EN

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SARI BUMI SRIGUNA PUTRA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI

Diajukan Oleh :

ARISKA PATRA WIJAYA
NIP. 01023110056

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2007

0 7
1/1

S
658.8107
Wij
a
2007

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
PERPUSTAKAAN
KELOMPOK PUSTAKAWAN

SKRIPSI

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SARI BUMI SRIGUNA PUTRA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI

Diajukan Oleh :

ARISKA PATRA WIJAYA
NIP. 01023110056

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Mencapai Gelar
Sarjana Ekonomi
2007

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA	: ARISKA PATRA WIJAYA
NIM	: 01023110056
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SARI BUMI SRIGUNA PUTRA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI.

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN		DOSEN PEMBIMBING
Tanggal : 1 Agustus 2007	Ketua	: Drs. H. Mahyuhar
Tanggal : 1 Aguastus 2007	Anggota	: Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA	: ARISKA PATRA WIJAYA
NIM	: 01023110056
JURUSAN	: MANAJEMEN
MATA KULIAH	: MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI	: ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. SARI BUMI SRIGUNA PUTRA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI.

Telah diuji di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 9 Agustus 2007 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 16 Agustus 2007

Ketua,	Anggota,	Anggota,
Drs. H.Mahyunar	Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan	Dra. Suhartini Karim. MM.
NIP.130528065	NIP.131271085	NIP.131413976

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131474902

Motto :

"Hidup terasa lebih menyenangkan jika kita bisa membuatnya lebih berarti, dengan menjadikan :

Allah sebagai Tujuan Hidup

Rasulullah sebagai Tauladan

Al Qur'an sebagai Pedoman

Berjuang sebagai Jalan Hidup"

(Disadur Dari Imam Asy-Syahid Hasan Al-Banna)

Kupersembahkan kepada :

»Agamaku

»Ayahanda dan Ibunda yang tercinta

»Kedua adikku yang ku sayangi

»Almamaterku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah S.W.T, karena atas iziNya jualah penulisan skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya.

Penulisan skripsi ini mengambil judul **Analisis Saluran Distribusi PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang.** Penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab, terdiri dari Bab Pendahuluan, Bab I Pendahuluan, Bab II Tinjauan Pustaka, Bab III Gambaran Umum Perusahaan, Bab IV Analisis dan Pembahasan, dan Bab V Kesimpulan dan Saran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama tahun 2002-2006 PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang mengalami fluktuasi penjualan. Hal ini di sebabkan oleh kurang efektif dan efesiennya pengoperasian saluran distribusi yang dilakukan oleh perusahaan ini. Oleh karena itu agar dapat meningkatkan jumlah penjualan untuk tahun berikutnya ,antara lain perusahaan perlu melakukan peninjauan kembali terhadap penggunaan dan pengoperasian saluran distribusi yang ada pada saat ini terutama terhadap penggunaan mobil keliling.

Penulis berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan kontribusi bagi perbaikan manajemen perusahaan dan bahan masukan akademi bagi penelitian manajemen pemasaran.

Penulis,

Ariska Patra Wijaya

UCAPAN TERIMA KASIH

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. Sari Bumi Sriguna Putra 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.

Dalam kesempatan yang baik ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan baik moril maupun material dalam penulisan skripsi ini, antara lain :

1. Ibu Prof. Dr. Badia Perizade, MBA, 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. H. Mahyunar, selaku ketua Pembimbing skripsi atas waktu dan bantuan bimbingannya selama penulis menyelesaikan skripsi.
5. Ibu Dra. Hj. Rusmiyati Sofyan, selaku anggota pembimbing skripsi atas waktu dan bantuan bimbingannya selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Prof. Dr. Badia Perizade, MBA, selaku pembimbing Akademik yang telah memberikan nasehat dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
7. Seluruh Dosen dan staf Karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya atas pengajaran, nasehat dan bantuannya selama penulis kuliah.
8. Pimpinan dan seluruh staf karyawan PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang atas bantuan dan waktu yang diberikan kepada penulis dalam penelitian di perusahaan.
9. Kedua orang tuaku yang tercinta dan adik-adiku yang tersayang yang telah banyak memberikan dukungan.
10. Teman-teman seperjuanganku di **"Manajemen 02"** serta para sahabat yang lainya terima kasih atas suka dan duka selama ini.

Semoga Allah S.W.T membalas budi baiknya dan berkah bagi kita semua, Amin.

