

**EVALUASI SALURAN DISTRIBUSI DALAM USAHA PENINGKATAN
VOLUME PENJUALAN DAN LABA PADA CV. ITA
DI SURAKARTA**

SKRIPSI



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

Disusun oleh :

MUHAMMAD DARMAWAN

B 100 050 215

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2009

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dewasa ini dunia dikejutkan dengan terjadinya krisis ekonomi global yang sangat terasa sekali dampaknya pada perekonomian diseluruh dunia. Sehingga kondisi ini sangat berpengaruh pada semua aspek, krisis ini telah menyebabkan kejatuhan harga jual komoditi serta nilai asset property dan asset keuangan baik di tingkat global ataupun domestik. Krisis juga menyebabkan mengetatnya likuiditas global, mengingat akan terdapat peningkatan permintaan dari banyak lembaga untuk menambai pencadangan modalnya. Maka pemasaran sebagai salah satu fungsi atau kegiatan perusahaan mempunyai peranan yang cukup penting dalam membantu perusahaan untuk meraih peluang ini sehingga dapat memberikan manfaat lebih besar bagi perkembangan perusahaan.

Tujuan umum dari setiap perusahaan adalah untuk memperoleh laba tertentu, dan hal itu akan dapat tercapai apabila kegiatan penjualan dapat dilaksanakan secara berhasil sesuai dengan yang direncanakan. Kegiatan penjualan merupakan salah satu dari seluruh kegiatan pemasaran lainnya dimana keberhasilan pemasaran akan ditentukan oleh berbagai faktor yang mempengaruhinya. Adapun faktor-faktor yang dimaksud berupa faktor internal yaitu faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari beberapa variabel seperti produk, promosi, harga dan distribusi yang

sering disebut dengan istilah *marketing mix*. Sedangkan faktor yang lain berupa faktor eksternal yaitu faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan yang terdiri dari lingkungan mikro yang terdiri dari variabel-variabel seperti pemasok, perantara pemasaran, pelanggan, pesaing, perusahaan distribusi fisik dan publik. Lingkungan yang kedua dari faktor eksternal berupa lingkungan makro yang terdiri dari variabel-variabel seperti kependudukan, kondisi perekonomian, kekuatan sosial budaya, kekuatan politik dan hukum serta teknologi.

Untuk dapat mendukung keberhasilan pemasaran yang pada akhirnya akan berdampak terhadap keberhasilan kegiatan penjualan, maka hal ini akan tergantung pada kemampuan manajemen dalam menganalisis dan memanfaatkan berbagai variabel yang dimilikinya serta merancang secara strategis program-program pemasaran dalam kerangka lingkungan yang dihadapi perusahaan dan kemudian menjalankan rencana tersebut.

Dalam usaha memperlancar arus dari produsen ke konsumen, maka salah satu faktor yang tidak dapat diabaikan oleh perusahaan adalah memilih secara tepat saluran distribusi yang akan digunakan dalam penyaluran produk dari produsen ke konsumen, sehingga dapat mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian.

Saluran distribusi adalah lembaga-lembaga distributor / lembaga-lembaga penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan / menyampaikan barang-barang / jasa dari produsen ke konsumen. Distributor-distributor / penyalur ini bekerja secara aktif untuk mengusahakan

perpindahan, bukan hanya secara fisik tetapi dalam arti agar barang-barang tersebut dapat dibeli oleh konsumen. (Alex S. Nitisemito, 1991: 102)

Distribusi merupakan salah satu variabel dari beberapa variabel pemasaran lainnya sehingga sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan. Distribusi merupakan suatu kegiatan yang mesti dilakukan oleh setiap perusahaan dalam rangka untuk menyebarkan dan menjamin persediaan produk di pasar sehingga masyarakat memperoleh kemudahan dalam upaya mencari dan mendapatkan produk yang diharapkan untuk memenuhi sebagian kebutuhan hidup mereka. Penentuan saluran distribusi sebagai salah satu unsur daripada bauran distribusi dianggap sebagai salah satu kegiatan kritis yang dihadapi manajemen karena dapat mempengaruhi seluruh keputusan-keputusan pemasaran lainnya, seperti keputusan mengenai produk, harga, promosi, dan lain-lainnya. Disamping itu pemilihan saluran distribusi akan menyangkut keputusan-keputusan mengenai penggunaan penyalur atau perantara pemasaran seperti grosir, agen, makelar, pengecer dan jenis penyalur lainnya serta bagaimana untuk menjalin hubungan yang baik dan saling menguntungkan dengan para perantara atau penyalur tersebut dalam jangka waktu yang panjang.

