

**EVALUASI SALURAN DISTRIBUSI DENGAN MEMBANDINGKAN BIAYA
DISTRIBUSI DAN VOLUME PENJUALAN PADA PENERBIT DAN
PERCETAKAN “PUSTAKA SINAR MANASO” SOLO**



TUGAS AKHIR

**Disusun Guna Memenuhi Sebagian
Persyaratan Memperoleh Derajat Ahli Madya
Program Studi D3 Manajemen Pemasaran**

Oleh :

UMAR ARIFUDDIN. SY

NIM : F.3202535

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2005

HALAMAN PERSETUJUAN

Surakarta, Juli 2005

Disetujui dan diterima dengan baik

Oleh Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ahmad Ikhwan Setiawan', with a horizontal line underneath the name.

Ahmad Ikhwan Setiawan, SE, MT

NIP : 132 282 732

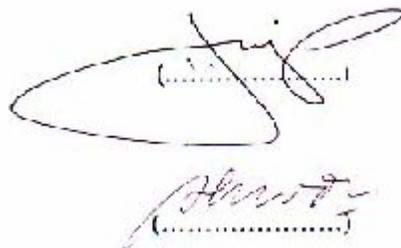
HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dengan baik oleh team penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran.

Surakarta, 10 Agustus 2005

Tim Penguji Tugas Akhir :

1. Drs. Wiyono, MM.
(Penguji)
2. Ahmad Ikhwan Setiawan, SE, MT.
(Pembimbing)



The image shows two handwritten signatures in black ink. The top signature is larger and more stylized, while the bottom signature is smaller and more legible. Both signatures are written over dotted lines, which are likely part of a signature line on a form.

MOTTO

- *Setiap kelahiran pasti butuh kepandaian dan keberanian, kepandaian tanpa keberanian adalah suatu yang beku, keberanian tanpa kepandaian adalah suatu yang konyol (penulis).*
- *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Q.S Al-Anasrohi : 6).*
- *Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu pengetahuan beberapa derajat (Q.S Al-Mujadillah : 11).*
- *Mulailah dari diri sendiri hal yang terkecil, dan saat itu juga (AA. Gym).*
- *Hidup adalah perjuangan tanpa henti-henti (Dhani Ahmad).*

PERSEMBAHAN

Penulis Persembahkan Kepada :

1. Bapak-Ibu, Kakek-Nenek, beserta adik-adikku yang selalu memberikan kasih sayang, doa dan dukungan yang tak terhingga.
2. Keluarga besar Darso Wiyono, khususnya pakde Joko, yang telah memberikan izin penelitian pada penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso”.
3. Aruny Amalia Syahida (*My True Love*), atas dukungan dan doa selama ini.
4. Tendra, Doni, Eka, Prima, semua Kost “GEDEATH”, semoga kita bisa jalan bareng sampai tua.....
5. Patria, Rika, Rima, Ida, Dwi, kapan kita jalan-jalan lagi?(They is MISS HIK).
6. City, Dian, Anton, Ari, Ahmad, Fajar, Nurul. Takkan kulupakan kenangan bersama kalian.
7. Ratih Kharisma Siwi yang udah mendukung dan mensupport, makasih atas semuanya.
8. Temen-temen MP sore semua, yang telah mengisi sebagian dari hidupku, makasih banyak.....

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat, petunjuk dan ridhonya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “EVALUASI SALURAN DISTRIBUSI DENGAN MEMBANDINGKAN BIAYA DISTRIBUSI DAN VOLUME PENJUALAN PADA PENERBIT DAN PERCETAKAN “PUSTAKA SINAR MANASO” SOLO, sebagai persyaratan guna meraih Gelar Sarjana Ahli Madya Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini telah banyak mendapat bantuan, dorongan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini dengan penuh keikhlasan dan kerendahan hati penulis haturkan terima kasih kepada :

1. Dra. Salamah Wahyuni, SU selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
2. Drs. Djoko Purwanto, MBA, selaku ketua program DIII Manajemen Pemasaran.
3. Intan Novela Q.A, SE, Msi, selaku sekretaris Program DIII Manajemen Pemasaran.
4. Akhmad Ikhwan Setiawan, SE, MT, selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran, ketekunan, dan tanggung jawab telah memberikan petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Djoseno Ranupanjoyo, selaku pembimbing akademis.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan kepada penulis selama mengikuti pendidikan.
7. Bapak Djoko, selaku pimpinan Penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso”, yang telah membantu hingga selainya Tugas Akhir ini.
8. Segenap pihak yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

Surakarta, Juli 2005

Penulis

ABSTRAK

EVALUASI SALURAN DISTRIBUSI DENGAN MEMBANDINGKAN BIAYA DISTRIBUSI DAN VOLUME PENJUALAN PADA PENERBIT DAN PERCETAKAN “PUSTAKA SINAR MANASO” SOLO

Umar Arifuddin. SY
F.3202535

Tujuan didirikan perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau laba. Hal ini biasanya dapat dilihat dari besarnya volume penjualan yang dicapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan perlu melakukan kegiatan pemasaran salah satunya adalah melakukan kegiatan distribusi. Kegiatan ini sangat penting karena berhubungan dengan penyampaian produk kepada konsumen. Dalam melakukan kegiatan distribusi, perusahaan akan mengeluarkan biaya distribusi, seperti biaya penjualan, biaya pergudangan, biaya pengepakan, dan biaya kredit & penagihan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah pelaksanaan saluran distribusi langsung dan tidak langsung, dan saluran distribusi yang lebih berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Metodologi yang digunakan adalah dengan wawancara, observasi, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan Analisis Deskriptif, dan Analisis Regresi sederhana.

Berdasarkan data yang diperoleh, pelaksanaan saluran distribusi langsung menggunakan tenaga salesmen, sedangkan pelaksanaan saluran distribusi tidak langsung, melalui toko. Setelah variabel volume penjualan dan variabel biaya distribusi dianalisis menggunakan Analisis Regresi Sederhana, menunjukkan kedua saluran distribusi berpengaruh positif dalam meningkatkan volume penjualan, tetapi saluran distribusi langsung lebih besar pengaruhnya terhadap volume penjualan.

Dari analisis data dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi langsung lebih berpengaruh terhadap volume penjualan, meskipun kedua saluran distribusi tersebut sama-sama berpengaruh positif dalam meningkatkan volume penjualan. Penulis juga menyarankan agar perusahaan tetap mempertahankan saluran distribusi tidak langsung, menggunakan salesmen-salesmen yang berpengalaman dibidang penjualan buku-buku pelajaran sekolah, dan tetap menjaga dan meningkatkan pelayanan terhadap konsumen.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xi
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Metode Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Tinjauan Pustaka.....	7
1. Pengertian Produk.....	7
2. Definisi Manajemen Saluran.....	8
3. Pengertian Distribusi.....	10

4. Saluran Distribusi.....	11
5. Intensitas Distribusi Pada Setiap Tingkatan Saluran.....	18
6. Biaya Distribusi.....	19
7. Analisis Volume Penjualan.....	20
8. Transportasi.....	20
9. Penelitian Terdahulu.....	20
B. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA.....	22
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	22
B. Data.....	33
C. Analisis Data.....	37
BAB IV PENUTUP.....	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran-Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA.....	43
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

III.I	Volume Penjualan.....	34
III.II	Biaya Distribusi.....	35
III.III	Biaya Distribusi Langsung.....	

