ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. RIMBA SARI DI SUKOHARJO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

RAHMANTO

NIM : B 100 030 138

FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Dengan semakin majunya perkembangan teknologi dewasa ini banyak sekali bermunculan perusahaan-perusahaan besar maupun kecil yang ada di Indonesia. Perusahaan-perusahaan tersebut bersaing dengan ketat dan berusaha untuk menguasai pasar agar tujuan perusahaan tersebyt tercapai.

Tujuan dari perusahaan pada umumnya adalah untuk mencapai laba yang maksimal dengan cara menghasilkan barang / jasa yang sesuai dengan selera konsumen sehingga tujuan tersebut dapat tercapai. Perusahaan dalam mencapai tujuan sangat ditentukan oleh keahlian dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupu personalia serta ditentukan pula pada kemampuan mereka dalam mengelola dan mengkombinasi fungsi-fungsi tersebut.

Perusahaan tidak dapat menghasilkan produk sesuai dengan keinginan sendiri, tanpa melihat apa yang sebenarnya menjadi keinginan konsumen. Bukannya pasar di kuasai penjual akan tetapi pasar di kuasai pembeli sehingga sangat terasa betapa sulit usaha dari pihak perusahaan untuk dapat memasarkan barangnya dengan mencapai keuntungan maksimum dengan kondisi semacam ini konsep pemasaran harus dipergunakan untuk mencapai sukses suatu perusahaan, kemudian yang dimaksud dengan pemasaran adalah :

Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada ataupun pembeli potensial.

Masalah pemasaran lain yang penting dan merupakan sistem pemasaran inti dalam perusahaan adalah marketing mix. Komponen marketing mix meliputi produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Sedangkan marketing mix sendiri didefinisikan sebagai berikut :

Marketing mix adalah kombinasi dari keempat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

Usaha mendekatkan produk untuk mencapai konsumen akhir perlu digunakan saluran distribusi atau saluran pemasaran baik secara langsung maupun tidak langsung. Saluran distribusi ini merupakan salah satu faktor penting yang mendukung tercapainya target pemasaran, yang akan menyalurkan hasil produksi kepada pengecer atau konsumen. Saluran menurut C. Glenn Walters, adalah sebagai berikut :

”Manajemen saluran adalah pengembangan strategi yang searah pada berbagai keputusan yang berkaitan untuk memindahkan barang-barang secara fisik maupun non fisik guna mencapai tujuan perusahaan dan berada di dalam kondisi lingkungan tertentu”.

Mengingat pentingnya saluran distribusi bagi perusahaan, maka dalam menyusun skripsi ini penyusun mengambil judul “ANALISIS

PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA CV. RIMBA SARI DI SUKOHARJO".

B. PERUMUSAN MASALAH

Dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan tidak lepas dari peranan saluran distribusi. Dengan demikian perumusan masalah ini adalah :

a. Apakah saluran distribusi langsung dan tidak langsung berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan ?
b. Manakah saluran distribusi yang paling menguntungkan terhadap peningkatan volume penjualan ?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui saluran distribusi langsung dan tidak langsung terhadap peningkatan volume penjualan.
2. Untuk mengetahui saluran distribusi manakah yang paling menguntungkan terhadap peningkatan volume penjualan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis antara lain :

1. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara praktis dan manfaat individual bagi penulis dalam menjalankan studi akademis.
2. Adapun manfaat akademis yang diperoleh dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
3. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu masukan atau bahan pertimbangan dalam pengambilan penentuan saluran distribusi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan pada CV. RIMBA SARI di SUKOHARJO.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

Bab pendahuluan menguraikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat tinjauan teori yang relevan dan mendukung penelitian yang dilakukan dan memuat materi-materi yang dikumpulkan dan dipilih dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang dimunculkan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi kerangka teoritik mengenai pokok-pokok teori

yang melandasi setiap permasalahan, hipotesis data dan sumber data serta alat analisis data yang digunakan.

BAB IV : PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam hal ini berisi tentang gambaran umum dari obyek penelitian atau perusahaan, data yang diperoleh, analisis data, dan hasil analisis serta pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Penutup berisi kesimpulan pembahasan skripsi serta saran-saran yang diperlukan untuk disampaikan.