Menggunakan perantara berarti melepaskan sebagian kekuasaan atas bagaimana dan kepada siapa produk akan dijual. Adanya keterbatasan-keterbatasan sumber daya, jangkauan wilayah pasar yang luas, tingkat persaingan dan pertimbangan lainnya merupakan beberapa alasan bagi sebagian besar produsen menyerahkan sejumlah tertentu dari tugas penjualan

kepada para perantara. Bagi CV ITA di Surakarta, penggunaan perantara merupakan salah satu alternatif keputusan yang harus dipertimbangkan secara matang, sebab keberadaan mereka yang dapat mempengaruhi lancar atau tidaknya proses penyaluran buku dalam upaya memenuhi kebutuhan konsumen terhadap produk tersebut.

Banyak juga perusahaan-perusahaan yang tidak dapat mencapai sasaran penjualannya yaitu adanya volume penjualan yang selalu menurun dari tahun ke tahun, Adanya penurunan volume penjualan ini disebabkan perusahaan tidak mampu memanfaatkan saluran distribusi tersebut secara tepat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merasa tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih jauh yang kemudian disajikan dalam skripsi berjudul:” **EVALUASI SALURAN DISTRIBUSI DALAM USAHA PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN DAN LABA PADA CV. ITA DI SURAKARTA**”

B. RUMUSAN MASALAH

Pada umumnya setiap perusahaan menghendaki peningkatan dari hasil penjualan produknya. Banyak faktor yang mempengaruhi hal tersebut di atas. Saluran distribusi yang digunakan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kegiatan penjualan. Dengan demikian pemilihan dan penggunaan bentuk saluran distribusi produk yang tepat bagi suatu perusahaan akan dapat pula mempercepat dan mempermudah proses

penyampaian hasil produksinya ke tangan konsumen akhir secara efisien, sehingga pada akhirnya diharapkan akan dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan yang bersangkutan.

Dari uraian di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah yang pada gilirannya akan dibahas sesuai dengan batasan kemampuan peneliti, adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh saluran distribusi terhadap hasil penjualan pada CV. ITA di SURAKARTA?
2. Sejauh mana pengaruh saluran distribusi terhadap hasil penjualan pada CV. ITA di SURAKARTA?

C. TUJUAN PENELITIAN

Menurut Philip Kotler yang dialihbahasakan oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli (1997:140) mengemukakan bahwa : *“Penggunaan perantara sebagian besar karena keunggulan efisiensi mereka dalam membuat barang-barang tersedia secara luas dan mudah diperoleh pasar sasaran”*.

Penentuan saluran distribusi akan menyangkut penggunaan perantara untuk mendistribusikan barang/jasa dari produsen sampai ke tangan konsumen. Dengan demikian proses penyaluran barang/jasa akan menjadi lebih mudah dan lancar karena kemampuan saluran distribusi yang dapat mencapai volume penjualan dan menjangkau kelompok konsumen tertentu serta menjamin persediaan produk sehingga mudah diperoleh di mana saja dan kapan saja pada saat dibutuhkan konsumen.

Sehingga dalam penelitian ini dapat dirumuskan mengenai tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pelaksanaan saluran distribusi pada CV. ITA di SURAKARTA dalam upaya mencapai hasil penjualan.
2. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap hasil penjualan pada CV. ITA di SURAKARTA.

D. MANFAAT PENELITIAN

Dalam penelitian ini diharapkan mendapat suatu manfaat atau keuntungan bagi perusahaan atau pihak luar, yaitu

1. Bagi Pihak Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijaksanaan yang akan datang di bidang pemasaran khususnya mengenai saluran distribusi agar dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini berguna bagi pihak lain yang ingin mempelajari masalah pemasaran terutama masalah saluran distribusinya, penelitian ini dapat juga dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian berikutnya dan dapat dijadikan informasi tambahan

3. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk menambah wawasan dan menerapkan teori yang selama ini diperoleh dari bangku perkuliahan.

E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang dimunculkan dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang obyek lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, identifikasi variable, pengukuran operasional variable dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, hasil analisis data, hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari pemecahan masalah yang diajukan serta saran-saran yang perlu disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN