

030.200
HAR
P

TS: Management-

658.84
Har
P
95 C1

PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN N. V. THE INDONESIAN KNITTING FACTORY, SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi tugas - tugas
dan memenuhi syarat guna menyelesaikan
Program Studi Strata 1 (S1)
Ilmu Ekonomi

Oleh :

Nama : Sri Rejeki Hardjomuljo
Nim : 91.30.976
Nirm : 91.6.111.02016.50041



TERPUSTAKAAN

0000064/E/C1

TGL. 2/10/95

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1995

HALAMAN PERSETUJUAN

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sri Rejeki Hardjomuljo
N I M : 91.30.976
N I R M : 91.6.111.02016.50041
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume
Penjualan N.V. The Indonesian Knitting
Factory, Semarang

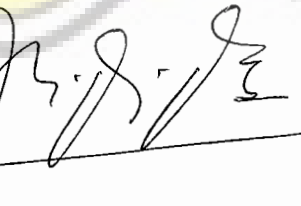
Semarang, Agustus 1995

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



(Drs. Alex Emyll, MSP)



(B. Karno B, S.E, MM)

HALAMAN PENGESAHAN

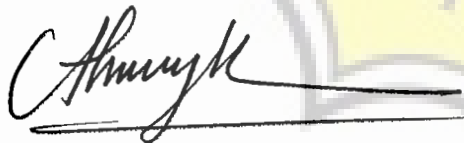
Skripsi
telah diterima dan disetujui
oleh Panitia Penguji
dalam sidang

Hari :
Tanggal :

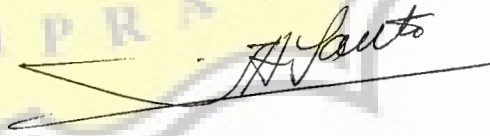
Yang bertanda tangan di bawah ini
Panitia Penguji,

Dosen Penguji I,

Dosen Penguji II,



(Drs. Alex Emyll, MSP)



(Drs. L. Suryanto)

puji sy
rahmat -
nya berh
" Peng
an N.V.

hi persy
(S1)
itas Kat

klah terl
i pihak
telah ba
saikan sk
n jika
kasih

osen Pem
k dan bim

yo, S.E.
h member
s.

3. Bapak Robertus Kusuma Widagdo, S.H., selaku Direktur N.V. The Indonesian Knitting Factory yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian di tempat tersebut.
4. Ibu Isnaeni, selaku wakil perusahaan yang telah memberikan keterangan yang dibutuhkan penulis.
5. Ayah dan ibu tercinta yang telah memberikan bantuan moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang berminat terhadap masalah penelitian ini.

Semarang, Juli 1995

Penulis,

DAFTAR ISI

	hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN	xi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan dan Pembatasan Masalah.....	3
1.2.1. Perumusan Masalah	3
1.2.2. Pembatasan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian	4
1.3.2. Kegunaan Penelitian	4
1.4. Hipotesis	4
1.5. Definisi Operasional	6
1.6. Kerangka Pikir Penelitian	7
1.7. Metodologi Penelitian	8
1.7.1. Lokasi Penelitian	8
1.7.2. Jenis data dan Metode Pengum- pulan data	8



	1.7.3. Metode Analisis Data	9
	1.8. Sistematika Skripsi	17
BAB II	: LANDASAN TEORI	19
	2.1. Pengertian Saluran Distribusi	19
	2.2. Alasan Digunakannya Perantara	20
	2.3. Saluran Distribusi Barang Konsumsi ..	23
	2.4. Fungsi - Fungsi Saluran Pemasaran ...	24
	2.5. Menentukan Intensitas Distribusi	26
	2.6. Pengendalian Saluran Distribusi	28
	2.7. Memperkirakan Frekuensi Kunjungan....	29
	yang diperlukan	
BAB III	: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	32
	3.1. Sejarah Berdirinya	32
	3.2. Struktur Organisasi	36
	3.3. Produksi	41
	3.4. Keadaan Karyawan	44
	3.5. Pemasaran	52
BAB IV	: PEMBAHASAN	55
	4.1. Pengaruh Jumlah Pedagang Besar.....	56
	terhadap Volume Penjualan	
	4.2. Pengaruh Frekuensi Kunjungan Salesman	
	terhadap Volume Penjualan	59
	4.3. Pengaruh Jumlah Pedagang Besar dan...	
	Frekuensi Kunjungan Salesman Terhadap	
	Volume Penjualan	63

