

JEMEN

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA**

SKRIPSI

**Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Obat
Generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel**



Diajukan Oleh :

YOKE MESSA CIPUTRA

01033110068

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

2006

0 7

658.8207
cip
a
2006

UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
INDERALAYA



SKRIPSI

**Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Obat
Generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel**



15735
15497

Diajukan Oleh :
YOKE MESSA CIPUTRA
01033110068

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat

Guna Mencapai Gelar

Sarjana Ekonomi

2006

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

INDERALAYA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YOKE MESSA CIPUTRA
NIM : 01033110068
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI
TERHADAP VOLUME PENJUALAN OBAT
GENERIK PADA PT. ANTAR MITRA SEMBADA
UNTUK AREA PEMASARAN SUMBAGSEL

PANITIA PEMBIMBING SKRIPSI

TANGGAL : 15/11 2006 KETUA,



Drs. M. Nasir Ibrahim
NIP : 130516518

TANGGAL : 15/11 2006 ANGGOTA,



Nofiauwaty SE, MM
NIP : 132083431

Motto :

**“Lakukanlah yang terbaik pada saat ini,
maka kita akan mendapatkan yang terbaik
pada masa yang akan datang.”**

Kupersembahkan untuk :

- Papa dan Mama tersayang
- Saudara 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 Obat Generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel”, dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab saling berhubungan. Bab I merupakan pendahuluan, yang latar belakang penelitian, metode penelitian, dan sistematika 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 penulis menjabarkan keadaan umum PT. Antar Mitra Sembada yang menjadi objek penelitian pada skripsi ini. Pada bab IV penulis akan menganalisa mengenai pengaruh saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Antar Mitra Sembada dalam peningkatan volume penjualan obat generik. Sedangkan pada bab V, 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 produk obat generik.

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, 9 Oktober 2006

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari segala pihak berupa bimbingan maupun petunjuk yang sangat berguna dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu, penulis merasa berkewajiban untuk mengucapkan terima kasih kepada :

1. Papa dan mama yang telah memberikan dukungan, doa, dan materi, serta tidak pernah bosan memberikan nasehat yang berguna dalam kehidupan penulis.
2. Bapak Drs. Syamsurijal, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Drs. Yuliansyah M. Diah, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Bapak Drs. M. Kosasih Zen, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
5. Bapak Drs. Nasir Ibrahim selaku Pembimbing I dan Ibu Nofiwaty, SE, MM 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.
6. PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang yang telah memberikan data-data yang dibutuhkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
7. Saudaraku, sahabat-sahabatku, dan teman-temanku yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	10
1.3.2. Manfaat Penelitian.....	10
1.4. Metodologi Penelitian.....	11
1.4.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
1.4.2. Objek Penelitian.....	11
1.4.3. Jenis Data.....	12
1.4.4. Metode Pengumpulan Data.....	12
1.4.5. Teknik Analisis.....	12



1.5. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI.....	18
2.1. Pengertian Pemasaran.....	18
2.2. Saluran Distribusi.....	20
2.2.1. Pengertian Saluran Distribusi.....	20
2.2.2. Fungsi Saluran Distribusi.....	22
2.2.3. Bentuk-bentuk Saluran Distribusi.....	23
2.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi.....	30
2.2.5. Jumlah Perantara dalam Saluran Distribusi.....	32
2.3. Penentuan Harga.....	33
2.3.1. Pengertian harga.....	33
2.3.2. Pertimbangan dalam Penentuan Harga Jual.....	34
2.3.3. Harga pada Setiap Saluran Distribusi.....	37
2.4. Penjualan.....	39
2.4.1. Pengertian Penjualan.....	39
2.4.2. Penyebab Penurunan Volume Penjualan.....	41
2.4.3. Kegiatan Penjualan Perusahaan.....	42
BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN.....	44
3.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	44

