

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Peranan pemasaran dalam keberhasilan perusahaan telah diakui di kalangan pengusaha untuk mempertahankan keberadaannya dalam mengembangkan usaha dan mendapatkan keuntungan. Dengan semakin banyaknya jumlah dan jenis produk yang masuk ke pasaran untuk dijual yang pada akhirnya akan menimbulkan masalah baru bagi perusahaan, misalnya dengan tumbuhnya persaingan yang semakin ketat antara perusahaan dalam memasarkan hasil produksinya. Salah satu ukuran keberhasilan perusahaan dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah dengan diperolehnya laba melalui peningkatan penjualan.

Peningkatan volume penjualan dari suatu perusahaan ditunjang dengan adanya program-program pemasaran yang sebaik-sebaiknya yaitu menyangkut semua aktivitas yang berhubungan dengan arus barang dari produsen sampai konsumen.

Untuk melaksanakan fungsi-fungsi pemasaran tersebut maka kegiatan saluran distribusi barang dari produsen ke konsumen dengan tepat dan efisien merupakan salah satu kegiatan dalam mencapai tujuan, di samping kegiatan-kegiatan lainnya.

Tujuan dari kegiatan saluran distribusi barang yang dijalankan oleh perusahaan tidak lain untuk memberi kemudahan kepada konsumen

sehingga konsumen dapat dengan mudah memenuhi kebutuhannya. Ada empat macam saluran distribusi yang dapat digunakan untuk mencapai pemakaian industri adalah :

- a. Produsen-Pemakai Industri
- b. Produsen-Distribusi Industri-Pemakai Industri
- c. Produsen –Agen-Pemakai Industri
- d. Produsen-Agen-Distributor Industri-Pemakai Industri.

Setiap perusahaan tentunya berbeda-beda dalam memilih saluran distribusi karena harus memperhatikan berbagai macam factor antara lain, menyangkut pertimbangan pemasaran, pertimbangan barang, pertimbangan perantara.

Berdasarkan atas pentingnya peranan distribusi dalam pencapaian target penjualan yang maksimal maka penulis mengambil judul “**ANALISA PENGARUH DISTRIBUTOR TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN XXXX DI XXXX.**”

## **1.2. Perumusan Masalah**

Perusahaan XXX merupakan salah satu industry yang usahanya dari waktu ke waktu mengalami perkembangan yang pesat, ini dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah produksi dari perusahaan tersebut. Perusahaan di dalam menghadapi persaingan dari perusahaan lain maka untuk mencapai target penjualan yang optimal perlu sebaiknya melakukan strategi-strategi dengan menempatkan agen penjualan di

berbagai tempat sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan pada konsumen.

Berdasarkan dari pemikiran tersebut, maka penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh distributor dalam mencapai peningkatan volume penjualan pada XXX?.

### **1.3. Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi pada masalah saluran distribusi semua jenis produk genteng dari XXX dalam mencapai target penjualan.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh distributor dalam mencapai target penjualan.
- b. Untuk mengetahui apakah pengaruh distributor tersebut merupakan alternative terbaik dan efektif dalam mencapai target penjualan pada XXX.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Penulis

Sebagai alat untuk mempraktekkan teori-teori yang telah diperoleh selama di bangku kuliah sehingga penulis dapat menambah pengetahuan secara praktis tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan.

b. Bagi XXX.

Hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan kebijaksanaan bagi distributor pada khususnya dan dalam mencapai target penjualan pada umumnya.

c. Bagi Pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan sebagai referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian serupa.

### **1.6. Hipotesa**

Hipotesa adalah kesimpulan yang bersifat sementara yang ada dalam perumusan masalah. Berdasarkan penilaian sementara dari penulis, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu bahwa distributor dapat mempengaruhi volume penjualan perusahaan.

### **1.7. Metode Penelitian**

a. Obyek Penelitian

XXX.

b. Jenis Data

1. Data primer

Data yang diperoleh dari penelitian secara langsung terhadap obyek.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

c. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan cara pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian.

2. Wawancara atau interview

Mengadakan wawancara secara langsung dengan berbagai pihak yang terkait, yang dapat memberikan data-data yang diperlukan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data melalui catatan perusahaan yang berhubungan dengan masalah penelitian.

