

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PADA
PT. THAMRIN BROTHERS UNTUK WILAYAH SUMATERA
SELATAN



Skripsi Oleh :

MARIO AZKA PRATAMA

01033110064

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

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2009

658.8407
pa
d
e-07 296
2007

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP
VOLUME PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA PADA
PT. THAMRIN BROTHERS UNTUK WILAYAH SUMATERA
SELATAN**



Skripsi Oleh :

MARIO AZKA PRATAMA

01033110064

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

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA
Tahun 2009**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : MARIO AZKA PRATAMA
NIM : 01033110064
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA PADA PT. THAMRIN
BROTHERS UNTUK WILAYAH SUMATERA
SELATAN

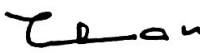
PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL PERSETUJUAN

DOSEN PEMBIMBING


Tanggal

Ketua


: _____
Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP 131474902

Tanggal

Anggota


: _____
Drs. Thomas Handy
NIP 130929626

**DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

TANDA PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

NAMA : MARIO AZKA PRATAMA
NIM : 01033110064
JURUSAN : MANAJEMEN
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEPEDA
MOTOR YAMAHA PADA PT. THAMRIN
BROTHERS UNTUK WILAYAH SUMATERA
SELATAN

Telah dilaksanakan ujian komprehensif pada tanggal 5 Agustus 2009 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Indralaya, 5 Agustus 2009

Ketua,



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131474902

Anggota,



Drs. Thomas Handy
NIP. 130929626

Anggota,



Drs. M. Kosasih Zen, M .Si
NIP. 130527940

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Yuliansyah M. Diah, MM
NIP. 131474902

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MARIO AZKA PRATAMA
NIM : 01033110064
Angkatan : 2003
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Pada PT. Thamrin Brothers Untuk Wilayah Sumatera Selatan.

Dengan ini menyatakan :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik di lingkungan Universitas Sriwijaya.
2. Skripsi ini adalah penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari TIM Pembimbing Skripsi dan pengolahan data yang ditentukan oleh Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Sriwijaya.
3. Meskipun pada Perguruan Tinggi lainnya sudah pernah dibahas variabel yang sama seperti dalam Skripsi saya namun karena hasil penelitian terdahulu yang sering berbeda satu sama lain yang membuat saya tertarik untuk membahasnya lagi, selain itu juga saya mencoba menambah variabel baru sehingga dapat memecahkan masalah/teori yang baru.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan bila dikemudian hari terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Pelembang, Juli 2009



Mario Azka Pratama
01033110064

Motto :

“Sometimes patience brings luck”

Kupersembahkan untuk :

- Papa dan Mama tersayang
- Saudari tercinta
- Sahabat-sahabatku terkasih
- Almamater Unsri

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur, penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmad dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi dengan judul **“Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatera Selatan”**, dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini terdiri dari enam bab, dimana masing-masing bab saling berhubungan. Bab I merupakan pendahuluan, yang latar belakang penelitian. Pada bab II berisi landasan teori yang menjadi dasar pembahasan masalah yang terdiri dari pengertian pemasaran dan saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan. Dalam bab III berisi metode penelitian, dan sistematika penelitian. Pada bab IV . penulis menjabarkan keadaan umum PT. Thamrin Brothers yang menjadi objek penelitian pada skripsi ini. Pada bab V, penulis akan menganalisa mengenai pengaruh saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Thamrin Brothers dalam peningkatan volume penjualan sepeda motor Yamaha. Sedangkan pada bab VI penulis menarik kesimpulan merupakan rumusan dari analisis dan pembahasan dari bab-bab terdahulu, serta memberikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan dalam upaya peningkatan penjualan sepeda motor Yamaha.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih ada kekurangannya. Atas segala kekurangan itu penulis sangat mengharapkan saran dan tanggapan yang bersifat membangun, agar penulis dapat memperbaiki kekurangan tersebut dimasa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap agar karya ilmiah ini dapat bermanfaat seperti yang diharapkan oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, 28 Juni 2009

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjangkan ke hadirat Allah S.W.T. karena atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatra Selatan”** sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