DAFTAR GAMBAR

II.I Kerangka Pemikiran.....	21
III.I Struktur Organisasi.....	25

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan zaman, maka kebutuhan akan ilmu pengetahuan dan informasi secara global semakin dibutuhkan oleh setiap orang khususnya pelajar dan mahasiswa. Kebutuhan akan ilmu pengetahuan dan informasi global tersebut menyangkut disegala bidang, seperti bidang agama, politik, ekonomi, teknologi, olah raga, pendidikan, kebudayaan, ataupun bidang lain yang diperlukan di era globalisasi ini. Memasuki area pasar bebas, dimana pasar perdagangan dapat dilakukan antar negara tanpa adanya kesulitan. Hal tersebut menyebabkan kehidupan ekonomi dunia tidak lagi dibatasi oleh negara melainkan oleh ilmu pengetahuan, teknologi dan jaringan industri. Hal ini menyebabkan ketergantungan antara negara yang satu dengan negara yang lain.

Pelajar dan Mahasiswa adalah target bagi percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso” dalam memasarkan barang hasil produksi karena persaingan dari perusahaan yang sejenis semakin ketat. Produk mana yang disukai konsumen tergantung dari strategi-strategi apa saja yang dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Hal ini menyebabkan tidak setiap konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan oleh suatu penerbit dan percetakan. Oleh karena itu perusahaan harus mampu

menyusun strategi pemasaran dengan baik guna mencapai pelajar dan mahasiswa sebagai sasaran untuk menarik konsumen potensial yang ada didalam masyarakat tersebut.

Kehadiran buku-buku selain sebagai dunia bisnis juga merupakan sumber informasi dan ilmu pemngetahuan bagi pembacanya. Dengan kondisi dan keadaan tersebut memberikan peluang yang baik bagi buku-buku untuk memberikan pengetahuan kepada pembacanya.

Dengan melihat uraian diatas, buku-buku yang dihasilkan oleh percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso” berusaha memberikan mutu yang terbaik serta bermanfaat kepada pembacanya. Oleh karena itu,percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso” harus membuat buku-buku yang benar-benar bermanfaat bagi pembacanya dab menentukan faktor-faktor dominan yang mempengaruhi pembaca atau masyarakat dalam mnggunakan buku dari ‘Pustaka Sinar Manaso”. Dengan alasan tersebut, penulis tertarik untuk mengangkatnya menjadi suatu permasalahan yang berjudul : PEMILIHAN SALURAN DISTRIBUSI DAN DAMPAKNYA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PENERBIT DAN PERCETAKAN “PUSTAKA SINAR MANASO” SOLO

B. Perumusan masalah

Berdasar latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan saluran distribusi langsung dan tidak langsung pada percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso” ?
2. Saluran distribusi apa yang lebih berpengaruh terhadap volume penjualan?

C. Tujuan penelitian

Suatu kegiatan dilakukan karena adanya tujuan yang ingin dicapai.

Dengan adanya tujuan yang jelas maka kegiatan yang akan dilaksanakan akan lebih terarah. Adapun tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan saluran distribusi pada percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso”.
2. Untuk mengetahui saluran distribusi yang lebih berpengaruh terhadap volume penjualan.

D. Manfaat penelitian.

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan.

Dapat dijadikan bahan masukan untuk menentukan saluran distribusi yang tepat dan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan.

2. Bagi penulis.

Untuk menambah pengetahuan tentang masalah-masalah dibidang pemasaran pada umumnya dan dibidang distribusi pada khususnya.

3. Bagi Universitas.

Dapat memberikan manfaat, tambahan informasi dan referensi bacaan bagi mahasiswa khususnya yang akan menyusun Tugas Akhir.

E. Metodologi Penelitian.

1. Ruang lingkup penelitian.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, yang menggambarkan dan menguraikan keterangan-keterangan dari data-data kualitatif maupun data-data kuantitatif yang diberikan oleh perusahaan dan disusun dalam bentuk laporan.

2. Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang memuat gambaran kondisi perusahaan; dan data kuantitatif, yang berupa angka-angka tentang biaya-biaya distribusi, volume penjualan

pada percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso”, yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk dianalisis.

2. Sumber data

a. Data primer

Data yang dikumpulkan secara langsung dari obyek penelitian, yaitu dengan mengadakan wawancara langsung dengan personalia pada percetakan dan penerbit “Pustaka Sinar Manaso”.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari intern perusahaan, beberapa dokumen pendirian perusahaan dan catatan inventaris lainnya.

4. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

Yaitu dengan mengadakan wawancara langsung dengan orang-orang yang berkompeten di bidangnya.

b. Studi Pustaka

Yaitu dengan mempelajari literatur dan referensi yang relevan dengan penelitian ini.

c. Observasi

Yaitu kegiatan pengamatan dan pencatatan data atau gejala secara sistematis.

5. Teknik Analisis Data

a. Metode Deskriptif

Yaitu teknik analisa data yang berisikan tentang suatu obyek sebagaimana adanya pada suatu waktu.

b. Analisis regresi sederhana

$$y = a + b x$$

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian produk

Seringkali barang diartikan sebagai kumpulan atribut dan sifat kimia yang secara fisika dapat diraba bentuk nyata (Swastha,1996:94). Namun dalam tinjauan yang lebih mendalam, barang tidak hanya meliputi fisik saja, akan tetapi juga meliputi non fisik, seperti harga, nama penjualnya, dan sebagainya.

Sesuai dengan bidang pemasaran, definisi produk antara lain, produk adalah suatu sifat kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestice perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterioma oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya (Swastha dan Irawan, 1983 : 165).

Menurut definisi tersebut, konsumen membeli sekumpulan sifat fisik dan kimia sebagai alat pemuas kebutuhan. Setiap kombinasi dari sifat-sifat tersebut merupakan produk tersendiri sebab setiap kombinasi akan memberikan kepuasan yang berbeda-beda. Adapun istilah yang bersangkutan dengan produk dan politik produk, seperti perencanaan barang, pengembangan barang, dan perdagangan.

2. Definisi Manajemen Saluran

Konsep tentang saluran per 7 an berorientasi pada keputusan yang mana fungsi-fungsi saluran tidak dapat dilakukan dengan baik tanpa adanya beberapa strategi. Strategi ini sendiri merupakan suatu rencana umum atau menyeluruh, sebagai petunjuk untuk mengambil keputusan dalam kegiatan saluran. Dalam hal ini, strategi mempunyai hubungan yang erat dengan manajemen secara fisik maupun non fisik daripada saluran. Jadi definisi manajemen saluran adalah pengembangan strategi yang searah, didasarkan pada berbagai keputusan yang berkaitan untuk memindahkan barang-barang secara fisik maupun non fisik guna mencapai tujuan perusahaan, dan berada didalam kondisi lingkungan tertentu (Swastha,1979 :5).

