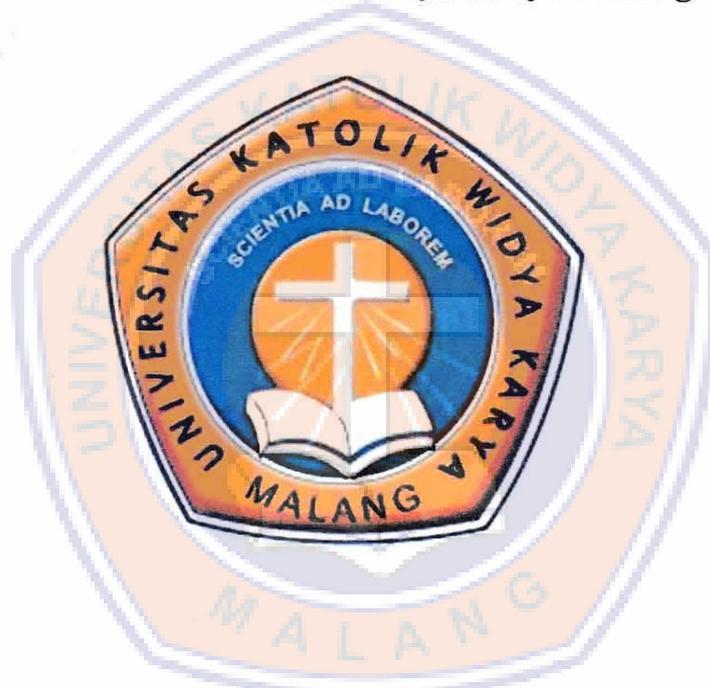


**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PAVING PADA PT. CONBLOK INDOTAMA  
SURYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen  
Universitas Katolik Widya Karya Malang**



**Disusun Oleh :  
Alfian Andreas  
NIM:201211024**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG  
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN  
2016**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Alfian Andreas  
Nim : 201211024  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan :Manajemen  
Judul : **PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN PAVING PADA PT.CONBLOK INDOTAMA SURYA**

Malang ,13 Juli 2016

( Alfian Andreas )

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

  
Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIDN : 0706055302

Ketua Jurusan

  
Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

**LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN  
PAVING PADA PT.CONBLOK INDOTAMA SURYA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Alfian Andreas

NIM : 201211024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 13 Juli  
2016 dan telah memenuhi syarat untuk sebagai salah satu syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata satu (S1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

Dewan Penguji

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

3. J. Vicka B.W,S.Pd,MSM

NIDN : 0724018601

SURAT KETERANGAN PENELITIAN



**PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT**

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PAVING PADA PT.CONBLOK INDOTAMA SURYA”** merupakan karya asli dari:

Nama : AlfianAndreas  
Nim : 201211024  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan merupakan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya. Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar – benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 13 Juli 2016

( Alfian Andreas)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Dra. Anni Yudiastuti, MP

NIDN : 0701056401

Pembimbing II

Drs. Cornelius Niwadolo, MM

NIDN : 0706055302

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi  
  
Drs. Cornelius Niwadolo, MM  
NIDN : 0706055302

Ketua Jurusan  
  
Dra. Anni Yudiastuti, MP  
NIDN : 0701056401

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Alfian Andreas  
Nim : 201211024  
Universitas : Widya Karya Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Tempat, tanggal lahir : Jakarta,5 Mei 1993  
Jenis kelamin : Laki-laki  
Agama : Katolik  
Status : Belum menikah  
Alamat : Araya K2-12A  
Nama orang tua ( Ayah ) : Liem Kong Y  
( Ibu ) : Helliana Tio S  
Riwayat pendidikan :  
1. Tahun 2006 tamat dari SD St.Fransiskus Lawang  
2. Tahun 2009 tamat dari SMP Marsudisiwi Malang  
3. Tahun 2012 tamat dari SMA Taman Harapan Malang  
4. Tercatat sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang angkatan tahun 2012/2016

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti hanturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PAVING PADA PT.CONBLOK INDOTAMA SURYA “**.