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

1. Ayah, Ibu, dan Yuk Mia yang telah memberikan dukungan, doa, dan materi, serta tidak pernah bosan memberikan nasehat yang berguna dalam kehidupan penulis.
2. Prof. Dr. Hj. Badia Perizade, MBA, Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Syamsurijal, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Bapak Drs. M. Kosasih Zen, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
6. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM selaku Pembimbing I dan bapak Drs. Thomas Handy selaku Pembimbing II, yang telah secara tulus dan ikhlas mencurahkan tenaga dan pikiran, serta meluangkan waktu dalam memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
7. PT. Thamrin Brothers yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
8. Yoke, Teto, Dayat, Riri, Arika, Harika, Fia, Manda, Eis, Olan, Yudi, Elvan, Yendi, Reni, Vivi, Riska, Ciput, Gita dan kawan-kawan angkatan 2003 yang lainnya.
9. Andika, nga-Tini, Nisya, Fiqi, Ayeek, Vina, Aditya, Jaka, Reza, Indah, Galuh, Yudi, Faisal, Wawan dan kawan-kawan angkatan 2004 lainnya.

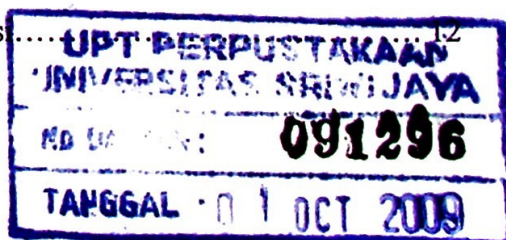
10. Tamix Van Der Woodsen, Amicitia, Helly, Shelly, Dita, Inge, Ella, Nia, Cendy, Mimi, Ami Endut, Tata, Anggi, Jwim, Harry, Rio, Obi 'MJ', Katinda, Toyo, Tejo, Arinda, Kiki dan kawan-kawan angkatan 2005 lainnya.
11. Para Dugem-erz (Sur-aby, Bowox "Momox", Fatur "Cuppu", Hadi "Bapak Umax Karas", Salimhamidzic, Faisol "Karas XXX", Adit "Glory United", Dhillia "HOT!"), De'an "Queen D", para Assoy-erz (Hana, Dina, Ayu, Machi, Jupex, Eka, Alin, Ika, Yuyun, Sari, Apri), Selvi ceLLpot, Uwax, Masai, Feby, Heni "Adik", Ijal, Ade, Lukman, Bastian, Udin, Pak Agung, Topek, Wanto "Raja Download", Dea, Indah, Karina, Acep dan semua anak-anak 2006 lainnya.
12. MoundCuppu, Ayu Liring, Hanel, Septi, Dimas"Beck", Eightball, Nda In Luv, Cheppy, Cha-Cha, Reza, Nita, Mia, Nataya, dan kawan-kawan angkatam 2007 lainnya.
13. Ndah, Cindy Mindy, Mey Imey, Meika Farinsa "Dulur X", Koala, AUrora, Fibrator, Rossi Khan, Fidel, Ria, Madi, Ryan dan semua anak-anak 2008 lainnya.
14. D'Boers (Vb"pprepito", Tika "Ontet", Yu Ayu, Nessa, Lidya, Lola).

Penulis,

Mario Azka Pratama

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI..... | ii |
| HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF..... | iii |
| HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| ABSTRAKSI..... | xiii |
| ABSTRACT..... | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 8 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 10 |
| 2.1. Pengertian Pemasaran..... | 10 |
| 2.2. Saluran Distribusi..... | 12 |
| 2.2.1. Pengertian Saluran Distribusi..... | 12 |



| | |
|---|-----------|
| 2.2.2. Fungsi Saluran Distribusi..... | 13 |
| 2.2.3. Bentuk-bentuk Saluran Distribusi..... | 15 |
| 2.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi..... | 20 |
| 2.2.5. Jumlah Perantara dalam Saluran Distribusi..... | 22 |
| 2.3. Penentuan Harga..... | 23 |
| 2.3.1. Pengertian harga..... | 23 |
| 2.3.2. Pertimbangan dalam Penentuan Harga Jual..... | 24 |
| 2.3.3. Harga pada Setiap Saluran Distribusi..... | 26 |
| 2.4. Penjualan..... | 28 |
| 2.4.1. Pengertian Penjualan..... | 28 |
| 2.4.2. Penyebab Penurunan Volume Penjualan..... | 30 |
| 2.4.3. Kegiatan Penjualan Perusahaan..... | 32 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | 33 |
| 3.1. Ruang Lingkup Penelitian..... | 33 |
| 3.2. Objek Penelitian..... | 33 |
| 3.3. Jenis Data..... | 33 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data..... | 34 |
| 3.5. Teknik Analisis..... | 35 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | 38 |
| 4.1. Sejarah Singkat perusahaan..... | 38 |
| 4.2. Struktur Organisasi..... | 39 |
| 4.3. Aktivitas Pemasaran..... | 44 |

| | |
|--|-----------|
| 4.3.1. Permintaan..... | 44 |
| 4.3.2. Perkembangan Volume Penjualan... .. | 44 |
| 4.3.3. Harga..... | 46 |
| 4.3.4 Saluran Distribusi..... | 47 |
| 4.3.5. Promosi... .. | 47 |
| 4.4. Persaingan..... | 47 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 48 |
| 5.1. Analisis Saluran Distribusi Perusahaan..... | 48 |
| 5.2. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha..... | 53 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 59 |
| 6.1. Kesimpulan... .. | 59 |
| 6.2. Saran..... | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1 Volume Penjualan dan Jumlah Sub Dealer PT. Thamrin Brothers Bulan Januari- Desember 2008..... | 4 |
| Tabel 2 Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha PT. Thamrin Brothers Tahun 2008..... | 45 |

| | |
|---|----|
| Tabel 3 Daftar Harga Motor Yamaha PT. Thamrin Brothers Tahun 2008..... | 46 |
| Tabel 4 Kekuatan Hubungan Antara Dua Variabel..... | 57 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1 Rangkaian Saluran Distribusi yang Digunakan ATPM di Indonesia..... | 3 |
| Gambar 2 Rangkaian Saluran Distribusi yang Digunakan PT. Thamrin Brothers di Wilayah Sumatera Selatan | 4 |
| Gambar 3 Grafik Volume Penjualan PT. Thamrin Brothers di Wilayah Sumatera Selatan..... | 6 |
| Gambar 4 Grafik Jumlah Sub Dealer PT. Thamrin Brothers di Wilayah Sumatera Selatan..... | 6 |
| Gambar 5 Distribusi Tanpa Perantara..... | 16 |
| Gambar 6 Distribusi Dengan Perantara..... | 17 |
| Gambar 7 Macam-macam Saluran Distribusi..... | 18 |
| Gambar 8 Proses Pertukaran..... | 29 |
| Gambar 9 Struktur Organisasi PT. Thamrin Brothers..... | 41 |
| Gambar 10 Posisi PT. Thamrin Brothers Dalam Rangkaian Saluran Distribusi..... | 51 |

Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatra Selatan

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk 1) untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi dalam peningkatan volume penjualan sepeda motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatra Selatan dan 2) untuk mendapatkan gambaran mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh PT. Thamrin Brothers, khususnya pada pemasaran sepeda motor Yamaha untuk wilayah Sumatera Selatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi mempengaruhi volume penjualan sepeda motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers dan juga jumlah sub dealer yang digunakan di dalam saluran distribusi dengan volume penjualan sepeda motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers terdapat korelasi yang tinggi dan hubungannya positif.

Untuk menaikkan penjualan sepeda motornya, penulis menyarankan agar perusahaan melakukan penambahan jumlah sub dealer, penambahan jumlah tenaga penjual, memperhitungkan besarnya biaya operasional yang akan dikeluarkan perusahaan, meningkatkan pengawasan terhadap kinerja para tenaga penjual dalam mengunjungi sub dealer-sub dealer, dan juga memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi volume penjualan seperti faktor-faktor intern dan ekstern.

Kata Kunci: Saluran Distribusi dan Volume Penjualan.

The Distribution Channel Analysis of Sales Volume in Yamaha Motorcycles PT. Brothers Thamrin Region for South Sumatra

ABSTRACT

The objective of this research are 1) to find out how big the influence of channel distribution in increasing sales volume of Yamaha motorcycle in PT. Brothers Thamrin Region for South Sumatra and 2) to gain insight about the marketing activities undertaken by the PT. Brothers Thamrin, particularly in marketing for Yamaha motorcycle in South Sumatra region.

Results of research indicate that the distribution channels affect the volume of sales on Yamaha motorcycle of PT. Thamrin Brothers and also the number of sub-dealers that are used in the distribution channel with the volume of sales on the Yamaha motorcycle PT. Thamrin Brothers have a high correlation and positive relationship.