Sebuah pendekatan yang berorientasi pada keputusan (*decision oriented approach*) dapat berarti bahwa perhatian diarahkan pada pengembangan kebijaksanaan yang efektif, tidak hanya pada deskripsi

tentang bagaimana sebuah saluran beroperasi. Sedangkan pengambilan keputusan menitikberatkan pada ruang lingkup yang luas tentang masalah manajemen saluran, dan bagaimana hubungannya dengan masing-masing masalah. Tentu saja sulit bagi manajer untuk menentukan keputusan yang terbaik. Yang penting, manajer harus mengadakan pertimbangan-pertimbangan untuk memilih berbagai alternatif. Perhatian yang lebih detail dan pendapat yang sehat, harus ada pada manajer itu sendiri.

Saluran pemasaran merupakan bagian dari sistem yang luas dimana kita semua hidup didalamnya. Jadi saluran pemasaran berada pada sistem keseluruhan (*total system*). Saluran distribusi yang terdapat dalam suatu sistem mempunyai hubungan dengan beberapa faktor lain dalam sistem.

Dapat dikatakan bahwa komponen-komponen pasar, saluran dan lingkungan merupakan *subsistem* dari sistem total. Apakah suatu komponen itu termasuk sebagai *sistem* atau *subsistem*, sering tergantung pada peninjauan masalahnya.

Variabel-variabel sistem saluran :

- a. Operasi penjualan.

Saluran tidak akan dapat mencapai pasar yang diinginkan tanpa adanya kegiatan / operasi tertentu. Masing-masing pihak yang ada dalam saluran, disebut anggota saluran, harus melaksanakan beberapa kegiatan untuk mencapai tujuan mereka.

b. Kepemimpinan saluran.

Kepemimpinan saluran adalah penting untuk mengarahkan masing-masing pihak dalam saluran kepada tujuan yang sudah ditetapkan; juga membantu dalam pengambilan keputusan untuk melaksanakan kegiatan.

c. Komunikasi saluran.

Komunikasi merupakan dasar bagi setiap interaksi didalam saluran dan interaksi antara pihak didalam saluran dengan pihak lain diluar saluran.

d. Struktur saluran

Struktur saluran meliputi kebiasaan-kebiasaan yang ada didalam saluran, status anggota saluran dan kegiatan mereka didalam saluran. Dalam manajemen, keanggotaan saluran harus ditentukan secara jelas, begitu pula hubungan-hubungan individual diantara mereka.

e. Lingkungan saluran

Sistem saluran menjadi lengkap setelah dihubungkan dengan faktor-faktor lingkungan. Dalam arti luas, lingkungan terdiri dari semua faktor ekstern yang mempengaruhi tingkah laku kelompok saluran.

3. Pengertian distribusi.

Secara sederhana distribusi dapat diartikan sebagai penyaluran barang-barang dari produsen ke konsumen. Distribusi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran yang turut membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Dengan distribusi, suatu perusahaan akan dapat meningkatkan volume penjualan produknya. Maka pengertian distribusi yaitu struktur perdagangan eceran dan perdagangan besar yang mana saluran-saluran tersebut digunakan untuk menyampaikan barang kepasar (Swastha, 1996 : 9).

Distribusi sendiri ada 2 jenis, yaitu :

a. Distribusi langsung

Pada distribusi langsung produsen menjual secara langsung produknya kepada konsumen tanpa melalui perantara.

b. Distribusi tidak langsung.

Perusahaan bisa menggunakan salah satu atau kedua jenis perantara untuk menjual produknya kekonsumen.

4. Saluran distribusi.

Saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk dan status pemiliknnya dari produksi ke konsumsi (Kotler, 1984 : 172).

Lembaga yang ikut ambil bagian dari penyaluran barang adalah :

a. Produsen

- b. Perantara (pedagang dan agen)
- c. Konsumen akhir / pemakai industri.

Alternatif saluran distribusi yang digunakan sering dikaitkan dengan golongan barang yang ada, dalam hal ini terdapat dua macam saluran :

- a. Saluran untuk barang konsumsi

Terdapat 5 macam saluran, yaitu :

- 1) Produsen – konsumen akhir.

Ini merupakan saluran distribusi yang lebih pendek dan paling sederhana untuk barang-barang konsumsi. Sering juga disebut saluran distribusi langsung, karena tidak melibatkan pedagang besar.

- 2) Produsen – pengecer – konsumen akhir.

Dalam saluran ini, beberapa pengecer besar membeli secara langsung ke produsen. Ada juga beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer untuk melayani penjualan langsung ke konsumennya.

- 3) Produsen – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.

Saluran ini juga disebut saluran tradisional, dan banyak digunakan oleh produsen. Disini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar.

- 4) Produsen – agen – pengecer – konsumen akhir.

Selain menggunakan pedagang besar, produsen dapat pula menggunakan agen pabrik, makelar atau perantara agen lainnya untuk mencapai pengecer, terutama pengecer besar.

- 5). Produsen – agen – pedagang besar – pengecer – konsumen akhir.

Untuk mencapai pengecer kecil, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara dalam menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil.

- b. Saluran untuk barang industri

Terdapat 4 macam saluran, yaitu :

- 1) Produsen – pemakai industri.

Saluran distribusi secara langsung ini menyangkut volume penjualan dalam rupiah yang relatif cukup besar dari barang industri dibandingkan dengan saluran lain.

- 2) Produsen – distributor industri – pemakai

Produsen barang-barang jenis *operating supplies* dan *accessory equipment* kecil dapat menggunakan distributor industrinya untuk dapat mencapai pasarnya.

- 3) Produsen – agen – pemakai

Biasanya saluran distribusi semacam ini dipakai oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran, juga perusahaan yang

ingin memperkenalkan produk baru atau ingin memasuki daerah pemasaran baru atau lebih suka menggunakan agen.

4) Produsen – agen – distributor industri – pemakai

Saluran distribusi semacam ini dapat dipakai oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya selalu kecil untuk dijual secara langsung.

Dalam menentukan saluran distribusi ada 2 faktor yang harus diperhatikan, antara lain :

a. Pertimbangan pasar

Karena saluran distribusi sangat dipengaruhi oleh pola pembelian konsumen, maka keadaan pasar merupakan faktor penentu dalam pemilihan saluran.

Yang termasuk dalam pertimbangan pasar adalah :

1) Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen akhir dan pasar industri, maka perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

2) Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relatif kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

3) Jumlah pesanan

Volume penjualan perusahaan dapat mempengaruhi saluran distribusi yang dipakai. Kalau volume yang dibeli oleh pemakai industri adalah kecil, maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

b. Pertimbangan barang

Yang termasuk dalam pertimbangan barang adalah :

1) Nilai unit

Biasanya, apabila nilai unit daripada produk lebih rendah, maka saluran distribusinya juga makin panjang. Sedangkan apabila nilai unitnya relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.

2) Besar dan berat barang

Manajemen harus mempertimbangkan ongkos angkut dalam hubungannya dengan nilai produk secara keseluruhan. Apabila ongkos angkut terlalu besar dibanding ongkos total, sehingga terdapat beban

dari produsen maka produsen dapat membebaskan kepada perantara untuk ikut menanggungnya.

3) Mudah rusaknya barang

Apabila produk yang dijual rusak, maka produsen tidak perlu menggunakan perantara dalam saluran distribusinya.

