
ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN BIR PADA UD. KEAGUNGAN KUPANG

Yermias A. Alang

Dosen pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh saluran distribusi langsung dan tidak langsung terhadap volume penjualan pada UD. Keagungan Kupang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, interviu dan strudi dokumen, kemudian dianalisis menggunakan persamaan linier berganda. Hasil studi menunjukkan bahwa baik variabel saluran distribusi langsung maupun saluran distribusi tidak langsung berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan Bir pada UD. Keagungan Kupang, sehingga disarankan agar UD. Keagungan Kupang dapat mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan bir melalui saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.

Kata Kunci : *Saluran distribusi Langsung, saluran distribusi tidak langsung*

PENDAHULUAN

Tujuan dilaksanakannya suatu usaha sebagaimana dimaksudkan di atas akan dapat tercapai manakala pengusaha melakukan proses penjualannya secara berkesinambungan dalam volume jual yang besar. Oleh karena ilmu pemasaran mengisyaratkan bahwa semakin rendah volume penjualan maka akan semakin kecil laba yang diperoleh, demikian pula sebaliknya semakin besar volume penjualan, maka akan semakin besar pula laba usaha yang diperoleh. Untuk itu perusahaan sangat berkepentingan bahkan sangat mengharapkan adanya volume penjualan yang besar.

Sebagai upaya dalam rangka meningkatkan volume penjualan, maka pengusahaan Toko diharuskan untuk menerapkan berbagai strategi pemasaran dan salah satunya yang dipandang memiliki pengaruh langsung adalah saluran distribusi. Karena bagaimanapun juga saluran distribusi merupakan perantara yang digunakan untuk memindahkan barang jualan ke konsumen akhir.

UD. Keagungan Kupang merupakan salah satu toko yang ada di daerah Nusa Tenggara Timur yang melakukan proses distribusi Bir. Pada hakekatnya toko ini juga berupaya semaksimal mungkin untuk meningkatkan laba usaha dengan cara memperbesar volume penjualan.

TUJUAN PENELITIAN

- a. Untuk mengetahui besarnya pengaruh saluran distribusi langsung terhadap volume penjualan pada UD. Keagungn Kupang
- b. Untuk mengetahui besarnya pengaruh saluran distribusi tidak langsung terhadap volume penjualan pada UD. Keagungan Kupang

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian

1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UD. Keagungan Kupang di Kelurahan Kelapa Lima Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang, dengan objek penelitiannya adalah saluran distribusi terhadap penjualan Bir.

2. Jenis Data

2.1. Data kualitatif; yaitu data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan, penjelasan-penjelasan maupun pernyataan – pernyataan yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

2.2. Data kuantitatif; yaitu data yang dikumpulkan dalam bentuk angka – angka seperti jumlah bir yang dijual , banyaknya saluran distribusi yang digunakan

3. Sumber Data

3.1. Data primer; yaitu data yang diperoleh langsung dari manajer perusahaan dan bagian pemasaran seperti jumlah pembelian, volume penjualan, dan saluran distribusi yang digunakan.

3.2. Data sekunder ; yaitu data pendukung yang digunakan dalam melengkapi analisis akhir seperti struktur organisasi, sejarah perusahaan, dan jumlah tenaga kerja

4. Teknik Pengumpulan Data

4.1. Observasi ; yaitu data diambil dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas pemasaran produk pada UD. Keagungan Kupang.

4.2. Interview; yaitu peneliti melakukan wawancara langsung dengan pihak yang terkait seperti Pemilik Toko dan bagian pemasaran untuk memperoleh data yang dibutuhkan.

4.3. Studi dokumentasi; yaitu peneliti melakukan penelaahan dokumen-dokumen seperti dokumen penjualan dan dokumen saluran distribusi.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif . Alat analisis yang digunakan regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi langsung (X_1), dan saluran distribusi tidak langsung (X_2) terhadap variabel terikat (volume Penjualan Bir). Model analisis regresi linier berganda (Sudjana 1996 : 347) dengan formulasi sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Analisis pengaruh saluran distribusi langsung (X_1) terhadap volume penjualan (Y)

Untuk menghitung pengaruh antara saluran distribusi langsung dengan volume penjualan , maka terlebih dahulu dihitung nilai r (regresi). Untuk menghitung nilai r tersebut, maka digunakan tabel penolong. Tabel penolong dapat dihitung berikut ini :