To increase its sales volume, the author recommends the addition of the number of sub dealer, adding the number of salesman, consider the size of the operational costs that will be issued the company, increase supervision of the sales performance in every sub-dealer, and also consider factors that may affect the sales volume as factors internal and external.

Key Word: Distribution Channel, Sales Volume.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu bidang bisnis yang sangat diminati pelaku bisnis adalah bidang otomotif. Karena bidang otomotif sangat menunjang kebutuhan masyarakat dalam hal transportasi. Terkadang bidang otomotif juga digunakan masyarakat untuk menyalurkan hobi dan olahraga, bahkan ada juga yang menggunakannya hanya untuk menunjukkan prestisenya. Oleh karena itu, ada banyak pelaku bisnis yang menggeluti bidang otomotif.

Bidang otomotif terbagi menjadi dua varian dasar, yaitu ; mobil dan sepeda motor. Untuk sepeda motor jumlah pemakainya lebih banyak dari mobil. Karena sepeda motor dapat dinikmati oleh masyarakat dari segmen bawah hingga segmen atas. Beda halnya dengan mobil, yang biasanya hanya dapat dinikmati oleh segmen menengah ke atas.

Ada banyak merek sepeda motor yang di produksi di Indonesia, salah satunya adalah Yamaha. Untuk sepeda motor Yamaha di Indonesia secara eksklusif diproduksi oleh PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia (YMKI) dan proses distribusinya diatur tersendiri.

Perusahaan yang bergerak di bidang produksi sepeda motor atau Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM), tidak hanya PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia. Tetapi ada juga perusahaan lain yang bergerak di bidang ini, yaitu ;

1. PT. Astra Honda Motor (ATPM Honda)
2. PT. Kawasaki Motor Indonesia (ATPM Kawasaki)
3. PT. Indomobil Niaga Indonesia (ATPM Suzuki)

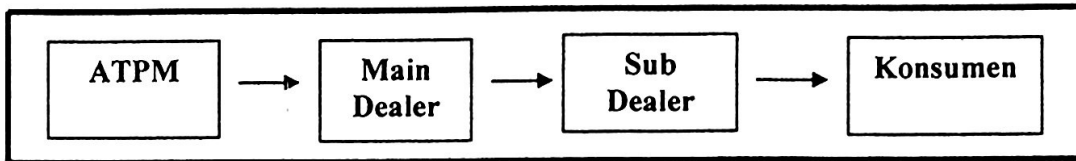
Dengan melihat fakta bahwa adanya persaingan dalam pendistribusian sepeda motor, maka ATPM harus memperhatikan aspek bauran pemasaran atau marketing mix yang akan dipakai agar produk sepeda motor yang ditawarkan dapat berhasil dalam mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Unsur-unsur yang terdapat dalam bauran pemasaran itu sendiri antara lain :

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Distribusi (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)

Penentuan bauran pemasaran yang tepat dapat mendukung keberhasilan strategi pemasaran yang akan di pakai oleh perusahaan, sehingga tujuan utama perusahaan untuk mencapai tingkat penjualan yang dapat menghasilkan laba terbesar dapat tercapai.

Salah satu aspek yang cukup mempengaruhi volume penjualan produk perusahaan adalah distribusi. Distribusi merupakan proses menyalurkan barang dari produsen ke tangan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan dari distribusi adalah untuk memperlancar penyampaian barang dari produsen ke konsumen dalam waktu yang tepat, kualitas terjaga dan dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Perusahaan harus memilih saluran distribusi yang tepat dan mengelolanya sebaik mungkin agar pencapaian tujuan perusahaan dalam hal peningkatan volume penjualan dan pencapaian laba maksimal dapat tercapai dengan baik. Perusahaan dapat mencapai diferensiasi melalui cara mereka membentuk saluran distribusi, terutama jangkauan, keahlian, dan kinerja saluran-saluran tersebut.

Gambar 1
Rangkaian Saluran Distribusi yang Digunakan
ATPM di Indonesia



Untuk di wilayah Sumatra Selatan, PT. Yamaha Motor Kencana Indonesia selaku ATPM Yamaha menunjuk PT. Thamrin Brothers sebagai Main Dealer untuk membantu mendistribusikan sepeda motor Yamaha.

Wilayah Sumatra Selatan mempunyai prospek yang potensial untuk penjualan sepeda motor. Sehingga hampir semua ATPM mempunyai Main Dealer di wilayah Sumatra Selatan untuk membantu mendistribusikan produknya.