4) Sifat teknis

Untuk jenis barang industri seperti instalasi, bahan baku dan perantara lainnya, biasanya disalurkan secara langsung kepada pemakai industri.

5) Barang standard dan pesanan

Jika produk yang dijual berupa standard, maka perlu diadakan persediaan pada penyalur; dan sebaliknya apabila produk yang dijual atas dasar pesanan, maka penyalur tidak perlu mengadakan persediaan.

6) Luasnya *product line*

Jika produsen hanya membuat satu macam produk, maka dapat menggunakan pedagang besar sebagai penyalurnya, tetapi apabila macam produknya banyak, maka perusahaan bisa menjual langsung ke pengecer.

c. Pertimbangan perusahaan.

Dari segi perusahaan, beberapa faktor yang perlu

dipertimbangkan antara lain :

1) Sumber pembelanjaan

Sebuah perusahaan yang kuat dari segi finansialnya dapat menggunakan perantara lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan yang lemah finansialnya. Dengan dana yang cukup perusahaan dapat menangani angkutan penjualan sendiri.

2) Pengalaman dan kemampuan manajer

Biasanya, sebuah perusahaan yang menjual produk baru atau ingin memasuki pasar baru, lebih suka menggunakan perantara agar memperoleh pengalaman dibidang baru tersebut, jadi, keputusan-keputusan mengenai saluran distribusi dipengaruhi oleh pengalaman dan kemampuan manajer.

3) Pengawasan saluran

Perusahaan kadang memilih saluran distribusi yang pendek karena ingin mengawasi panyaluran produknya walaupun ongkosnya tinggi. Dengan melakukan pengawasan atas saluran distribusinya, produsen akan lebih agresif dalam promosinya.

d. Pertimbangan perantara

Pada segi perantara, beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah :

1) Pelayanan yang diberikan perantara

Jika perantara ingin memberikan *servis* yang lebih baik, misalkan dengan menyediakan fasilitas penyimpanan, maka produsen akan bersedia menggunakan sebagai penyalur.

2) Kegunaan perantara

Produsen lebih cenderung menggunakan penyalur yang tidak menjual barang saingan laian, tetapi dapat membawa produknya dalam persaingan dan bersedia menjualkan lebih banyak macam produk perusahaan.

3) Sikap perantara terhadap kebijakan produsen

Kalau perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen, misalkan resiko turunnya harga, atau resiko lainnya, maka produsen dapat memilihnya sebagai penyalur. Hal ini akan menyebabkan tanggung jawab produsen menjadi lebih ringan dalam menghadapi berbagai macam resiko.

4) Volume penjualan

Dalam hal ini, produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan produknya dalam volume yang besar untuk jangka waktu yang lama.

Apabila penggunaan perantara dapat meringankan biaya penyaluran, maka hal ini dapat dilaksanakan terus.

Terdapat dua fakta yang nampaknya saling bertentangan (Rewoldt, Scoot, Warshaw, 1987 : 13) :

- a. Saluran tak langsung cenderung lebih rendah biayanya (sebagai presentase dari penjualan) dibandingkan dengan saluran langsung. Ini tentu saja karena penurunan jumlah transaksi yang dibutuhkan pada pemakaian perantara pasar.
- b. kendatipun fakta bahwa saluran langsung itu cenderung lebih mahal, namun ia masih banyak dipakai dalam distribusi barang-barang. Keadaan ini jelas menimbulkan pertanyaan : Mengapa manufaktur memilih saluran yang mahal, padahal ada saluran yang lebih murah.

5. Intensitas distribusi pada setiap tingkatan saluran.

Ada tiga alternatif yang dapat ditempuh produsen dalam menentukan jumlah perantara pada setiap saluran distribusi yang ada (Sudarmo Indriyo, 1994 : 254) :

a. Distribusi Intensif

Digunakan untuk produsen yang menghasilkan barang konvenien, karena produsen mempunyai banyak penyalur terutama pengecer untuk mencapai konsumen. Pada barang industri, misalnya minyak pelumas.

b. Distribusi selektif

Digunakan untuk produsen yang menghasilkan barang shopping, produsen hanya mempunyai beberapa penyalur untuk menyalurkan produknya.

c. Distribusi Eksklusif

Digunakan untuk produsen yang menghasilkan barang spesial, misalnya mobil, motor, AC; pada barang-barang industri misalnya alat-alat kontraksi bangunan.

6. Biaya Ditribusi

Macam-macam biaya distribusi :

a. Biaya Penjualan

Contoh : gaji *salesmen*, bonus, komisi, biaya perjalanan salesmen.

b. Biaya Pergudangan

Contoh : Gaji karyawan gudang, Biaya sewa gudang

c. Biaya pengepakan dan pengiriman

Contoh : Gaji karyawan bagian pengepakan, Biaya angkut.

d. Biaya kredit dan penagihan

Contoh : Gaji karyawan bagian penagihan, kerugian piutang tak tertagih, potongan tunai.

7. Analisa Volume Penjualan

Analisa Volume penjualan merupakan suatu studi mendalam tentang masalah “penjualan bersih” dari laporan rugi-laba perusahaan (laporan operasi). Manajemen perlu menganalisa volume penjualan total, dan juga volume penjualan itu sendiri (Swastha, 1983 :141). Analisa itu dapat didasarkan pada *product line* dan segmen pasar (teritorial, kelompok pembeli, dan sebagainya).

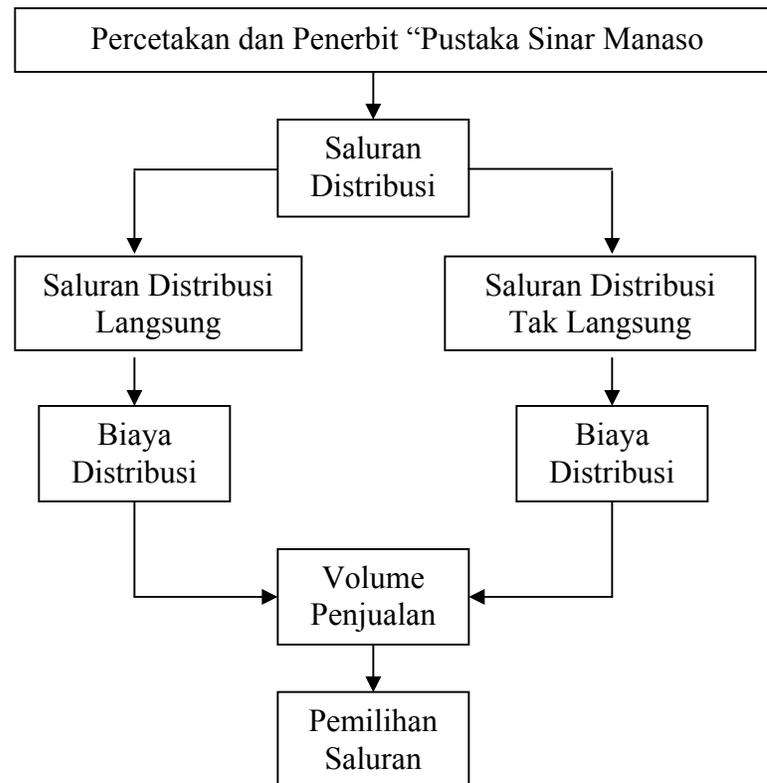
8. Transportasi

Distribusi erat kaitannya dengan transportasi, karena transportasi merupakan fungsi marketing disamping fungsi-fungsi lainnya. Transportasi dapat didefinisikan sebagai sarana memindahkan barang secara fisik dari suatu tempat ke tempat lain.

