

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME
PENJUALAN PADA PERCETAKAN “CV. CAHAYA ALAM”
SURAKARTA**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

DHEDHY YASIRUL HADI

B 100 040 182

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bila kita mencermati kondisi dinegara kita sekarang ini, dampak dari krisis ekonomi masih menyisakan berbagai masalah bagi perusahaan. Sehingga banyak perusahaan yang ada di Indonesia harus tutup (berhenti beroperasi) karena tidak mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Untuk itu perusahaan harus berusaha menemukan strategi yang tepat agar bisa tetap bertahan (*survive*) dan dapat memenuhi tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan berupa laba yang maksimal.

Untuk menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lain dan dapat menyesuaikan dengan perubahan kondisi yang terjadi pada saat sekarang ini. Dalam hal melakukan persaingan, perusahaan seharusnya tidak hanya menitikberatkan pada kelancaran produksi saja, tetapi harus memperhatikan pula strategi dalam memasarkan hasil produksinya. Dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, perusahaan juga harus dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga strategi pemasaran dapat berhasil. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, distribusi dan promosi.

Oleh karena itu agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi manfaat, mutu atau kualitas, dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga target dari penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat terwujud. Namun yang lebih penting perusahaan harus dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen, karena meskipun produk itu berkualitas dan bermanfaat akan tetapi tidak dikenal oleh konsumen, produk tersebut tidak akan diketahui kualitas dan manfaatnya oleh konsumen dan konsumen tidak akan membelinya. Oleh karena itu perusahaan bisa mempengaruhi konsumen untuk dapat menciptakan permintaan atas produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan konsumen akan segera membeli produk tersebut.

Salah satu kegiatan yang mempunyai peranan penting dalam kegiatan pemasaran adalah mendistribusikan barang dan jasa kepada kelompok pembeli atau konsumen. Untuk melaksanakan kegiatan ini perusahaan harus membentuk saluran distribusi. Saluran ini berfungsi membantu perusahaan dalam menyebarkan dan mendekatkan produk-produknya kepada konsumen, sehingga mereka akan lebih mudah untuk mendapatkan barang yang di butuhkan.

Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan ke daerah pemasaran semakin luas. Dengan semakin baiknya saluran distribusi yang digunakan oleh produsen terhadap konsumen, maka akan semakin banyak konsumen yang dapat direbut. Pentingnya peranan

pemasaran terutama saluran distribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan serta memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul:

“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PERCETAKAN ‘CV. CAHAYA ALAM’ SURAKARTA”.

B. Pembatasan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dalam penelitian ini penulis membatasi pada masalah: “Mengenai pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan pada percetakan ‘CV. Cahaya Alam’ Surakarta”.

C. Perumusan Masalah

Dengan adanya saluran distribusi yang baik diharapkan arus barang dari produsen ke konsumen semakin lancar dan penyebaran produk akan semakin luas, sehingga penjualan produk dapat meningkat.

Berdasarkan pada uraian di latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah saluran distribusi yang dilakukan perusahaan CV. Cahaya Alam Surakarta berpengaruh terhadap volume penjualan, dan sejauhmana pengaruhnya.

2. Variabel saluran distribusi mana yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan di CV. Cahaya Alam Surakarta.

D. Tujuan Penelitian

Dalam melakukan sesuatu tentu mempunyai tujuan yang ingin di capai. Demikian juga dengan penelitian ini, adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh kegiatan saluran distribusi yang dilakukan oleh perusahaan CV. Cahaya Alam Surakarta terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui variabel dari saluran distribusi mana yang paling berpengaruh terhadap volume penjualan di CV. Cahaya Alam Surakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penyusun

Agar dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mempraktekkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam kenyataannya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan masukan bagi pimpinan perusahaan dalam membuat kebijaksanaan terutama dalam memilih saluran distribusi, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Akademis

Mendukung pelaksanaan program wacana keilmuan dan keislaman yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian terhadap masyarakat serta untuk para penulis dalam meneliti suatu penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini mengemukakan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan menguraikan teori-teori yang mendukung atau mendasari dalam penelitian yang meliputi: pengertian dan fungsi-fungsi pemasaran, pengertian *marketing mix*, pengertian dan fungsi-fungsi saluran distribusi, pengertian biaya distribusi, pengertian volume penjualan dan hubungan kegiatan saluran distribusi, biaya distribusi dan volume penjualan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Di sini dikemukakan secara singkat kerangka pemikiran, hipotesa, metode penelitian.

BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai sejarah berdirinya perusahaan, lokasi perusahaan, struktur organisasi, personalia,

proses produksi, pemasaran diskripsi data hasil analisis, serta pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.