Ada beberapa Main Dealer yang ada di Wilayah Sumatra Selatan, yaitu :

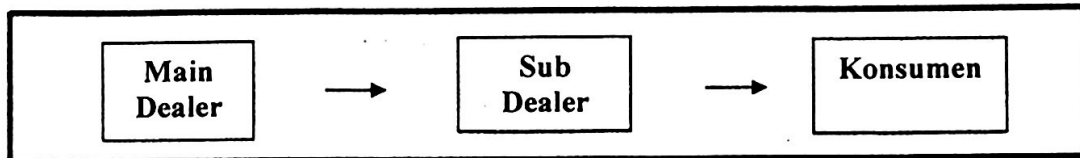
1. Honda Sales Office, Main Dealer Honda.
2. PT. Daya Cipta Sarana, Main Dealer Suzuki.
3. PT. Sumber Trada Motor, Main Dealer Kawasaki.

Setelah ditunjuk oleh YMKI, maka PT. Thamrin Brothers harus bertanggung jawab untuk menjual sepeda motor Yamaha. Oleh sebab itu, PT. Thamrin Brothers harus mempunyai strategi marketing yang baik untuk menguasai pasar. Salah satu bagian dari strategi tersebut adalah saluran distribusi.

Untuk mendistribusikan sepeda motor Yamaha, PT. Thamrin Brothers menggunakan bantuan Sub Dealer untuk mendistribusikan produknya agar sampai pada

konsumen. Rangkaian saluran distribusi yang digunakan oleh PT Thamrin Brothers dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 2
Rangkaian Saluran Distribusi yang Digunakan
PT. Thamrin Brothers di Wilayah Sumatra Selatan



Dari saluran distribusi yang di gunakan PT. Thamrin Brothers dapat dilihat volume penjualannya pada tahun 2008 pada tabel berikut ini :

Tabel 1
Volume Penjualan dan Jumlah Sub Dealer PT. Thamrin Brothers
Bulan Januari – Desember 2008

| BULAN | PENJUALAN | JUMLAH SUB DEALER |
|-------|-----------|-------------------|
| JAN | 6088 | 42 |
| FEB | 6003 | 42 |
| MAR | 6179 | 42 |
| APR | 7970 | 43 |
| MAY | 7698 | 43 |
| JUN | 7946 | 43 |
| JUL | 6661 | 42 |
| AUG | 6562 | 42 |
| SEP | 7297 | 42 |
| OCT | 6403 | 42 |
| NOV | 5148 | 41 |
| DEC | 3558 | 39 |

Sumber : Laporan Police Registration yang dikeluarkan SAMSAT SUMSEL

Dari tabel di atas, terlihat adanya fluktuasi penjualan dalam kurun waktu satu tahun terakhir, yaitu pada bulan Januari, volume penjualan yang tercapai adalah 6.088 unit. Pada bulan Februari, volume penjualan menurun menjadi 6.003 unit. Pada bulan Maret, volume penjualan naik lagi menjadi 6.179 unit. Pada bulan April terjadi peningkatan volume penjualan sehingga menjadi 7.970 unit. Pada bulan Mei terjadi penurunan volume penjualan yang tidak terlalu signifikan, yaitu 7.698 unit. Tetapi pada bulan Juni volume penjualan mengalami peningkatan, menjadi 7.946 unit. Pada bulan Juli terjadi penurunan yang cukup besar dari bulan sebelumnya, yaitu sebesar 6.661 unit. Dan pada bulan Agustus juga terjadi penurunan lagi, volume penjualan menjadi 6.562 unit. Pada bulan September penjualan naik kembali mejadi 7.297 unit. Pada bulan Oktober penjualan kembali menurun sebesar 6.403 unit. Dan pada bulan November, penjualan turun lagi 5.148 unit. Bulan Desember volume penjualan kembali anjlok menjadi 3.558 unit