9. Penelitian terdahulu.

Penyusunan dan pembahasan laporan ini menggunakan contoh dan referensi penelitian terdahulu, yang berjudul “Analisis pengaruh biaya distribusi terhadap volume penjualan” (Jeny Riyanita, 2004), dengan rumusan masalah yang sama, yaitu pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan dan dengan menggunakan metode pembahasan masalah yang sama, menggunakan Analisis Regresi Sederhana, tetapi dengan obyek penelitian yang berbeda.

F. Kerangka pemikiran



Gambar 11.1
Kerangka Pemikiran

Dalam menyalurkan barang hasil produksi kepada konsumen, penerbit dan percetakan “Pustaka sinar Manaso” menggunakan dua saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Untuk mengetahui kedua saluran tersebut yang lebih berpengaruh terhadap volume penjualan, variabel biaya distribusi dan variabel volume penjualan dianalisis menggunakan Analisis

Regresi Sederhana. Dari hasil analisis, dipilih saluran distribusi yang berpengaruh terhadap volume penjualan.

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran umum perusahaan.

1. Sejarah berdirinya perusahaan

Berdirinya perusahaan penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso” adalah atas usaha Bapak Joko Susilo. Pada bulan Januari 1996, beliau mendirikan perusahaan dengan nama “Pustaka Sinar Manaso”, yang bergerak dibidang penerbitan dan percetakan buku-buku pelajaran sekolah.

Latar belakang berdirinya perusahaan ini berawal dari usaha sampingan yang dilakukan oleh bapak Drs. Joko Susilo sebagai Penulis diperusahaan orang lain. Beliau dengan bantuan keluarga mendirikan perusahaan ini pada tahun 1996 sebagai usaha keluarga.

Pada awal tahun pendirian perusahaan ini, hanya memiliki tiga orang karyawan. Sebagai perusahaan yang baru berdiri, pada tahun pertama mereka masih mengalami kerugian. Namun hal ini tidak membuat beliau menyerah, sedikit demi sedikit beliau memperbaiki bagian marketing, dengan merekrut seorang marketing yang berpengalaman dibidang pemasaran buku-buku.

Kegiatan usaha perusahaan penerbit dan percetakan ini mengalami perkembangan dan diharapkan pada tahun-tahun mendatang semakin

meningkat jumlah produksinya sehingga mampu menyerap tenaga kerja yang lebih banyak.

Adapun tujuan didirikan perusahaan ini adalah :

- a. Ikut aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan umum dengan menyediakan lapangan kerja.
- b. Meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dan selera konsumen.

2. Lokasi Perusahaan.

Lokasi perusahaan Penerbit dan Percetakan “Pustaka Sinar Manaso” di Gonilan Kartasura, tepatnya dibelakang kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sejalan dengan perkembangan perusahaan yang ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah produksi, maka mulai tanggal 9 Agustus 1998 hingga sekarang perusahaan Penerbit dan Percetakan Pustaka Sinar Manaso membuka cabang baru di Bandung, yang berlokasi di Jl. Jupiter 4 blok H2 no 42 Margahayu Raya, Bandung.

3. Struktur Organisasi.

Struktur Organisasi dalam suatu perusahaan adalah sistem kegiatan terintegrasi dan terkoordinasi dalam kelompok orang yang bekerja sama untuk tujuan yang sama dibawah satu kepemimpinan yang didalamnya ada hubungan struktual antara atasan dan bawahan.

Struktur Organisasi pada perusahaan penerbit dan Percetakan Pustaka Sinar Manaso berbentuk garis dan *staff*, dimana kekuasaan dan tanggung jawab bercabang pada tiap-tiap tingkatan dari Pimpinan hingga bawahan, dan bawahan bertanggung jawab secara langsung pada atasannya. Berikut ini gambar struktur organisasi Penerbit dan Percetakan Pustaka Sinar Manaso Bandung :

Berdasarkan struktur Organisasi diatas, dapat dijelaskan tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian sebagai berikut :

a. Pimpinan

- 1). Memimpin dan menjalankan perusahaan secara keseluruhan serta melaksanakan fungsi manajemen tertinggi.
- 2). Memberikan pengarahan umum, rencana pengembangan perusahaan serta menetapkan tugas dan tanggung jawab setiap pejabat lain yang dibawahinya.
- 3). Mengkoordinasi serta mengendalikan semua kegiatan dan semua bagian agar pelaksanaan pekerjaan dan hasil-hasilnya sesuai dengan rencana dan petunjuk kegiatan perusahaan.

b. Bagian Pemasaran

- 1). Membantu pimpinan dalam merumuskan kebijaksanaan pemasaran.
- 2). Mengusahakan program Promosi penjualan dengan media yang dipilih, waktu dan tempat penyelenggaraan yang tepat.
- 3). Mengadakan analisis pesaing serta pelanggan.
- 4). Memantau perkembangan penjualan dari saat pemesanan sampai realisasinya.

c. Bagian Penerbitan

- 1). Membantu Pimpinan dalam merumuskan kebijaksanaan penerbitan.

- 2). Memantau perkembangan proses penerbitan dan bertanggung jawab agar efektifitas dan efisiensi produk dapat tercapai.
- 3). Mengkoordinasi tugas-tugas proses penerbitan dari pengadaan naskah, mengedit naskah yang akan diterbitkan, mengkoreksi, kemudian membuat setting naskah.
- 4). Bertanggung jawab atas hasil naskah siap cetak baik dalam jumlah, kualitas dan waktu.

Pimpinan penerbitan membawahi :

1). Bagian Editor

Tugas Editor adalah :

- a). Menyunting naskah yang meliputi masalah materi.
- b). Menyerahkan kepada penulis untuk melakukan perbaikan naskah atau revisi naskah bilamana diperlukan.
- c). Mengadakan penilaian atas kualitas naskah.

2). Bagian Desain Grafis

Tugas dan kegiatan bagian desain Grafis adalah merancang tata warna, gambar dengan komputer atau manual dan merencanakan bentuk visual buku sesuai dengan ukuran atau format yang telah ditentukan perusahaan.

3). Bagian Setting

Tugas bagian Setting adalah menata naskah kedalam format cetak yang meliputi tipografi, jenis huruf, susunan huruf, spasi dan aksentasi. Bagian Setting juga mengatur format naskah sehingga memiliki kemudahan terbaca baik berupa tulisan maupun gambar.

d. Bagian Administrasi dan keuangan

- 1). Membantu Pimpinan dalam merumuskan kebijakan administrasi dan keuangan.
- 2). Membuat laporan keuangan secara periodik.
- 3). Mengkoordinasikan penyusunan rencana kerja dan anggaran perusahaan.
- 4) Melaksanakan kegiatan surat-menyurat yang ada hubungannya dengan kegiatan perusahaan.

pimpinan administrasi dan keuangan membawahi :

- 1). Bagian Keuangan
 - a). Mengawasi pelaksanaan kebijaksanaan perusahaan dibidang keuangan.
 - b). Menyusun laporan keuangan.
 - c). Mengendalikan dan melaporkan penggunaan anggaran oleh masing-masing bagian yang ada dalam organisasi.
- 2). Bagian Administrasi dan umum

- a). Mengatur, mengawasi pengadaan, pemakaian dan pemeliharaan perlengkapan kerja, perlengkapan kantor, dan menjamin kelancaran operasional pelayanan jasa dan umum.
- b). Melaksanakan pengurusan administrasi pembayaran, pemesanan serta transaksi penjualan lainnya kepada pelanggan.
- c). Membina dan menjaga hubungan baik dengan supplier dan pelanggan.