**1.8. Metode Analisa Data**

Di dalam analisa data digunakan dua metode analisa data yaitu :

a. Analisa kualitatif

Yaitu analisis yang dilakukan dengan membaca table grafik atau angka-angka yang ada, kemudian dilakukan interpretasi yang dilandasi teori yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas.

b. Analisa kuantitatif

Yaitu analisis yang menggunakan alat pengukur statistic seperti analisa regresi linier berganda, analisa standar *error of estimate* uji

## Contoh Proposal Skripsi

*Makalahmudah.blogspot.com*

regresi serentak, analisa koefisien determinasi, analisa koefisien korelasi berganda, analisis koefisien korelasi parsial.

### 1. Analisa regresi linier berganda

Analisa regresi linier berganda merupakan suatu analisa untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara dua variable atau lebih, dimana volume penjualan sebagai variable tidak bebas dengan biaya distribusi sebagai variable bebas.

Analisa ini dipergunakan untuk mengetahui kegiatan distribusi yang paling efektif terhadap kenaikan volume penjualan yang diperlukan untuk masing-masing variable di dalamnya.

Rumusnya :

$$Y = b_0 + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + \dots + b_k \cdot X_k$$

Dimana :

Y : Variabel yang besarnya tergantung harga  $X_1, X_2, \dots, X_k$

$X_1$  : Biaya distribusi tidak langsung

$X_2$  : Biaya distribusi langsung

$b_0$  : Biaya konstanta

$b_1, b_2, \dots, b_k$  : Koefisien regresi.

Dengan menyelesaikan secara serentak maka susunan persamaannya sebagai berikut:

$$b_1 = \frac{\sum yx_1 \cdot \sum x_2^2 - \sum yx_2 \cdot \sum x_1x_2}{\sum x_1^2 \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{\sum yx_2 \cdot \sum x_1^2 - \sum yx_1 \cdot \sum x_1x_2}{\sum x_1^2 \cdot \sum x_2^2 - (\sum x_1x_2)^2}$$

$$b_0 = \bar{Y} - b_1 \bar{x}_1 - b_2 \bar{x}_2$$

2. Analisa standar error of estimate

Analisa standar error of estimate adalah standar penyimpangan dari variable bebas (Y) terhadap garis regresinya.

Rumus :1

$$S_{yx1x2} = \frac{\sqrt{\sum(Y - \bar{Y})^2}}{n - 1 - k}$$

Dimana :

n : banyaknya sampel

k : banyaknya variable X

untuk mengetahui  $(Y - \bar{Y})^2$  harus dihitung terlebih dahulu estimasi penjualan (Y) atau dengan kata lain harus dihitung Y dengan menggunakan persamaan regresinya.

3. Uji koefisien regresi secara parsial

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh keterandalan masing-masing koefisien regresi ( $b_1$  dan  $b_2$ ) sebagai penaksir harga ( $\beta_1$  dan  $\beta_2$ ).

---

<sup>1</sup> Ibid. hal. 132.

## Contoh Proposal Skripsi

*Makalahmudah.blogspot.com*

Pengujian terhadap  $\beta_1$  dapat diartikan sebagai pengujian signifikan tidaknya hubungan antara variable  $X_1$  terhadap  $Y$ . pengujian  $\beta_2$  dapat diartikan sebagai pengujian signifikan tidaknya hubungan antara  $X_2$  terhadap  $Y$ .