3.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
3.3. Kegiatan Perusahaan.....	52
3.3.1. Produk-produk Perusahaan.....	53
3.3.2. Saluran Distribusi yang Digunakan Perusahaan....	54
BAB IV ANALISIS.....	59
4.1. Analisis Saluran Distribusi Perusahaan.....	59
4.2. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Obat Generik.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Volume Penjualan dan Jumlah Outlet.....	5
Tabel 2 Jumlah Outlet Pengecer Obat Generik.....	56
Tabel 3 Volume Penjualan Obat Generik.....	57
Tabel 4 Kekuatan Hubungan Antara Dua Variabel.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rangkaian Saluran Distribusi yang Digunakan PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang.....	4
Gambar 2 Grafik Volume Penjualan Obat Generik pada PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang.....	7
Gambar 3 Grafik jumlah Outlet yang Terlibat dalam Distribusi Obat Generik pada PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang.....	8
Gambar 4 Distribusi Tanpa Perantara.....	25
Gambar 5 Distribusi Dengan Perantara.....	26
Gambar 6 Macam-macam Saluran Distribusi.....	27
Gambar 7 Proses Pertukaran.....	40
Gambar 8 Struktur Organisasi PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang.....	47
Gambar 9 Saluran Distribusi “Saluran 3”.....	55
Gambar 10 Posisi PT. Antar Mitra Sembada Dalam Rangkaian Saluran Distribusi..	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan peradaban manusia saat ini, ternyata juga diikuti oleh perkembangan berbagai jenis bibit atau wabah penyakit yang menyebar ke seluruh dunia. Tentunya hal ini akan mempengaruhi jumlah orang yang menderita suatu penyakit tertentu. Keadaan seperti ini memicu berdirinya berbagai macam tempat pengobatan, seperti rumah sakit, klinik, serta tempat praktek dokter spesialis maupun dokter umum. Setiap tempat pengobatan tersebut sudah pasti membutuhkan obat-obatan untuk diberikan kepada pasiennya. Tempat-tempat pengobatan tersebut dapat memperoleh obat-obatan dari perusahaan distributor.

PT. Antar Mitra Sembada merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang distribusi barang yang berupa obat-obatan dan produk kesehatan. Perusahaan hanya dapat melayani pembeli atau outlet yang mempunyai nama organisasi atau berbadan hukum.

Salah satu produk yang didistribusikan PT. Antar Mitra Sembada adalah Obat Generik Berlogo (OGB). Segmen dari produk ini adalah konsumen dari kelas ekonomi menengah ke bawah. Karena produk ini dipatok dengan harga yang lebih murah, sehingga lebih terjangkau oleh konsumen.

Perusahaan yang bergerak di bidang distribusi obat-obatan dan produk kesehatan, tidak hanya PT. Antar Mitra Sembada. Tetapi ada juga perusahaan lain yang bergerak di bidang ini, yaitu ;

1. PT. Indofarma Global Medica (BUMN)
2. PT. Kimia Farma PBF
3. PT. Dexa Medica
4. PT. Senbe Ferma
5. PT. Hexpharm Jaya
6. PT. Bernopharm
7. PT. Phapros

Dengan melihat fakta bahwa adanya persaingan dalam pendistribusian obat-obatan dan produk kesehatan, maka PT. Antar Mitra Sembada harus memperhatikan aspek bauran pemasaran atau marketing mix yang akan dipakai agar produk obat generik 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.

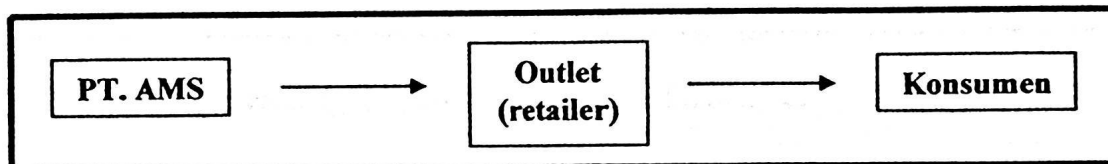
Salah satu aspek yang cukup berperan dalam penjualan produk perusahaan adalah distribusi. Distribusi merupakan proses menyalurkan barang dari produsen ke tangan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Tujuan dari distribusi adalah untuk memperlancar penyampaian barang dari produsen ke konsumen 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.

Produk-produk yang didistribusikan oleh PT. Antar Mitra Sembada ada beberapa macam, yaitu :

1. Generic / Obat Generik Berlogo (OGB)
2. Ethical / Paten (Resep)
3. On The Counter / Bebas (OTC)
4. Non Promoted

Produk-produk di atas didistribusikan melalui rangkaian aliran saluran distribusi seperti berikut ini :

Gambar 1
Rangkaian Saluran Distribusi yang Digunakan
PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang



Sumber : Hasil wawancara dengan Supervisor PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang

Outlet (retailer) tersebut dapat berupa rumah sakit, apotik, tempat praktik dokter, atau toko obat.