TABEL PENOLONG UNTUK MENGHITUNG KORELASI
ANTARA SALURAN DISTRIBUSI LANGSUNG DENGAN VOLUME PENJUALAN

Thn	X_1	Y	X_1Y	X^1	Y^2
2000	2	9.992	19.984	4	99.840.064
2001	2	10.211	20.422	4	104.264.521
2002	3	14.230	42.960	9	702.537.900
2003	3	11.630	34.890	9	332.116.800
Σ	10	46.063	118.926	26	1.238.759.285

Sumber : Data primer diolah penulis

Berdasarkan data dalam tabel penolong di atas maka dapat dhitung nilai r sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 r_{x_1y} &= \frac{118.926}{\sqrt{26 \cdot 1.238.759.285}} \\
 &= \frac{118.926}{179.465} \\
 &= 0,66
 \end{aligned}$$

Nilai r ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien korelasi dengan cara mencari nilai t hitung. t hitung dapat dicari sebagai berikut :

$$t = \frac{0,66 \cdot 4\sqrt{-2}}{1 - \sqrt{0,90}}$$

$$t = 0,93 : 0,31$$

$$= 3,381$$

Berdasarkan harga t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan alfa “a” 5 % uji dua sisi (*two tail test*) $dk = n - 2 = 3$, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,820. Hasil ini menunjukkan bahwa harga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sehingga dapat diketahui secara jelas bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi langsung terhadap peningkatan volume penjualan

b. Analisis pengaruh saluran distribusi tidak langsung (X_2) terhadap volume penjualan (Y).

Untuk menghitung pengaruh antara saluran distribusi tidak langsung dengan volume penjualan, maka terlebih dahulu dihitung nilai r (regresi). Untuk menghitung nilai r tersebut, maka digunakan tabel penolong. Tabel penolong dapat dihitung berikut ini :

TABEL PENOLONG UNTUK MENGHITUNG KORELASI
ANTARA SALURAN DISTRIBUSI TIDAK LANGSUNG
DENGAN VOLUME PENJUALAN

Thn	X_2	Y	X_2Y	X^2	Y^2
2000	4	9.992	39.968	16	99.840.064
2001	4	10.211	40.844	16	104.264.521
2002	4	14.230	56.920	16	702.537.900
2003	5	11.630	58.200	25	332.116.800
Σ	32	46.063	195.932	73	1.238.759.285

Sumber : Data primer diolah penulis

Berdasarkan data dalam tabel penolong di atas maka dapat dihitung nilai r sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 r_{x1y} &= \frac{195.932}{\sqrt{73 \cdot 1.238.759.285}} \\
 &= \frac{195.932}{300.714} \\
 &= 0,65
 \end{aligned}$$

Nial r ini digunakan untuk menguji signifikansi koefesien korelasi dengan cara mencari nilai t hitung. t hitung dapat dicari sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 t &= \frac{0,65 \cdot \sqrt{4}}{1 - \sqrt{0,42}} \\
 t &= 0,91 : 0,76 \\
 &= 3.181
 \end{aligned}$$

Berdasarkan harga t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan alfa “a” 5 % pada uji dua sisi (*two tail test*) dk = n - 2 = 3, maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,820. Hasil ini menunjukkan bahwa harga t hitung lebih kecil dari t tabel . Dengan demikian maka dapat diketahui secara jelas bahwa saluran distribusi tidak langsung mempunyai pengaruh yang positif terhadap volume penjualan.

KESIMPULAN

1. Saluran distribusi langsung berpengaruh positif terhadap peningkatan voume penjualan Bir pada UD. Keagungan Kupang.
2. Saluran distribusi tidak langsung berpengaruh positif terhadap peningkatan voume penjualan Bir pada UD. Keagungan Kupang.

SARAN

1. Disarankan agar UD. Keagungan Kupang tetap mempertahankan dan meningkatkan Saluran distribusi langsung sehingga tetap peningkatan voume penjualan Bir.
2. Disarankan agar UD. Keagungan Kupang tetap mempertahankan dan meningkatkan Saluran distribusi tidak langsung sehingga tetap peningkatan voume penjualan Bir.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis*, Edisi ketiga Penerbit Liberty, Yogyakarta (1993)
- Jerome MC. Carthy dan perreault, *Dasar-dasar Pemasaran* , Edisi kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta (1996).
- Tan Kiat Djwee, *Marketing Suatu Pengantar Praktis*, Penerbit Alumni Bandung (1977)
- Winardi. *Asas-asas Marketing*, Penerbit Alumni Bandung (1980).
- Stewari H. Renoldt, *Perencanaan dan Strategi Pemasaran*, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta (1991).