### a. Uji $\beta_1$

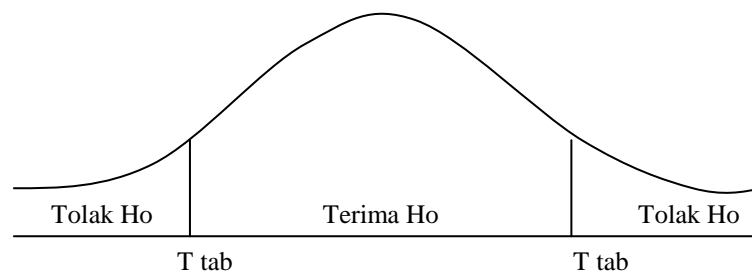
1.  $H_0 : \beta_1 = 0$

$H_A : \beta_1 \neq 0$

2. Menghitung harga t hitung

3. Di dalam pengujian ini digunakan  $\alpha 5\%$

4. Gambar :



5. Kesimpulan

### b. Uji $\beta_2$

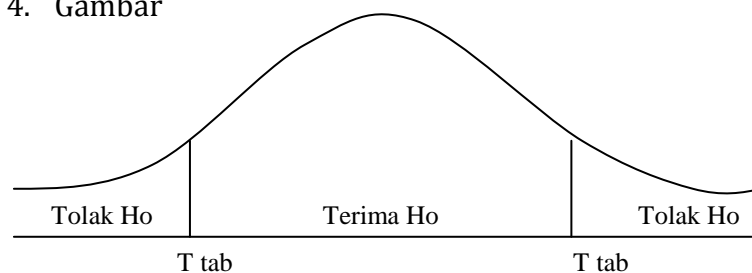
1.  $H_0 : \beta_2 = 0$

$H_A : \beta_2 \neq 0$

2. Menghitung harga t hitung

3. Di dalam pengujian ini digunakan  $\alpha 5\%$

4. Gambar



5. Kesimpulan

4. Uji koefisien regresi serentak

Koefisien regresi serentak merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengatasi seberapa jauh masing-masing biaya distribusi dapat mempengaruhi penjualan. Adapun kegunaan uji koefisien regresi serentak untuk memastikan apakah masing-masing biaya distribusi mempengaruhi volume penjualan.

Rumus :

$$JKT = JKR - JKS$$

JKT : Jumlah kuadrat total

JKR : Jumlah kuadrat regresi

JKS : Jumlah kuadrat sisa

Persamaan dari uji koefisien regresi serentak.

$$JKT = \sum y^2$$

$$JKR = b_1 \sum yx_1 + b_2 \sum yx_1$$

$$JKS = \sum y^2 - (b_1 \sum yx_1 + b_2 \sum yx_1)$$

Sedangkan harga derajat kebebasan untuk masing-masing elemen

$$dkr = k$$

$$dks = n-1-k$$

$$dkt = n-1$$

jadi

## Contoh Proposal Skripsi

*Makalahmudah.blogspot.com*

$$KRR = \frac{JKR}{dkr}$$

$$KRS = \frac{JKS}{dks}$$

$$Fh = \frac{KRR}{KRS}$$

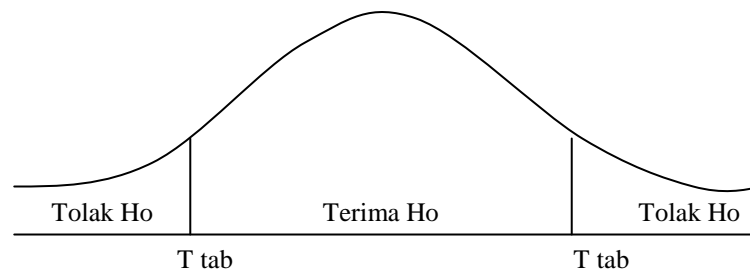
Dimana :

KRR : Kuadrat Rerata Regresi

KRS : Kuadrat Rerata Simpangan

Fh : Harga Statistik F

Dalam pegujian ini digunakan taraf signifikan  $\alpha$  5%.



### 5. Analisa koefisien determinasi

Analisa koefisien determinasi merupakan koefisien yang memasukkan seberapa besar peranan factor X dalam menentukan besarnya Y. Ukuran determinan ini dinyatakan dalam prosentase dimana koefisien yang mendekati 1 menunjukkan bahwa antara X dan Y mempunyai hubungan yang dekat.

Notasi korelasi dinyatakan dengan "R" untuk korelasi ganda "r" untuk korelasi parsial dan untuk koefisien determinasi diberi notasi "R<sup>2</sup>".

Rumus :

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma yx_1 + b_2 \Sigma yx_2 + \dots + b_k \Sigma yx_k}{\Sigma y^2}$$

6. Analisa koefisien korelasi ganda

Analisa koefisien korelasi ganda merupakan analisa yang mengukur keterikatan antara volume penjualan dengan biaya distribusi. Analisa ini digunakan untuk mengetahui derajat hubungan volume penjualan dengan kegiatan distribusi.

Rumus :

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma yx_1 + b_2 \Sigma yx_2 + \dots + b_k \Sigma yx_k}{\Sigma y^2}$$

Menjadi :

$$R = \sqrt{\frac{b_1 \Sigma yx_1 + b_2 \Sigma yx_2 + \dots + b_k \Sigma yx_k}{\Sigma y^2}}$$

7. Analisa koefisien korelasi parsial

Analisa koefisien korelasi parsial merupakan suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara volume penjualan dengan masing-masing biaya distribusi diukur secara terpisah dengan menganggap variable lain tetap.

Analisa ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara volume penjualan dengan variable bebas dengan biaya distribusi sebagai variable tidak bebas.