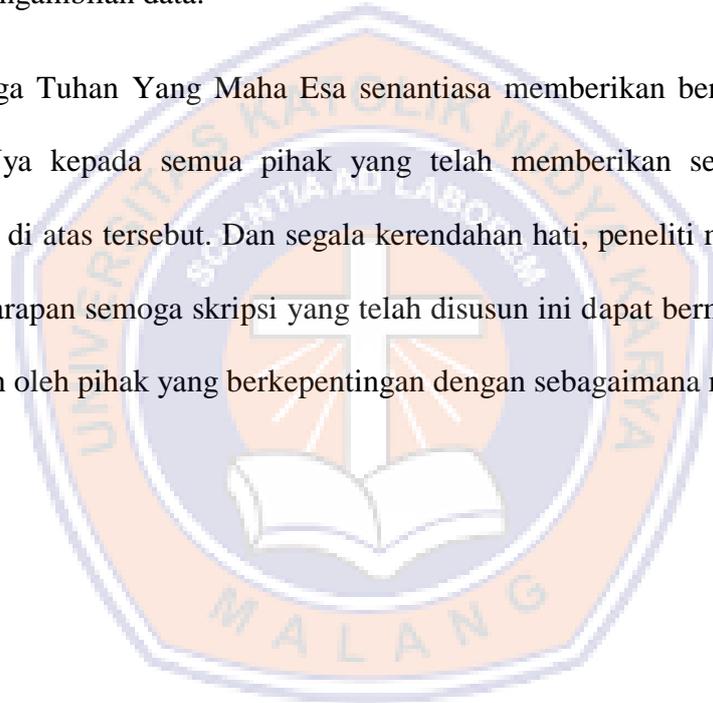
Adapun penulisan ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata Satu (S1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang. Pada kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya pada semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Pihak-pihak tersebut antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusun skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Yang terhormat Rm. Albertus Herwanta, O. Carm. M., A : selaku rektor Universitas Widya Karya Malang.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Cornelius Niwadolo, MM : selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing II yang telah memeberikan petunjuk serta meluangkan waktu untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Yang terhormat, Ibu Dra. Anni Yudiastuti, MP : selaku Ketua Jurusan Manajemen Ekonomi Universitas Widya Karya Malang dan sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan petunjuk serta meluangkan waktu

untuk membimbing dan menasehati peneliti sehingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar yang telah banyak memberikan bimbingan dan bekal ilmu pengetahuan yang sangat berharga selama maa studi peneliti di Universitas Katolik Widya Karya Malang .
6. Pimpinan dan seluruh staf PT Conblok Indotama Surya yang telah membantu peneliti dalam memperlancar penelitian dengan melakukan pengambilan data.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberikan berkat, anugerah dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan di atas tersebut. Dan segala kerendahan hati, peneliti mempersembahkan dengan harapan semoga skripsi yang telah disusun ini dapat bermanfaat serta dapat digunakan oleh pihak yang berkepentingan dengan sebagaimana mestinya.



Malang, Juni 2016

Peneliti

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI  
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
SURAT KETERANGAN PENELITIAN  
SURAT KETERANGAN PLAGIAT  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP  
KATA PENGANTAR  
DAFTAR ISI  
DAFTAR TABEL  
DAFTAR GAMBAR  
DAFTAR LEMBAR  
ABSTRAK

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### **BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Penelitian Terdahulu
- B. Landasan teori
  - 1. Pengertian Saluran distribusi
  - 2 Bentuk-bentuk saluran distribusi
  - 3. Tipe-tipe saluran distribusi
  - 4. Faktor-faktor yang memengaruhi saluran distribusi
- C. Kerangka Pikir
- D. Hipotesis Penelitian