Tenaga penjual yang digunakan oleh PT. Antar Mitra Sembada dalam beroperasi ada sebanyak sepuluh orang, dengan pembagian tugas sebagai berikut :

1. Sebagai Ekspediter sebanyak empat orang, yaitu ; satu orang menggunakan mobil, dan tiga orang menggunakan sepeda motor.
2. Sebagai salesman sebanyak enam orang, yaitu ; tiga orang bertugas di Palembang, dua orang bertugas di Jambi, dan satu orang bertugas di Bangka.

Setiap salesman menggunakan 1 unit sepeda motor miliknya yang disewa oleh perusahaan untuk menunjang tugas-tugas salesman tersebut.

Untuk mendistribusikan produk-produk perusahaan tersebut, maka PT. Antar Mitra Sembada menggunakan beberapa armada, yaitu :

1. Mobil Panther Minibus sebanyak satu unit, yang digunakan untuk melayani pesanan konsumen dalam jumlah besar. Tetapi kadang-kadang juga digunakan untuk mengunjungi outlet yang berada di luar Palembang tetapi masih dalam area Sumbagsel.
2. Sepeda motor sebanyak sembilan unit, yang terdiri dari :
 - Tiga unit milik perusahaan, yang digunakan untuk mengantar produk pesanan outlet,
 - Enam unit milik salesman yang disewa perusahaan, yang digunakan untuk mendukung tugas salesman.

Salah satu produk yang didistribusikan oleh PT. Antar Mitra Sembada adalah Obat Generik Berlogo (OGB). Realisasi penjualan dan jumlah outlet dari produk tersebut dapat ditunjukkan oleh tabel berikut ini :

Tabel 1
Volume Penjualan dan Jumlah Outlet
Bulan Januari – Agustus 2006

BULAN	PENJUALAN	JUMLAH OUTLET
JAN	Rp 18,578,809.00	59
FEB	Rp 44,743,175.00	68
MAR	Rp 49,325,888.00	71
APR	Rp 53,290,295.00	75
MEI	Rp 74,784,680.00	84
JUN	Rp 55,303,833.00	79
JUL	Rp 77,381,351.00	88
AGT	Rp 98,699,823.00	97

Sumber : Laporan Penjualan PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang

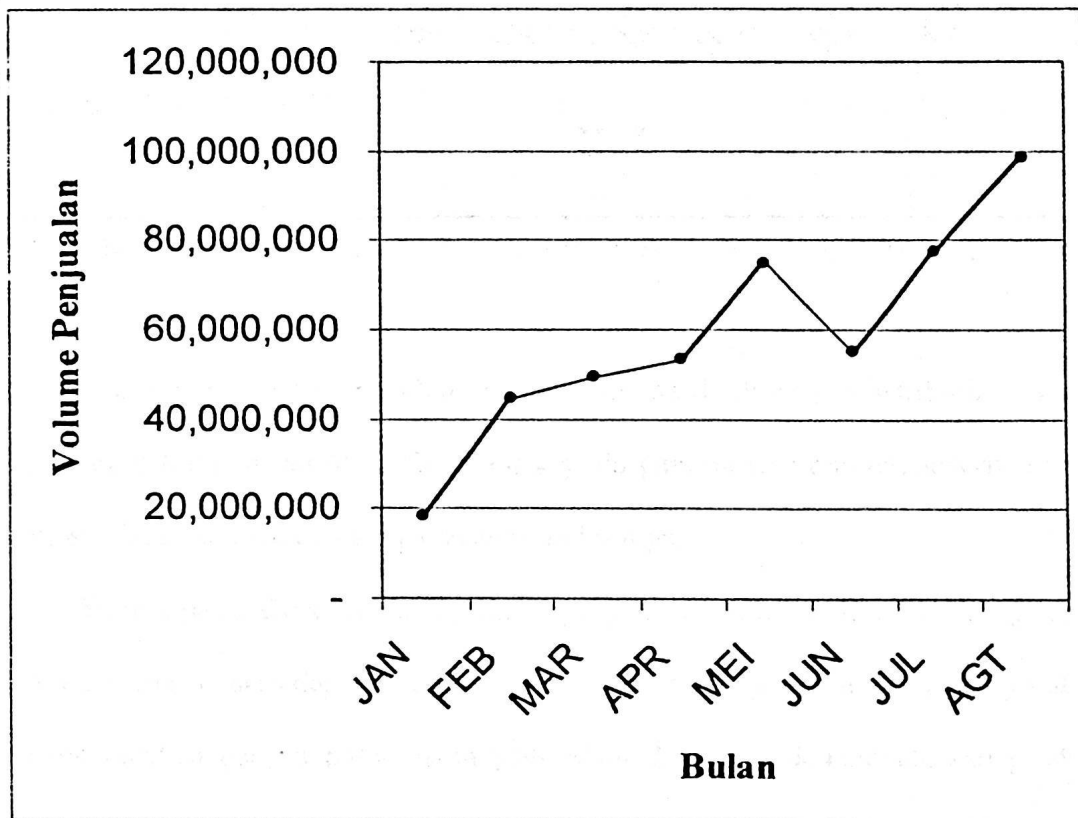
Dari tabel di atas, terlihat adanya fluktuasi penjualan dalam kurun waktu delapan bulan terakhir, yaitu pada bulan Januari, volume penjualan yang tercapai adalah Rp. 18,578,809.00. Pada bulan Februari, volume penjualan meningkat menjadi Rp. 44,743,175.00. Pada bulan Maret, volume penjualan naik lagi menjadi Rp. 44,743,175.00. Pada bulan April juga terjadi kenaikan volume penjualan sehingga menjadi Rp. 53,290,295.00. Pada bulan Mei terjadi kenaikan volume penjualan yang cukup signifikan, yaitu Rp. 74,784,680.00. Tetapi pada bulan Juni volume penjualan mengalami penurunan, sehingga menjadi Rp. 55,303,833.00. Pada bulan Juli terjadi peningkatan yang cukup besar dari bulan sebelumnya, yaitu sebesar Rp. 77,381,351.00. Dan pada bulan Agustus juga terjadi peningkatan, volume penjualan menjadi Rp. 98,699,823.00.

Dari tabel tersebut juga terlihat adanya fluktuasi jumlah outlet yang terlibat dalam kegiatan distribusi selama delapan bulan terakhir ini. Pada bulan Januari, terdapat 59 outlet yang terlibat dalam kegiatan distribusi. Pada bulan Februari, terdapat penambahan jumlah outlet, sehingga menjadi 68 outlet. Pada bulan Maret juga terdapat penambahan jumlah outlet, sehingga menjadi 71 outlet. Pada bulan April, jumlah outlet bertambah lagi menjadi 75 outlet. Pada bulan Mei, jumlah outlet terus meningkat menjadi 84 outlet. Tetapi pada bulan Juni, jumlah outlet berkurang menjadi 79 outlet. Pada bulan Juli, jumlah outlet kembali bertambah, sehingga menjadi 88 outlet. Dan pada bulan Agustus, jumlah outlet juga bertambah menjadi 97 outlet.

Dari tabel tersebut, dapat terlihat bahwa perubahan jumlah outlet ternyata juga diikuti oleh perubahan volume penjualan obat generik pada PT. Antar Mitra Sembada. Hal ini menunjukkan indikasi adanya hubungan antara jumlah outlet yang terlibat dalam kegiatan distribusi dengan volume penjualan yang telah di capai oleh perusahaan.