Wassalam mualaikum wr. wb

Inderalaya, Agustus 2007

Penulis

(Ariska Patra Wijaya)
01023110056

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PESETUJUAN PANITIA UJIAN SKRIPSI iii

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv

KATA PENGANTAR v

UCAPAN TERIMA KASIH vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
No. Daftar : 71216
TANGGAL : 24 SEP 2007

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 6

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Mamfaat Penelitian 7

1.5 Metodologi Penelitian 8

1.5.1 Rancangan Penelitian 8

1.5.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 8

1.5.3 Metode Penarikan Sampel 8

1.5.4 Variabel Penelitian 8

1.5.5 Data dan Metode Pengumpulan Data 9

1.5.5.1 Data yang Digunakan..... 9

1.5.5.2 Metode Pengumpulan Data..... 10

1.5.6 Metode Analisis Data..... 11

1.5.6.1 Analisis Kuantitatif..... 11

1.5.6.2 Analisis Kualitatif..... 12

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori..... 13

2.1.1 Pengertian, Konsep, dan Fungsi Pemasaran..... 13

2.1.1.1 Pengertian Pemasaran..... 13

2.1.1.2 Konsep Pemasaran..... 16

2.1.1.3 Fungsi Pemasaran..... 20

2.1.2 Pengertian, Fungsi, dan Manfaat Saluran Distribusi..... 23

2.1.2.1 Pengertian Saluran Distribusi..... 23

2.1.2.2 Fungsi Saluran Distribusi..... 26

2.1.2.3 Manfaat Saluran Distribusi..... 28

2.1.3 Rencana Distribusi..... 30

2.1.3.1 Distribusi Fisik..... 31

2.1.3.2 Saluran Distribusi..... 34

2.1.3.3 Layanan Pelanggan..... 36

2.1.4 Alternatif Saluran Distribusi..... 39

2.1.4.1 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi..... 39

2.1.4.2 Alternatif Pemilihan Sistem Saluran Distribusi 40

2.1.5 Pengertian, Konsep, dan Tujuan Penjualan 41

2.1.5.1 Pengertian Penjualan..... 41

2.1.5.2 Konsep Penjualan..... 44

2.1.5.3 Tujuan Penjualan..... 45

2.2 Penelitian Terdahulu..... 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..... 54

3.4 Aktivitas Perusahaan..... 55

3.5 Produk Perusahaan..... 56

3.6 Wilayah Pemasaran..... 57

3.7 Saluran Distribusi..... 57

3.8 Penjualan..... 61

3.9 Persaingan..... 62

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kualitatif..... 67

4.1.1 Upaya Merancang Strategi Distribusi yang Efektif dalam Meningkatkan Volume Penjualan..... 67

4.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hubungan Antara Saluran Distribusi dalam Usaha Meningkatkan Volume Penjualan..... 78

4.1.3 Persaingan..... 81

4.2 Analisis Kuantitatif..... 82

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 96

5.2 Saran..... 98

DAFTAR PUSTAKA..... 100

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1 Perkembangan Jumlah Pengecer Gas Elpiji PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tempat) 59

3.2 Jumlah Penjualan Gas Elpiji tabung 12 kg Secara Langsung dan Melalui Pengecer PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tabung) 60

3.3 Realisasi Penjualan Gas Elpiji PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tabung) 61

3.4 Target Penjualan Gas Elpiji PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tabung) 62

3.5 Realisasi Penjualan Gas Elpiji PT. Srijaya Setia Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tabung) 64

3.6 Realisasi Penjualan Gas Elpiji PT. Sussam Prima Jaya Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tabung) 64

3.7 Jumlah Armada Angkutan yang Dimiliki PT. Sussam Prima Jaya, PT. Srijaya Setia, PT. Sari Bumi Sriguna Putra Tahun 2007 65

4.1 Trend Penjualan Gas Elpiji Tabung 12 kg PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam tabung) 83

4.2 Ramalan Penjualan Gas Elpiji Tabung 12 kg PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2007-2011 (dalam tabung) 84

4.4 Jumlah Penjualan Gas Elpiji Tabung 12 kg Melalui Penjualan Langsung dan Total Penjualan Gas Elpiji Tabung 12 kg PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam ribuan) 86

4.5 Jumlah Penjualan Gas Elpiji Tabung 12 kg Melalui Pengecer dan Total Penjualan Gas Elpiji Tabung 12 kg PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam ribuan) 87