Bagian Administrasi dan umum membawahi :

1). Bagian Gudang

Bertugas mengontrol persediaan yang ada digudang berupa barang jadi.

2). Bagian Sopir

Melayani kebutuhan kendaraan perusahaan sesuai dengan penugasan yang sudah diatur (memasok kebutuhan buku ke penyalur atau toko-toko buku).

4. Personalia

Manajemen personalia merupakan dari manajemen perusahaan, sehingga yang mengatur masalah menggunakan sumber daya manusia secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia merupakan faktor yang penting dalam melangsungkan proses produksisuatu perusahaan.

a. Karasteristik dan jumlah tenaga kerja

Sampai saat ini penerbit mempunyai tenaga kerja sebanyak 18 orang, dengan perincian sebagai berikut :

- 1). 7 orang Tenaga Kerja pada bagian keuangan, Administrasi dan umum.
- 2). 6 orang Tenaga Kerja pada bagian penerbitan.
- 3). 5 orang Tenaga Kerja pada bagian pemasaran.

b. Kompensasi

Meskipun belum ada suatu cara yang secara pasti dan akurat yang bisa dipakai untuk menentukan upah, setiap pimpinan haruslah menetapkan upah atau gaji bagi karyawannya. Sistem gaji yang diterapkan pada perusahaan ini adalah sistem upah berdasarkan jam kerja.

Untuk bagian Pemasaran, Operasi, Keuangan, Administrasi dan Umum, penggajiannya dilakukan secara bulanan. Fasilitas yang diberikan kepada karyawan antara lain :

- 1). Tunjangan hari raya.
- 2). Cuti
- 3). Tunjangan kawin, kelahiran dan kematian
- 4). Sarana Ibadah (Mushola)

c. Jam kerja

perusahaan penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso” menetapkan enam hari jam kerja efektif dalam satu minggunya, yaitu senin sampai Sabtu. Adapun jam kerja produksi adalah : Senin – jum’at mulai pukul 08.00-17.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam antara jam 12.00-13.00, dan hari sabtu, mulai pukul 08.00-11.00.

5. Kegiatan Produksi

a. Bahan utama

Kertas yang digunakan adalah jenis kertas print kalkir.

b. Mesin-mesin produksi

1). Komputer setting

Digunakan oleh bagian setting untuk mengetik naskah yang sudah diedit kedalam bentuk lajur kolom sesuai dengan format / ukuran buku yang diinginkan.

Perangkat yang diinginkan untuk proses ini adalah komputer dengan *Hard Disk* yang berspesifikasi Intel Pentium 166 MHZ, dengan monitor SVGA, RAM 16 MB, Hard Disk 1,2 GB digunakan untuk *setting* tahap akhir sebelum diprint dan dua buah komputer 80486. DX 100, Hard Disk 0,5 GB digunakan untuk proses *editing* naskah dan pembukuan keuangan. Sedangkan untuk mencetak editing, digunakan printer *Dot Matrix epson LX 800* untuk mencetak hasil setting memakai printer HP Laser Jet SPGMP.

2). Komputer *scanner*

Digunakan untuk bagian *scanner* untuk membuat *desain cover* buku dan manipulasi gambar, pemisahan warna asli, dengan *desain* / warna yang diinginkan.

c. Proses produksi

1). Pengadaan naskah

Bagian pengadaan naskah bertugas mencari naskah sebagai bahan hasil produksi. Naskah yang baik diperoleh dari penulis yang memiliki kualifikasi dan reputasi dibidang penulisan. Selain aktif mencari naskah kepada penulis, perusahaan juga menerima penawaran naskah dari penulis. Kegiatan dari bagian pengadaan naskah antara lain membina hubungan baik dengan penulis, membuat rencana pengadaan naskah sesuai dengan kebutuhan pasar.

2). Naskah diterima dari penulis dan selanjutnya bagian editor meneliti naskah baik bahasa maupun penulisannya.

3). Naskah dari editor kemudian dilakukan *setting* untuk menata naskah yang meliputi jenis huruf, ukuran huruf, spasi dan aksentasi.

4). Setelah dilakukan *setting*, naskah diserahkan ke bagian editor lagi untuk *revisi* terakhir, hal ini dapat diperlukan untuk meneliti adanya perubahan setelah diadakan *setting* dan mengadakan perbaikan.

- 5). Naskah yang telah dilakukan penilaian atas kualitas naskah kemudian diserahkan ke bagian *Desain* dan *Grafis*. Di bagian ini, naskah dirancang tata warna gambarnya dengan komputer. Selain itu juga direncanakan bentuk visual buku sesuai dengan ukuran / format yang telah ditentukan perusahaan.
- 6). Naskah yang telah memenuhi syarat yang telah ditentukan, dilakukan setting dibagian setting dengan menata naskah tersebut kedalam format cetak diatas kertas print kalkir yang meliputi letak halaman, tulisan, spasi, *aksentasi*, pergantian bab. Bagian *setting* ini mengatur format naskah sehingga memiliki kemudahan terbaca baik berupa tulisan atau beberapa garis dan gambar.

B. Data

Sebelum dibahas mengenai analisis data, terlebih dahulu dibahas data-data yang diperoleh dari penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso”.

1. Saluran Distribusi

Dalam menyalurkan produk hingga sampai konsumen akhir, penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso” menggunakan saluran distribusi :

a. Saluran Distribusi langsung.

Yaitu, perusahaan mempunyai tenaga penjual (*salesmen*) yang akan mengunjungi sekolah untuk menawarkan serta mengantarkan buku yang mereka perlukan untuk belajar di sekolah. Perusahaan lebih

mengutamakan distribusi langsung, karena volume penjualan jauh lebih tinggi.

b. Saluran Distribusi tidak langsung

Yaitu memasarkan produk melalui perantara, diantaranya adalah toko buku. Toko buku mempunyai hak untuk menjual kembali buku yang telah dibeli dari penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso” untuk dipasarkan ke konsumen akhir.

2. Volume penjualan

Volume penjualan adalah besarnya penjualan buku yang dilakukan oleh penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso” dalam periode tahun dan dalam satuan rupiah.