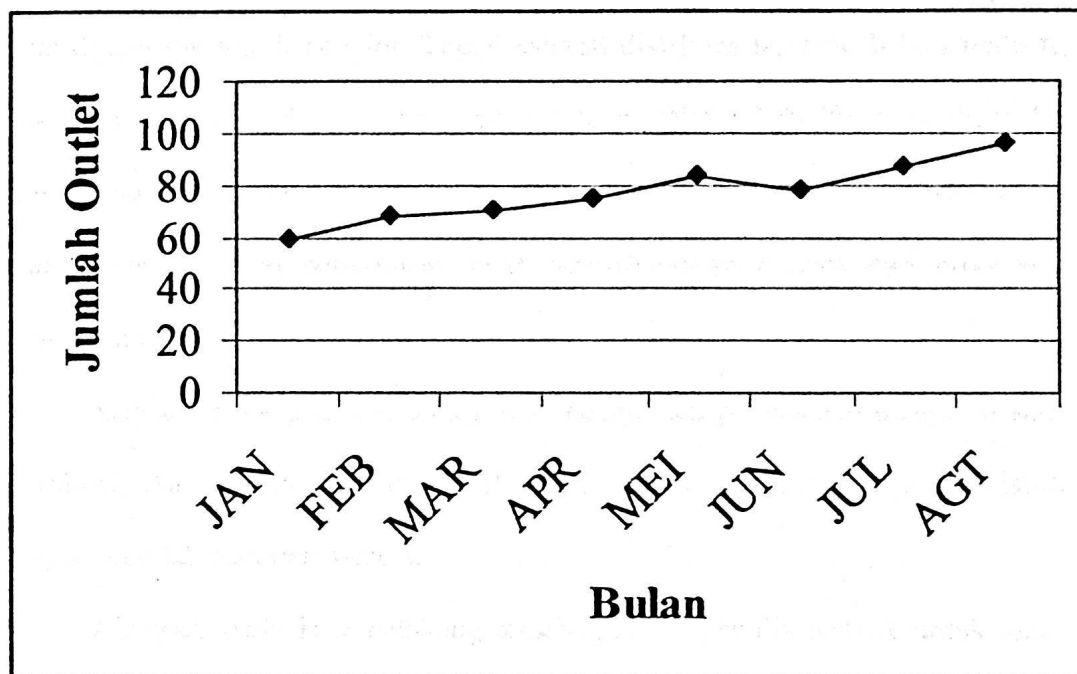
Bila data dari Tabel Volume Penjualan dan Jumlah Outlet tersebut digambarkan ke dalam bentuk grafik, maka akan tampak seperti berikut ini :

Gambar 2
Grafik Volume Penjualan Obat Generik pada
PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang



Sumber : Laporan Penjualan PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang

Gambar 3
Grafik jumlah Outlet yang Terlibat dalam
Distribusi Obat Generik pada
PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang



Sumber : Laporan Penjualan PT. Antar Mitra Sembada Cabang Palembang

Volume penjualan tersebut merupakan hasil dari pendistribusian yang dilakukan oleh PT. Antar Mitra Sembada kepada para outlet / retailer, seperti rumah sakit, apotik, toko obat, dan tempat kesehatan lainnya.

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 obat generik 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 Obat Generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel”.

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 obat generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel”.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh saluran distribusi dalam peningkatan volume penjualan obat generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk Area Pemasaran Sumbagsel.
2. Untuk mendapatkan gambaran mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh PT. Antar Mitra Sembada, khususnya pada pemasaran obat generik untuk area pemasaran Sumbagsel.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Sebagai masukan informasi untuk manambah 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

1.4. Metodologi Penelitian

1.4.1. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel utama yang akan diteliti adalah volume penjualan obat generik yang telah di capai oleh PT. Antar Mitra Sembada untuk area pemasaran Sumbagsel. Penulis akan memberikan batasan, agar dalam pembahasannya tidak menyimpang dari pakok permasalahan yang akan dibahas, yaitu pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan obat generik pada PT. Antar Mitra Sembada untuk area pemasaran sumbagsel. Analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain analisis dalam pemilihan saluran distribusi dan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pemilihan saluran distribusi untuk memasarkan obat generik di area Sumbagsel.

1.4.2. Objek Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh penulis pada penelitan ini bertempat pada kantor PT. Antar Mitra Sembada cabang Palembang yang beralamat di Jalan K.H Achmad Dahlan No. 68 Bukit Kecil Palembang.



1.4.3. Jenis Data

Jenis data yang peneliti pakai dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti yang dianggap relevan dengan penelitian, seperti observasi lapangan, dan interview dengan narasumber yang dinilai memberikan jawaban yang relevan bagi penelitian
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti yang bersumber dari buku-buku pedoman, literatur yang disusun oleh para ahli, dan berbagai artikel yang berhubungan dengan masalah yang diteliti serta data-data yang dimiliki oleh perusahaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

1.4.4. Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Peneliti akan melakukan wawancara dengan nara sumber yang berasal dari dalam dan luar perusahaan untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Wawancara akan dilakukan dengan beberapa nara sumber, yaitu :

- Pimpinan Perusahaan
- Staf / karyawan perusahaan
- Pengelola outlet / retailer

- Dokter yang membuka praktek

2. Observasi

Peneliti akan secara langsung terjun kelapangan untuk mendapatkan data yang relevan dan dapat dijadikan pedoman dalam penelitian ini.

