasan ini pada distribusinya saja.

1.4.2 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penulis adalah PT. Srijaya Setia Palembang yang beralamat di Jalan Bay Salim Batubara Nomor 3 Palembang.

1.4.3 Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer

   Adalah data yang langsung diambil dari sumbernya dengan melakukan pengamatan pada objek penelitian.

2. Data Sekunder

   Adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain,dan diperoleh dari catatan perusahaan yang relevan dengan penelitian.

1.4.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun jenis pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan (*library research)*

   Data diperoleh dengan cara pengumpulan data dari buku-buku, artikel atau media informasi yang berkaitan dengan judul dan pokok permasalahan yang diteliti.

2. Studi Lapangan (*field research*)

Adapun jenis teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara sebagai berikut :

a Metode Wawancara (*interview)*

Adalah pengambilan data dilakukan melalui wawancara pada pimpinan perusahaan dalam hal ini pihak maupun karyawan yang berwenang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan.

b Observasi.

Adalah pengamatan langsung terhadap hal-hal yang diperlukan sebagai landasan untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi perusahaan.

1.4.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dapat diidentifikasikan dalam kerangka yang dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1.1
Variabel Penelitian

Pada gambar 1.1 terlihat jelas saluran distribusi sebagai variable independent yang digunakan oleh PT. Srijaya Setia Palembang. Yang termasuk kedalam variable saluran distribusi adalah fasilitas mencakup gudang, pabrik serta lokasinya, sediaan atau stok, transportasi, komunikasi, dan unitisasi mencakup bagaimana barang itu dikemas dan dikelompokkan. Kelima saluaran distribusi tersebut mempengaruhi volume penjualan sebagai variable dependen perusahaan.

Dengan adanya pengaruh saluran distribusi yang digunakan dengan peningkatan volume penjualan yang akan diteliti, diharapkan hasilnya akan bermanfaat untuk mengevaluasi dan memperbaiki saluran distribusi yang telah ada sehingga lebih jauh diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan dan pendapatan perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas usahanya PT. Srijaya Setia Palembang menggunakan dua saluran distribusi, yaitu pertama saluran distribusi langsung dimana perusahaan menyalurkan barang-barang kepada konsumen secara langsung. Kedua, saluran distribusi tidak langsung dimana dalam menyalurkan barang-barang kepada konsumen perusahaan menggunakan depot-depot penjualan sebagai perantara.

Pada penelitian ini hanya akan dibahas pengaruh variabel saluran distribusi yang digunakan perusahaan dalam peningkatan volume penjualan,sedangkan pengaruh factor-faktor lain tidak dijelaskan secara mendalam.

1.4.6 Teknik Analisis

Untuk menganalisa permasalahan yang ada digunakan teknik analisa secara kuantitatif dan kualitatif. Dimana analisis tersebut adalah dibawah ini yang akan dipaparkan.

1.4.6.1 Analisa Kuantitatif

Yaitu analisis yang menentukan, mengumpulkan, mengklasifikasikan, dan menafsirkan data-data yang ada dengan formula yang berkaitan dengan permasalahan yang ada. Dengan analisis ini penulis memberikan gambaran mengenai ramalan penjualan untuk lima tahun yang akan datang. Adapun metode yang digunakan adalah metode *least square* dengan menggunakan persamaan linier.

Persamaan Linier[2]:

---

[2] Anto Dayan,*Pengantar Metode Statistik*,Jilid 1,Cetakan Kesebelas,LP3ES,Jakarta,1986,Halaman 367

Digunakan untuk melihat hubungan antara jumlah saluran distribusi yang digunakan dengan peningkatan volume penjualan.

Rumus yang digunakan adalah :

$$\mathbf{Y = a + b\,x}$$

Dimana :

Y = volume penjualan periode X

a = Konstanta

b = Konstanta

x = Periode tahunan

n = Jumlah tahun

Untuk mencari variabel yang belum diketahui yaitu variabel a dan b pada persamaan diatas, maka digunakan dua persamaan pembantu yaitu diantaranya adalah

i. $\Sigma y = na + b\,\Sigma x$

ii. $\Sigma xy = a\Sigma x + b\,\Sigma x^2$

1.4.6.2 Analisa Kualitatif

Analisa Kualitatif dilakukan untuk menganalisis pengolahan saluran distribusi yang dilakukan perusahaan, dengan cara membandingkan pelaksanaan pengolahan saluran distribusi dengan teori yang bersangkutan kemudian ditarik kesimpulannya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara umum kerangka isi yang akan dibahas dalam skripsi sehingga dapat dihubungkan antara bab yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu penulis akan menguraikan keseluruhan pembahasan susunan mengenai skripsi secara keseluruhan disertai pembahasan yang terdiri menjadi lima bab.

Secara sistematis isi dari skripsi ini dapat disusun sebagai berikut :

BAB. I PENDAHULUAN

Merupakan bab pendahuluan yang isinya mengemukakan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metodelogi penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB.II LANDASAN TEORI

Merupakan bagian yang mengungkapkan pengertian pemasaran, manfaat pemasaran, konsep pemasaran, pengertian saluran distribusi, fungsi-fungsi saluran distribusi, manfaat saluran distribusi, rencana distribusi, alternative saluran distribusi, pengertian penjualan, konsep penjualan, tujuan penjualan, dan teori-teori yang berhubungan dengan pemasaran.

BAB. III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Merupakan bab yang mengemukakan gambaran umum perusahaan seperti sejarah singkat perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi dan uraian

tugasnya, aktifitas perusahaan, penjualan perusahaan,system dan saluran distribusi yang digunakan, dan persaingan perusahaan.

BAB. IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang mengemukakan pembahasan terhadap permasalahan yang telah diuraikan diatas, maka dalam bab ini penulis akan membahas permasalahannya yang dihadapi perusahaan berdasarkan data yang diperoleh dan berdasarkan landasan teori dalam usaha untuk meningkatkan penjualan dimasa mendatang.

BAB. V KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir dalam penulisan skripsi. Dalam bab ini penulis akan menarik kesimpulan sebagai hasil dari pembahasan mengenai penelitian yang dilakukan serta akan memberikan jalan keluar yang berupa saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

Asauri, Sofyan SE., MBA, *Manajemen Pemasaran*, Dasar, Konsep, dan Strategi, Penerbit Rajawali Pers, Jakarta, 1987.

Asri, Marwan, Drs., MBA, *Marketing*, UPP-AMP YKPN, Yogyakarta, 1991.

Dayan, Anton, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 1, Cetakan ke Sebelas, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1986.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium 1, Edisi ke Sepuluh, PT. Prehalindo, Jakarta, 2000.

Mursid, M., Drs., *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Bumi Aksara dan Pusat Antar Universitas- Studi Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta, 1993.

Radiosunu, Drs., *Konsep, Sistem dan Fungsi Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, BPFE-UGM, Yogyakarta, 1982.

Stanton, William. J, *Prinsip Pemasaran*, Ahli Bahasa oleh Drs. Yohanes Lamarto, MBA, MSM, Edisi Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1993.

Stanton, William. J, dan Lamarto. Y, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1985.

Swastha, Basu, D.H, Drs., MBA, *Asas-Asas Marketing*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1984.

———, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1995.

———, *Manajemen Penjualan*, Edisi Ketiga, BPFE, Yogyakarta, 1998.

———, dan Drs. Irawan, MBA, *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1985.

Tjiptono, Fandy, *Soal Jawab Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta, 1997.