Berikut ini adalah data volume penjualan pada penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar manaso” dari tahun 2000 sampai tahun 2004 :

Tabel III. I
Volume Penjualan CV. Pustaka Sinar Manaso
Tahun 2000 – 20004
(Dalam Rupiah)

<i>Tahun</i>	<i>Volume Penjualan</i>		<i>Jumlah Volume Penjualan</i>
	<i>Saluran Distribusi Langsung</i>	<i>Saluran Distribusi Tidak Langsung</i>	
2000	1.050.000.000	214.696.584	1.126.696.584
2001	1.098.500.416	227.602.756	1.326.103.172
2002	1.124.623.215	248.211.438	1.372.834.653
2003	1.138.722.338	248.823.261	1.387.545.599
2004	2.213.451.560	251.110.000	2.464.561.560

Sumber : penerbit dan percetakan” Pustaka Sinar Manaso”

2. Biaya Distribusi

Macam-macam biaya distribusi antara lain :

a. Biaya Penjualan

Contoh : gaji *salesmen*, bonus, komisi, biaya perjalanan salesmen.

e. Biaya Pergudangan

Contoh : Gaji karyawan gudang, Biaya sewa gudang

f. Biaya pengepakan dan pengiriman

Contoh : Gaji karyawan bagian pengepakan, Biaya angkut.

g. Biaya kredit dan penagihan

Contoh : Gaji karyawan bagian penagihan, kerugian piutang tak tertagih, potongan tunai.

Berikut ini adalah data Biaya distribusipada penerbit dan percetakan” Pustaka Sinar Manaso” apabila dirinci menjadi biaya penjualan, biaya gudang, Biaya pengepakan, biaya kredit dan penagihan :

Tabel III. II
Biaya Distribusi CV. Pustaka Sinar Manaso
Periode tahun 2000 – 2004

<i>Tahun</i>	<i>Biaya Penjualan (Rp)</i>	<i>Biaya Gudang (Rp)</i>	<i>Biaya Pengepakan (Rp)</i>	<i>Biaya Kredit & Penagihan (Rp)</i>
2000	14.939.200	7.130.900	13.026.900	2.127.500
2001	15.664.500	7.477.200	13.659.500	2.176.300
2002	16.216.600	7.740.700	14.140.800	2.253.000
2003	16.390.300	7.823.600	14.292.400	2.277.100
2004	29.112.600	13.896.400	25.386.100	4.044.700
Jumlah	92.323.200	44.068.800	80.505.700	12.878.600

Sumber : Penerbit dan percetakan” Pustaka Sinar Manaso”

Berikut ini tabel biaya distribusi langsung pada penerbit dan percetakan”Pustaka Sinar manaso”, apabila dirinci menjadi biaya penjualan, biaya gudang, biaya pengepakan, biaya kredit dan penagihan :

Tabel III. III
Biaya Distribusi Langsung CV. Pustaka Sinar Manaso
Periode tahun 2000 – 2004

<i>Tahun</i>	<i>Biaya Penjualan (Rp)</i>	<i>Biaya Gudang (Rp)</i>	<i>Biaya Pengepakan (Rp)</i>	<i>Biaya Kredit & Penagihan (Rp)</i>
2000	9.561.000	5.081.400	6.876.900	1.393.200
2001	10.025.200	5.328.250	7.210.800	1.425.000
2002	10.378.600	5.516.000	7.464.900	1.475.250
2003	10.489.700	5.575.000	7.544.950	1.491.000
2004	18.632.000	9.902.500	13.401.300	2.648.400
Jumlah	59.086.500	31.403.150	42.498.850	8.432.850

Sumber : Penerbit dan percetakan” Pustaka Sinar Manaso”

Berikut ini tabel biaya distribusi tidak langsung Penerbit dan percetakan”Pustaka Sinar Manaso” apabila dirinci menjadi biaya penjualan, biaya gudang, biaya pengepakan, biaya kredit dan penagihan :

Tabel III. IV
Biaya Distribusi Tidak Langsung CV. Pustaka Sinar Manaso
Periode tahun 2000 – 2004

<i>Tahun</i>	<i>Biaya Penjualan (Rp)</i>	<i>Biaya Gudang (Rp)</i>	<i>Biaya Pengepakan (Rp)</i>	<i>Biaya Kredit & Penagihan (Rp)</i>
2000	5.378.200	2.049.500	6.150.000	734.300
2001	5.639.300	2.148.950	6.448.700	751.300
2002	5.838.000	2.224.700	6.675.900	777.750
2003	5.900.600	2.248.600	6.747.450	786.100
2004	10.480.600	3.993.900	11.984.800	1.396.300
Jumlah	33.236.700	12.665.650	38.006.850	4.445.750

Sumber : Penerbit dan percetakan” Pustaka Sinar Manaso”

Berikut ini adalah total biaya distribusi langsung dan biaya distribusi tidak langsung

:

Tabel III. V
Biaya Distribusi Langsung dan Tidak Langsung
CV. Pustaka Sinar Manaso
Periode Tahun 2000 – 2004

<i>Tahun</i>	<i>Biaya Distribusi Langsung (Rp)</i>	<i>Biaya Distribusi Tidak Langsung (Rp)</i>	<i>Jumlah Biaya Distribusi (Rp)</i>
2000	22.912.500	14.312.000	37.224.500
2001	23.989.250	14.988.250	38.977.500
2002	24.834.750	15.516.350	40.351.100
2003	25.100.650	15.682.750	40.783.400
2004	44.584.200	27.855.200	72.439.400

C. Analisa Data

Menggunakan Analisa Regresi Sederhana, adapun persamaannya adalah :

$$Y = a + b x$$

$$a = \frac{(\sum y_i)(\sum x_i^2) - \sum x_i(\sum x_i y_i)}{n \cdot \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{n \cdot \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}$$

y = Volume penjualan pada Penerbit dan percetakan “Pustaka Sinar Manaso”

x = Biaya Distribusi penerbit dan percetakan”Pustaka Sinar Manaso”

1. Saluran Distribusi langsung

Tabel III. VI
Persiapan Perhitungan Regresi Sederhana
Saluran Distribusi Langsung
(dalam jutaan rupiah)

<i>Tahun</i>	<i>y</i>	<i>x</i>	<i>xy</i>	<i>x</i> ²
2000	1050	22,91	24055,5	524,86
2001	1098,50	23,98	26342,03	575,04
2002	1124,62	24,83	27924,31	616,52
2003	1138,73	25,10	28582,12	630,01
2004	2213,45	44,58	98675,60	1987,37
Jumlah	6625,3	141,4	205579,56	4333,80

Jadi :

$$a = \frac{(6625,3)(4333,80) - (205579,56)(141,4)}{5(4333,80) - (141,4)^2}$$

$$= \frac{28712725,14 - 29068949,78}{21669 - 19993,96}$$

$$= \frac{-356224,64}{1675,04}$$

$$= -212,67$$

$$b = \frac{5(205579,56) - 6625,3 \cdot 141,4}{5(4333,80) - (141,4)^2}$$

$$= \frac{1027897,8 - 936817,42}{21669 - 19993,96}$$

$$= \frac{91080,38}{1675,04}$$

$$= 54,37$$

Sehingga persamaan Regresi Sederhana adalah :

$$Y = -212,67 + 54,37 x$$

Keterangan :

a = -212,67 artinya jika tidak dikenakan biaya distribusi, maka

penjualan akan menurun rata-rata sekitar Rp 212,67 juta

b = 54,37 artinya hubungan yang positif atau searah antara biaya distribusi dengan volume penjualan, yaitu bila biaya distribusi dinaikkan sebesar Rp 1 juta, maka volume penjualan akan naik sebesar Rp 54,37 juta.