4.6 Rentang Nilai Tingkat Korelasi 88

4.7 Jumlah Biaya Operasional Untuk Transportasi dan Total Penjualan Gas Elpiji tabung 12 kg PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam puluhan ribu) 90

4.8 Jumlah Pengecer dan Tingkat Penjualan Gas Elpiji PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang Tahun 2002-2006 (dalam ratusan) 93

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Konsep Pemasaran..... 18

2.2 Tingkat Saluran Distribusi..... 35

2.3 Proses Pertukaran..... 43

3.1 Struktur Organisasi PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang..... 50

3.2 Saluran Distribusi PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang..... 58

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

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

Pada saat sekarang telah banyak bermunculan berbagai macam penemuan teknologi seperti kompor gas. Kompor gas merupakan salah satu contoh teknologi yang menggunakan bahan bakar elpiji. Penggunaan kompor gas sudah banyak digunakan bukan hanya dikota saja bahkan sekarang masyarakat kecil juga sudah mulai menggunakannya.

Salah satu alternatif mengapa masyarakat banyak menggunakan kompor gas karena kompor gas mempunyai keunggulan tersendiri yaitu bebas polusi, dan lebih cepat dibandingkan dengan menggunakan minyak tanah sebagai bahan bakar kompor tradisional.

Kota Palembang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan masyarakatnya sudah banyak menggunakan kompor gas elpiji. Oleh karena itu pemasaran gas elpiji sudah mulai banyak dilakukan di Palembang. Suatu

pemasaran yang baik harus disertai dengan pelayanan yang baik pula kepada para konsumen.

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 pedagang besar untuk menyalurkan gas elpiji tersebut kepada konsumen. Dalam hal ini pedagang besar harus dapat memberikan kepercayaan dan tanggung jawab sepenuhnya oleh Pertamina dalam hal kegiatan pemasaran dan distribusinya. Para pedagang besar ini berhak untuk melakukan pemasaran dengan cara distribusi langsung kepada konsumen atau mendistribusikannya hanya kepada depot-depot saja.

Pada dasarnya kita ketahui bahwa suatu perusahaan pada umumnya memiliki beberapa tujuan, salah satunya adalah memperoleh laba. Dari tujuan ini maka suatu perusahaan dapat mendorong tercapainya tujuan perusahaan lainnya seperti kelangsungan hidup (*survival*), pertumbuhan (*growth*), dan adaptasi (*adaptation*) terhadap perubahan lingkungan dalam mencapai hasil yang optimal. Pengelolahan didalam perusahaan harus diupayakan dengan sebaik-baiknya, untuk itu perlu ditetapkan suatu manajemen yang efektif dan efisien dengan menggunakan sumber daya organisasi yang ada dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan 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

tersebut perlu ditetapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk yang ditawarkan perusahaan dapat diterima oleh konsumen.

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 kepada konsumen ada beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain adalah kebutuhan yang diinginkan konsumen, penyediaan 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-lain. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen. Bahwa setiap individu dan setiap bagian dalam perusahaan yang perusahaan sehingga memberikan kepuasan terhadap konsumennya.

Dalam filosofis bisnis perusahaan tersebut maka dapat ditentukan tujuan dan strategi perusahaan yang sesuai dengan aktivitas usahanya yaitu memberikan pelayanan yang baik kepada setiap konsumen. Seperti yang kita ketahui dalam kehidupan ekonomi terdapat tiga aktivitas yang berlaku yaitu :

---

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

produksi, distribusi, dan konsumsi. Produksi disini merupakan suatu proses untuk merubah

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 dapat diterima oleh konsumen maka perlu dilakukan suatu proses distribusi sebagai jembatan antara produsen dengan konsumen. Pada kesempatan ini penulis mencoba memfokuskan penelitian hanya pada satu variabel dalam bauran pemasaran yaitu kegiatan distribusi. *Distribusi* yang dimaksud adalah disini merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran atau yang dikenal dengan *empat P* yang terdiri atas produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), dan distribusi (*Placement*).

Dengan banyaknya penggunaan kompor gas di kota Palembang, maka 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. Sari Bumi Sriguna Putra adalah salah satu perusahaan di kota palembang yang bergerak dibidang penjualan gas elpiji yang ditunjuk dan diajak oleh Pertamina untuk menyalurkan gas elpiji kepada konsumen. Perusahaan ini bertindak sebagai pedagang besar yang membeli gas elpiji kepada Pertamina kemudian baru mendistribusikan kepada konsumen atau masyarakat. Ada dua jenis produk gas elpiji yang dijual oleh perusahaan ini 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.