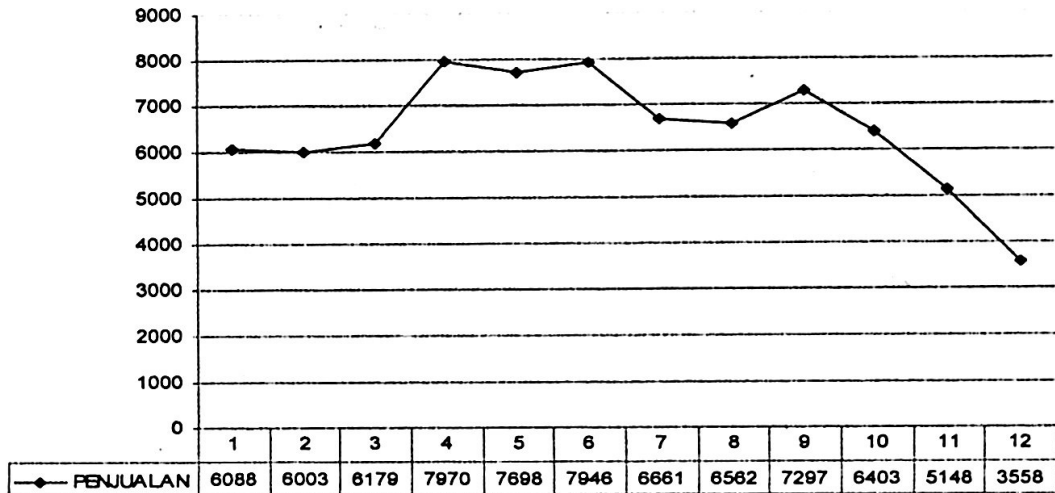
Dari tabel 1 tersebut juga terlihat adanya fluktuasi jumlah sub dealer yang terlibat dalam kegiatan distribusi selama satu tahun terakhir ini. Pada bulan Januari, terdapat 42 sub dealer yang terlibat dalam kegiatan distribusi hingga bulan Maret. Pada bulan April sampai Juni, terjadi pertambahan jumlah sub dealer menjadi 43 unit. Tapi mulai bulan Juli sampai Oktober terjadi penurunan kembali menjadi 42 unit. Dan pada bulan November, jumlah sub dealer berkurang lagi menjadi 41 unit. Pada bulan Desember sub dealer berkurang dua menjadi 39 unit.

Dari tabel tersebut, dapat terlihat bahwa perubahan jumlah sub dealer ternyata juga diikuti oleh perubahan volume penjualan sepeda motor pada PT. Thamrin Brothers. Hal ini menunjukkan indikasi adanya hubungan antara jumlah sub dealer yang terlibat dalam kegiatan distribusi dengan volume penjualan yang telah dicapai oleh perusahaan



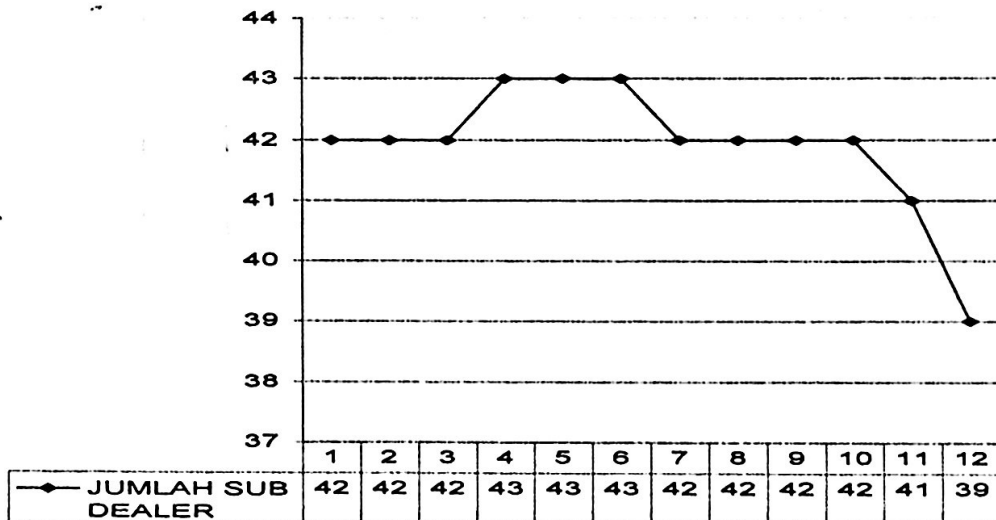
Bila data dari Tabel Volume Penjualan dan Jumlah Sub Dealer tersebut digambarkan ke dalam bentuk grafik, maka akan tampak seperti berikut ini :

Gambar 3
Grafik Volume Penjualan
PT. Thamrin Brothers Wilayah Sumatra Selatan



Sumber : Laporan Police Registration yang dikeluarkan SAMSAT SUMSEL

Gambar 4
Grafik Jumlah Sub Dealer
PT. Thamrin Brothers Wilayah Sumatra Selatan



Sumber : Laporan Divisi Marketing PT. Thamrin Brothers

Volume penjualan tersebut merupakan hasil dari pendistribusian yang dilakukan oleh PT. Thamrin Brothers kepada para sub dealer.