3. Studi Pustaka

Peneliti akan membaca berbagai literatur, artikel dan tulisan – tilisan yang relevan dengan penelitian, dan menggunakannya sebagai pedoman dalam membantu kelancaran penelitian ini.

1.4.5. Teknik Analisis

Teknik analisis yang akan digunakan oleh peneliti adalah analisis secara kuantitatif dan kualitatif.

a. Analisis Kuantitatif

Adalah suatu metode penganalisaan yang menggunakan perhitungan angka-angka untuk pengambilan keputusan, antara lain :

1. Analisis Regresi Linier Sederhana.

Yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel, dalam hal ini variabel saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan. Rumus Regresi Linier Sederhana yaitu :

$$Y = a + bx$$

Nilai (a) dapat dihitung melalui persamaan :

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

Nilai (b) dapat dihitung melalui persamaan :

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

keterangan :

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X : Jumlah Saluran Distribusi

Y : Volume Penjualan

n : Jumlah Bulan

2. Analisis Koefisien Korelasi

Yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang ada antara variabel-variabel yang diteliti. Dalam hal ini saluran distribusi dan Volume Penjualan, dapat digunakan Persamaan Korelasi. Rumus Persamaan Korelasi, yaitu:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

keterangan :

r : Koefisien Korelasi

X : Jumlah saluran distribusi

Y : Volume Penjualan

n : Jumlah Bulan

Koefisien korelasi ini diberi symbol (r) yang dinyatakan dengan angka antara -1 sampai $=1$ atau mendekati 1 . adapun ketentuannya sebagai berikut :

- a. **Jika nilai $r > 0$** , artinya telah terjadi hubungan linier yang positif, yaitu makin besar nilai variabel X (independent), maka makin besar pula nilai variabel Y (dependen) atau makin kecil nilai variabel X , maka makin kecil pula nilai variabel Y .
- b. **Jika nilai $r < 0$** , artinya telah terjadi hubungan yang linier negatif, yaitu makin kecil nilai variabel X (independent), maka makin besar nilai variabel Y (dependen) atau makin besar nilai variabel X , maka makin kecil pula nilai variabel Y .
- c. **Jika nilai $r = 0$** , artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X (independent) dengan variabel Y (dependen).
- d. **Jika $r = 1$ atau $r = -1$** , artinya telah terjadi hubungan linier sempurna yaitu berupa garis lurus, sedangkan untuk nilai r yang makin mengarah ke angka 0 maka garis makin tidak lurus.

b. Analisis Kualitatif

Adalah suatu metode penganalisaan tanpa menggunakan perhitungan, tetapi dengan pemikiran-pemikiran dan alasan-alasan serta pendapat-pendapat dengan cara membandingkan teori distribusi yang telah dipelajari, sehingga penulis dapat membuat kesimpulan untuk pemecahan masalah melalui literatur serta buku-buku lainnya yang mempunyai hubungan pokok-pokok bahasan.

1.5. Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan skripsi ini, penulis akan menyusun dalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis memberikan penjelasan mengenai latar belakang penelitian, metode penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang menjadi dasar pembahasan masalah yang terdiri dari pengertian pemasaran dan saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan.

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan menguraikan tentang sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi perusahaan, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, serta model saluran distribusi yang telah dilakukan

perusahaan dan tingkat penjualan yang diperoleh dari saluran distribusi tersebut.

BAB IV ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI DALAM PEMASARAN OBAT GENERIK

Pada bab ini, penulis akan menganalisa mengenai pengaruh saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Antar Mitra Sembada dalam peningkatan volume penjualan obat generik.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini dibahas mengenai kesimpulan yang merupakan rumusan dari analisis dan pembahasan dari bab-bab terdahulu, serta memberikan saran-saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan dalam upaya peningkatan penjualan produk obat generik.

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.