Rumus :

## Contoh Proposal Skripsi

*Makalahmudah.blogspot.com*

- a. Koefisien korelasi antara volume penjualan (Y) dengan biaya distribusi tak langsung ( $X_1$ ) dimana biaya distribusi langsung ( $X_2$ ) konstanta :

$$r_{y1-2} = \frac{r_{y1} - (r_{y2})(r_{12})}{\sqrt{(1 - r_{y2}^2)(1 - r_{12}^2)}}$$

- b. Koefisien korelasi antara volume penjualan (Y) dengan biaya distribusi langsung ( $X_2$ ) dimana biaya distribusi tak langsung ( $X_1$ ) konstanta :

$$r_{y1-2} = \frac{r_{y2} - (r_{y1})(r_{12})}{\sqrt{(1 - r_{y2}^2)(1 - r_{12}^2)}}$$

### 8. Uji koefisien korelasi parsial

Secara parsial koefisien antara  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $y$  dipengaruhi oleh besarnya harga  $b_1$  dan  $b_2$ . Dapat disimpulkan pengujian terhadap koefisien regresi  $b_1$  berarti pengujian terhadap  $r_{y1.2}$  dan pengujian terhadap  $b_2$  berarti pengujian terhadap  $r_{y2.1}$ . Dari data yang telah diketahui dapat dihitung uji koefisien parsial sebagai berikut :

Rumus :

- a. Uji terhadap  $r_{y1.2}$

1)  $H_0$  :  $r_{y1.2} = 0$

$H_A$  :  $r_{y1.2} \neq 0$

- 2) Menghitung harga statistic

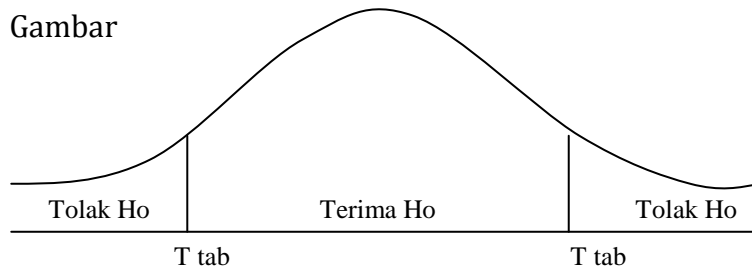
$$TH = \frac{r_{y1-2} \sqrt{n-1-k}}{\sqrt{1-(r_{y1-2})^2}}$$

## Contoh Proposal Skripsi

*Makalahmudah.blogspot.com*

3) Di dalam pengujian ini digunakan  $\alpha$  5% maka harga  $df = 2$  diperoleh  $t$  table  $\pm 4,303$ .

4) Gambar



5) kesimpulan

b. Uji terhadap  $r_{y2.1}$

1)  $H_o : r_{y2.1} = 0$

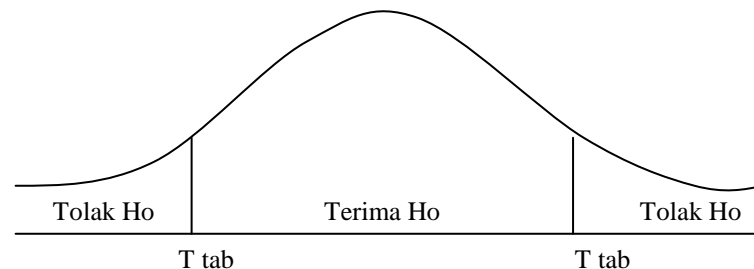
$H_A : r_{y2.1} \neq 0$

2) Menghitung harga statistic

$$TH = \frac{r_{y2-1} \sqrt{n-1-k}}{\sqrt{1-(r_{y2-1})^2}}$$

3) Di dalam pengujian ini digunakan  $\alpha$  5% maka harga  $df = 2$  diperoleh  $t$  table  $\pm 4,303$ .

4) Gambar



5) Kesimpulan

### 1.9. Sistematika Penulisan

# **Contoh Proposal Skripsi**

*Makalahmudah.blogspot.com*

## Bab I Pendahuluan

Uraian tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesa.

## Bab II Landasan Teori

Uraian mengenai pengertian pemasaran, fungsi-fungsi pemasaran, pengertian marketing mix, pengertian saluran distribusi, lembaga saluran distribusi, pengendalian saluran distribusi.

## Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Uraian tentang gambaran umum perusahaan yang berkaitan dengan sejarah berdirinya perusahaan dan perkembangannya, produksi, personalis, daerah pemasaran, organisasi perusahaan dan pelaksanaan saluran distribusi.

## Bab IV Analisa Data

Uraian tentang analisis data dan pembahasannya dengan menggunakan hasil temuan di lapangan.

## Bab V Kesimpulan dan Saran

Uraian tentang ringkasan hasil analisis dan evaluasi data yang akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran untuk diusulkan pada pihak perusahaan sehubungan dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini

## Daftar Pustaka