Untuk penjualan gas elpiji dengan berat / isi 12 Kg lebih banyak memberikan keuntungan karena pengguna gas elpiji dengan berat 12 Kg adalah rumah tangga, sedangkan untuk tabung dengan berat / isi 50 Kg kurang memberikan keuntungan karena banyak digunakan oleh restoran dan industri.

Baik tidaknya saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan dipengaruhi oleh kondisi perusahaan itu sendiri dan pasarnya. Sebuah perusahaan harus 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.

Saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan ini adalah saluran distribusi secara langsung dan tidak langsung. Pada saluran distribusi secara langsung PT. Sari Bumi Sriguna Putra melakukan penjualan langsung kepada konsumen. Pendistribusian ini dilakukan dengan cara melakukan penjualan keliling dari rumah kerumah dengan menggunakan armada angkutan yang ada pada perusahaan, artinya perusahaan ini langsung berhadapan dengan calon konsumen. Sedangkan pendistribusian secara tidak langsung perusahaan ini hanya mendistribusikan gas elpiji melalui depot-depot perusahaan saja yang tersebar dibeberapa wilayah, yang selanjutnya depot-depot tersebutlah yang menyalurkan gas elpiji ke toko-toko, warung-warung, dan depot tersebut sebagai tempat dan sarana penjualan gas elpiji, melakukan pembelian gas elpiji ke perusahaan.

Saluran distribusi secara langsung tidak bertahan lama, karena perusahaan tidak lagi menggunakan secara keseluruhan saluran distribusi langsung kepada konsumen yaitu dengan cara melakukan penjualan keliling dari rumah kerumah dengan mobil angkutan, tetapi PT. Sari Bumi Sriguna Putra menggunakan saluran distribusi tidak langsung sebagai alternative perusahaan. Karena dengan distribusi ini perusahaan hanya melakukan distribusi kedepot-depot perusahaan saja dilima depot sebagai titik supply utama yaitu Prabumulih, Kayu Agung, Tugumulyo, Bunut, Pematang.

Jadi dapat dikatakan dengan adanya saluran distribusi yang efektif berarti akan menjamin pemindahan barang-barang dari produsen ke konsumen, disampng itu penyebaran serta jangkauan daerah pemasaran produk akan lebih merata lagi sehingga akan meningkatkan penjualan maupun keuntungan.

Berdasarkan uraian diatas, dan dengan melihat peranan saluran distribusi maka penulis mencoba meneliti pada **PT. Sari Bumi Sriguna Putra** dengan judul :

"ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI PADA PT SARI BUMI SRIGUNA PUTRA PALEMBANG DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN GAS ELPIJI"

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan yang dilakukan PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang ?
2. Faktor - faktor apakah yang mempengaruhi hubungan antara saluran distribusi dengan peningkatan volume penjualan ?

1.3 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.

1.4. Manfaat Penelitian

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

1. Untuk menambah informasi dan pengetahuan kepada penulis didalam bidang pemasaran pada umumnya dan masalah saluran distribusi khususnya.
2. Sebagai bahan masukan bagi PT. Sari Bumi Sriguna Putra dalam menyusun strategi distribusi untuk meningkatkan volume penjualan.
3. Bahan masukan bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Rancangan Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini penelitian yang dilakukan penulis bersifat deskriptif ,dimana dalam hail ini penulis mencoba untuk menggambarkan permasalahan yang dihadapi oleh PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang untuk itu penulis mencoba membatasi pembahasan ini pada distribusinya saja.

1.5.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang yang beralamat di jalan A. Yani No. I 7 Ulu Palembang. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret hingga Juli tahun 2007.

1.5.3 Metode Penarikan Sampel.

PT. Sari Bumi Sriguna Putra Palembang merupakan sampel penulisan yang penulis tentukan dengan tekhnik penarikan sampel purposive sampling, artinya penulis dengan sengaja memilih perusahaan tersebut sebagai sampel.

1.5.4 Variabel Penelitian

Adapun penggunaan variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel *Dependen*

   Variabel *dependen* adalah variabel variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dimana variabel dependen dalam penelitian ini adalah volume penjualan gas elpiji.

2. Variabel *Independen*

Variabel *independen* adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Pada penelitian ini variabel *independennya* adalah saluran distribusi yang meliputi fasilitas mencakup gudang, pabrik beserta lokasinya, persediaan atau stock, transportasi dan komunikasi, utinitas mencakup bagaimana barang tersebut dikemas dan dikelompokkan.