2. Saluran Distribusi Tidak langsung.

Tabel III. VII
Persiapan Perhitungan Regresi Sederhana
Saluran Distribusi Tidak Langsung
(dalam jutaan rupiah)

<i>Tahun</i>	<i>y</i>	<i>x</i>	<i>xy</i>	<i>x²</i>
2000	214,70	14,31	3072,35	204,77
2001	227,60	14,98	3409,44	224,40
2002	248,21	15,51	3849,73	240,56
2003	248,82	15,68	3901,50	245,86
2004	251,11	27,85	6993,41	775,62
Jumlah	1190,44	88,33	21226,43	1691,21

Jadi :

$$\begin{aligned}
 \mathbf{a} &= \frac{(1190,44)(1691,21) - (21226,43)(88,33)}{5(1691,21) - (88,33)^2} \\
 &= \frac{2013284,03 - 1874930,56}{8456,05 - 7802,18} \\
 &= \frac{138353,47}{653,87} \\
 &= \mathbf{211,60}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \mathbf{b} &= \frac{5(21226,43) - 1190,44 \cdot 88,33}{5(1691,21) - (88,33)^2} \\
 &= \frac{106132,15 - 105151,56}{8456,05 - 7802,18} \\
 &= \frac{980,59}{653,87} \\
 &= \mathbf{1,50}
 \end{aligned}$$

Sehingga persamaan Regresi Sederhana adalah :

$$\mathbf{Y = 211,60 + 1,50x}$$

Keterangan :

a = 211,60 artinya, meskipun biaya distribusi = 0, volume penjualan rata-rata Rp 211,60 juta

b = 1,50 artinya hubungan yang positif atau searah antara biaya distribusi dengan volume penjualan, yaitu bila biaya distribusi dinaikkan sebesar Rp 1 juta, maka volume penjualan akan naik sebesar Rp 1,50 juta.

Berdasarkan hasil analisis Regresi sederhana, menunjukkan bahwa saluran distribusi langsung mempunyai pengaruh lebih besar terhadap peningkatan volume penjualan, meskipun keduanya secara statistik berpengaruh positif terhadap volume penjualan selama tahun 2000 sampai tahun 2004.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasar hasil analisis data yang telah dikemukakan pada Bab III, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan saluran distribusi pada Penerbit dan Percetakan “Pustaka Sinar Manaso”, saluran distribusi langsung menggunakan tenaga salesmen, sedangkan pelaksanaan saluran distribusi langsung melalui perantara, salah satunya melalui toko.
2. Dari hasil Analisis Regresi Sederhana, dapat diambil kesimpulan bahwa saluran distribusi langsung lebih berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan meskipun keduanya sama-sama berpengaruh positif terhadap volume penjualan. Pada saluran distribusi langsung apabila biaya distribusi dinaikkan Rp 1 juta, maka volume penjualan akan naik sebesar Rp 212,67 juta. Pada saluran distribusi tidak langsung, apabila biaya distribusi dinaikkan Rp 1 juta, maka volume penjualan juga akan naik Rp 1,50 juta.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan kesimpulan, maka penulis memberikan saran bagi Penerbit dan Percetakan “Pustaka Sinar Manaso”. Saran-saran yang disampaikan untuk membantu sebagai bahan pertimbangan perusahaan berkaitan dengan peranan saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan. Saran-saran tersebut adalah :

1. Selain menggunakan saluran distribusi langsung, perusahaan sebaiknya tetap mempertahankan saluran distribusi tidak langsung, karena keduanya mempunyai pengaruh yang positif dan kuat terhadap peningkatan volume penjualan.

2. Perusahaan sebaiknya menggunakan salesmen-salesmen yang berpengalaman dibidang penjualan buku-buku pelajaran sekolah, agar volume penjualan selalu meningkat.
3. Mengingat ketatnya persaingan, perusahaan diharapkan untuk selalu menjaga dan meningkatkan pelayanan, salah satunya dengan cara penyampaian buku kepada pelanggan tepat waktu agar konsumen memiliki loyalitas yang tinggi dan merasa puas atas produk-produk buku dari penerbit dan Percetakan “Pustaka Sinar Manaso”.

DAFTAR PUSTAKA

- Swastha, Basu. 1979. *Saluran Pemasaran*. Yogyakarta. BPFE.
- Swastha, Basu. 1980. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta. AKB
- Swastha, Basu. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. Liberty.

- Swastha, Basu dan Irawan. 1983. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta. Liberty.
- Swastha, Basu. 1996. *Asas-asas Marketing Edisi Tiga*. Yogyakarta. Liberty.
- J, Stanton, William. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.
- Indriyo, Sudarmo, Gito. 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. BPFE.
- Djarwanto, PS. 1993. *Statistik Induktif*. Yogyakarta. BPFE.
- Ryanita, Jeny. 2004. *Tugas Akhir DIII UNS dengan judul “Analisis Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada minyak Astiri Boyolali”*. Tidak Diterbitkan.
- Sutrisni. 2004. *Tugas Akhir DIII UNS dengan judul “Analisis Saluran Distribusi Pada PT. Tiga Serangkai internasional Surakart*

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama Mahasiswa : UWA ARLEMBEIN,SI
Nomor Induk Mahasiswa : 43000535
Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret
Jurusan / Program Studi : Manajemen Pembangunan
Tempat, tanggal lahir : Surabaya, 22 Mei 2004
Alamat rumah / no.telephone : Segar, Jember, Jl. Jember, (Segar)
Judul Tugas Akhir : Perencanaan Anggaran Perusahaan
Tempat, tanggal, dan waktu pembuatan
Surat Pernyataan ini
UWA ARLEMBEIN,SI
UWA ARLEMBEIN,SI
Pembimbing Tugas Akhir : ALFAN SUWALAN, S.P., M.P.

Dengan ini menyatakan bahwa

1. Tugas Akhir yang saya susun merupakan hasil karya saya sendiri.
2. Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil jiplakan / salinan / saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa:
 - a. Sebelum dinyatakan LULUS :
 - * Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali.
 - b. Setelah dinyatakan LULUS :
 - * Pencabutan gelar dan penarikan Ijazah keserjanaan yang telah diperoleh.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tidak dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, _____

Yang menyatakan,



UWA ARLEMBEIN,SI
NIM. 43000535

PENERBIT DAN PERCETAKAN “PUSTAKA SINAR MANASO”

Alamat : Dk. Tuwak, Rt. 02/2 Ds. Gonilan, Kec. Kartasura, Kab. Sukoharjo
Telp : (0271) 739221 Kode Pos.57152

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : UMAR ARIFUDDIN.SY
Nim : F.3202535
Program / Jurusan : D III Manajemen Pemasaran / Fakultas Ekonomi
Universitas : Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Telah melaksanakan penelitian di Penerbit dan Percetakan “Pustaka Sinar Manaso”, dengan judul:

**EVALUASI SALURAN DISTRIBUSI DENGAN MEMBANDINGKAN BIAYA
DISTRIBUSI DENGAN VOLUME PENJUALAN PADA PENERBIT DAN
PERCETAKAN “PUSTAKA SINAR MANASO” SOLO.**

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Surakarta, 29 Juli 2005

Hormat kami


(Joko Sudaryanto)
Pimpinan