BAB V : PENUTUP 65
5.1. Kesimpulan 65
5.2. Saran - Saran 66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	hal
Tabel 3.1. Karyawan Produksi Tahun 1995.....	45
Tabel 3.2. Tingkat Pendidikan Karyawan	46
Tabel 3.3. Umur Karyawan Produksi.....	47
Tabel 3.4. Lama Kerja Karyawan Produksi	48
Tabel 4.1. Jumlah Pedagang Besar dan Volume Pen- jualan Tahun 1990 s/d 1994	57
Tabel 4.2. Rata -Rata Kunjungan Salesman Ke Peda- gang Besar Tahun 1990 s/d 1994.....	60
Tabel 4.3. Frekuensi Kunjungan Salesman dan Volume Penjualan tahun 1990 s/d 1994.....	61
Tabel Distribusi t.....	
Tabel Distribusi F	

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Perhitungan Pengaruh Jumlah Pedagang Besar terhadap Volume Penjualan.
- Lampiran 2 Perhitungan Pengaruh Frekuensi Kunjungan Salesman terhadap Volume Penjualan.
- Lampiran 3 Perhitungan Pengaruh Jumlah Pedagang Besar Dan Frekuensi Kunjungan Salesman terhadap Volume Penjualan.
- Lampiran 4 Daftar Pertanyaan (Questioner).



RINGKASAN

Dalam memasarkan hasil produksinya, suatu perusahaan membutuhkan saluran distribusi. Saluran distribusi merupakan satu dari empat variabel yang ada dalam marketing mix selain produk, harga dan promosi. Saluran distribusi merupakan kegiatan penyampaian barang dari produsen sampai ke tangan konsumen.

Konsumen biasanya tidak peduli bagaimana barang tersebut dapat sampai ke tangannya, padahal proses penyampaian barang merupakan hal yang sangat penting. Ada beberapa macam bentuk saluran distribusi. N.V. The Indonesian Knitting Factory menggunakan saluran distribusi dari produsen - pedagang besar - pengecer - konsumen. Pedagang besar digunakan sebagai perantara karena pedagang besar inilah yang akan menyebarkan produknya ke pengecer maupun kepada konsumen. Perusahaan juga senantiasa meningkatkan frekuensi kunjungan salesman ke pedagang besar setiap tahunnya karena dengan demikian permintaan atau pesanan dapat segera dipenuhi.

Dalam penelitian ini penulis akan menyelidiki bagaimana pengaruh jumlah pedagang besar dan frekuensi kunjungan salesman secara parsial terhadap volume penjualan perusahaan. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh tersebut digunakan regresi linier sederhana yang kemudian diuji signifikansinya dengan rumus t hitung.

Hasil dari t hitung dibandingkan dengan t tabel yang dapat dilihat pada tabel distribusi t dengan menggunakan tingkat kepercayaan (α) sebesar 5 %, pengujian 2 sisi dan $df = 5 - 2 = 3$.

Sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara jumlah pedagang besar dan frekuensi kunjungan salesman secara bersama-sama terhadap volume penjualan digunakan regresi linier berganda yang kemudian diuji signifikansinya dengan rumus F hitung.

Hasil dari F hitung dibandingkan dengan F tabel yang dapat dilihat pada tabel distribusi F dengan menggunakan tingkat kepercayaan (α) sebesar 5 %, pengujian 2 sisi dan $df = 5 - 2 - 1 = 2$

Ternyata dari hasil analisa data, menunjukkan bahwa antara jumlah pedagang besar maupun frekuensi kunjungan salesman baik secara parsial maupun secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif, artinya semakin banyak jumlah pedagang besar dan frekuensi kunjungan salesman ke pedagang besar, volume penjualan akan semakin meningkat.