1.5.5 Data dan Metode Pengumpulan Data

1.5.5.1 Data yang Digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Adalah data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung, yang masih memerlukan pengolahan data lebih lanjut berulah data tersebut memiliki arti.[2]

Dengan kata lain data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek penelitian .Adapun data primer yang didapatkan yaitu data mengenai rantai distribusi yang dilakukan oleh PT.Sari Bumi Sriguna Putra Palembang.

2. Data Sekunder

Adalah jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.

---

[2] Muhammad Teguh, Metodologi Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hal.122

Dengan kata lain data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelum oleh suatu lembaga untuk tujuan tertentu. Adapun data sekunder yang didapatkan yaitu data penjualan tabung gas PT.Sari Bumi Sriguna Putra Palembang, kemudian data mengenai gambaran umum perusahaan atau profil perusahaan.

1.5.5.2 Metode Pengumpulan Data

Ada pun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

1. Study Kepustakaan (library research)

   Data diperoleh dengan cara pengumpulan data dari buku-buku dan informasi yang berkaitan dengan judul dan pokok permasalahan yang diteliti

2. Study Lapangan (Field Research)

   Adapun tehnik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara sebgai berikut :

a. Metode Wawancara (interview)

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

b. Observasi

Adalah pengamatan langsung terhadap hal-hal yang diperlukan sebagai landasan untuk menganalisa permasalahan yang dihadapi perusahaan. Dimana disini peneliti melakukan pengamatan secara langsung terutama terhadap

pendistribusian tabung-tabung gas yang dilakukan oleh PT.Sari Bumi Sriguna Putra Palembang

1.5.6 Metode Analisis Data

1.5.6.1 Analisis 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 tiga tahun yang akan datang. Adapun metode yang digunakan adalah metode *Least squere* yang menggunakan persamaan linier.

Persamaan linier[3] :

Rumus yang digunakan adalah :

Y = a + b x

Dimana :

Y = Variabel penjualan

X = Jumlah saluran distribusi

n = Jumlah data

a = Konstanta

b = Slope / Koefisien Regresi

Untuk mencari variabel yang belum diketahui yaitu variabel a dan b pada persamaan diatas, maka digunakan empat persamaan pembantu yaitu :

i. $\sum Y = na + b\sum X$

ii. $\sum XY = a\sum x + b\sum X^2$

---

[3] Anto Dayan,*Pengantar Statistik* Jilid 1,Cetakan kesebelas,LP3 ES,Jakarta,1986,Halaman 367

iii. $$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

iv. $$a = \frac{\sum Y - b\sum X}{n}$$

Selain itu digunakan juga analisis korelasi untuk mengetahui derajat keeratan hubungan antara variabel X (jumlah saluran distribusi) dengan variabel Y (volume penjualan). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}}\sqrt{\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

keterangan :

r = Koefisien korelasi pearson

Bila r = 0 atau mendekati r = 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali

Bila r = +1 atau mendekati r = +1, maka hubungan antara kedua variabel dikatakan positif dan sangat kuat.

Bila r = -1 atau mendekati r = -1, maka korelasinya dapat dikatakan sangat kuat.

1.4.5.2 Analisis Kualitatif

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

DAFTAR PUSTAKA

Asauri, Sofyan SE., MBA, *Manajemen Pemasaran*, Dasar, Konsep, dan Strategi, Edisi keempat , Penerbit Rajawali Pers, Jakarta, 2007.

Asri, Marwan, Drs., MBA, *Marketing*, UPP-AMP YKPN, Edisi kedua, Yogyakarta, 2000.

J. Supranto, MA, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Edisi keenam, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium 2, Edisi kesepuluh, PT. Prehalindo, Jakarta, 2000.

Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa oleh Drs. Benyamin Molan, Edisi kesebelas, Jilid 1, PT. Intan Sejati, Jakarta, 2005.

Kotler, Philip, dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Alih Bahasa oleh Damos Sihombing M.B.A. , Edisi Delapan, Jilid 1, Erlangga, Jakrta, 2001

Radiosunu, Drs., *Konsep, Sistem dan Fungsi Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, BPFE-UGM, Yogyakarta, 2002.

Swastha, Basu, D.H, Drs., MBA, *Asas-Asas Marketing*, Edisi Keenam, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2000.

———, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Keempat, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 2002.