Pangsa pasar dapat dikuasai dengan penggunaan saluran distribusi yang tepat pula. Perusahaan harus dapat melihat peluang-peluang yang ada di dalam masyarakat dan menentukan pangsa pasar mana yang akan dituju untuk menyalurkan produk perusahaan secara tepat, dapat diterima pasar dan meningkatkan volume penjualan yang pada akhirnya akan menghasilkan keuntungan maksimal yang di inginkan oleh perusahaan.

Saluran distribusi yang ditetapkan oleh perusahaan pada saat ini mungkin tepat dijalankan untuk saat ini. Tetapi saluran distribusi tersebut belum tentu tepat bila akan digunakan di masa yang akan datang. Oleh sebab itu, perusahaan harus terus mengawasi pasar dan melakukan penyesuaian terhadap saluran distribusi yang akan digunakan oleh perusahaan, agar pendistribusian produk dari produsen ke konsumen tetap berjalan dengan baik.

Keputusan yang dibuat oleh pihak manajemen perusahaan mengenai saluran distribusi, akan menentukan tingkat efisiensi dan efektifitas dari kegiatan distribusi yang akan dilakukan perusahaan.

Mengacu pada latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai saluran distribusi yang bagaimanakah yang dapat diterapkan pada sepeda motor Yamaha agar dapat sampai ke tangan konsumen dengan peningkatan volume penjualan yang dapat menghasilkan laba maksimal bagi perusahaan. Penelitian yang akan dilakukan diberi judul :

“Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatra Selatan”.

1.2. Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang hendak di angkat dalam penelitian ini adalah :

“Seberapa besar pengaruh saluran distribusi dalam peningkatan volume penjualan sepeda motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatra Selatan”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi dalam peningkatan volume penjualan sepeda motor Yamaha pada PT. Thamrin Brothers untuk Wilayah Sumatra Selatan.
2. Untuk mendapatkan gambaran mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh PT. Thamrin Brothers, khususnya pada pemasaran sepeda motor Yamaha untuk wilayah Sumatera Selatan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan informasi untuk menambah pengetahuan penulis dalam hal pemilihan dan penentuan saluran distribusi yang tepat.

2. Sebagai masukan bagi perusahaan dalam rangka penentuan saluran distribusi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan yang diinginkan oleh perusahaan.
3. Sebagai bahan pedoman untuk penelitian selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius P., **Dasar-dasar Pemasaran**, Edisi Revisi, Cetakan ke dua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Arman, Buchari, **Pengantar Bisnis**, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung, 1998.
- Basu Swastha, **Manajemen Penjualan**, edisi ke-3, Penerbit BPFE UGM, Yogyakarta, 1999.
- Basu Swastha, dan Ibnu Sukitjo, **Pengantar Bisnis Modern**, Edisi Ketiga, Liberty, Yogyakarta, 1993.
- Dajan, Anto, **Pengantar Metode Statistik**, Cetakan ke-11, LP3ES, Jakarta, 1986.
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, **Statistik Induktif**, BPFE, Yogyakarta, 1996.
- James AF. Stoner, RE. Freeman, dan Daniel RG.Jr., **Manajemen**, Jilid 1, Penerbit PT.Prenhallindo, Jakarta, 1996.
- Kotler, Philip, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 1, PT. Prenhallindo, Jakarta, 2004.
- Kotler, Philip, **Manajemen Pemasaran**, Jilid 2, PT. Prenhallindo, Jakarta, 2002.
- Kotler, Philip, **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan kontrol**, jilid 1, PT Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- Kotler, Philip, **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan kontrol**, jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta, 1998.
- Madura, Jeff, **Pengantar Bisnis**, Edisi ke-2, Penerbit PT. Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Nitisemito, Alex. S., **Marketing**, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta, 1981.
- Supardi, **Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis**, UII Press, Yogyakarta, 2005.