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis Penelitian
- B. Ruang Lingkup Penelitian
- C. Lokasi Penelitian
- D. Populasi dan

- E. Sumber dan Jenis Data
- F. Definisi Operasional
- G. Metode Pengumpulan Data
- H. Teknik Analisis Data

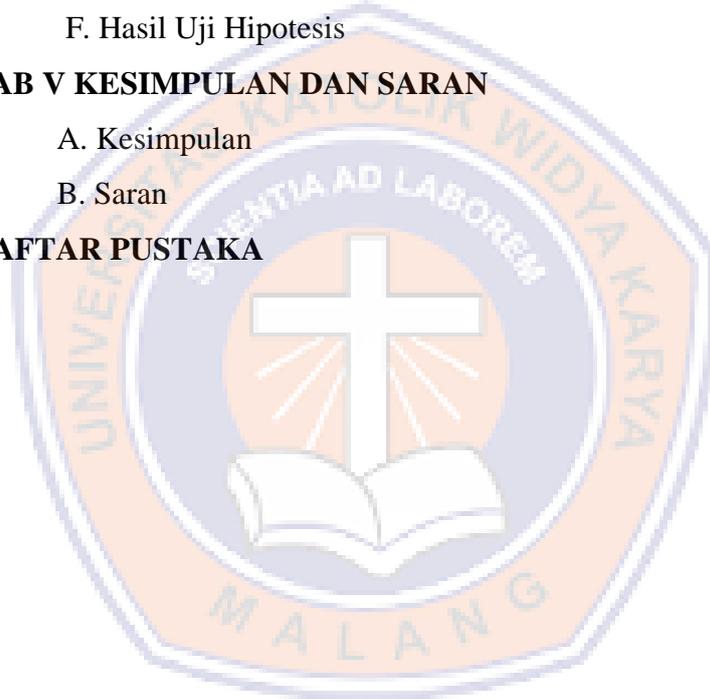
#### **BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA**

- A. Gambaran Umum Perusahaan
- B. Deskripsi Karakteristik Responden
- C. Deskripsi Jawaban
- D. Uji Validitas dan
- E. Metode Analisis Data
- F. Hasil Uji Hipotesis

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

#### **DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR TABEL

- Tabel 1 Penelitian
- Tabel 2 Definisi Operasional
- Tabel 4.1 Jumlah
- Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia
- Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan
- Tabel 4.5 Jawaban Responden Mengenai Saluran Distribusi
- Tabel 4.6 Jawaban Responden Mengenai Volume Penjualan
- Tabel 4.7 Uji Validitas Saluran
- Tabel 4.8 Uji Validitas Volume
- Tabel 4.9 Hasil Uji
- Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Sederhana
- Tabel 4.11 Hasil Uji



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT.Conblok Indotama Surya



**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Data Hasil Penelitian

Lampiran 2 Output SPSS

Lampiran 3 Kuesioner



## PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PAVING PADA PT. CONBLOK INDOTAMA SURYA

### ABSTRAKSI

Dalam aktivitas perusahaan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah pengaruh saluran distribusi terhadap peningkatan volume penjualan. Saluran distribusi merupakan tujuan dalam memperluas pemasaran dan mengembangkan kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan. Karena saluran distribusi memiliki peranan penting dalam memasarkan produk dari produsen ke konsumen yang nantinya akan berpengaruh pada volume penjualan, sehingga perusahaan perlu menentukan saluran distribusi yang tepat agar unsur-unsur dari saluran distribusi seperti pedagang besar, pedagang menengah, pengecer dapat menyalurkan produknya ke tangan konsumen dengan baik.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui signifikansi pengaruh saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan paving pada PT. Conblok Indotama Surya. Jenis Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini menghasilkan data yang berbentuk angka-angka dan diolah komputer menggunakan program SPSS. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accendential sample* yaitu teknik sampling dimana subyek dipilih karena aksesibilitas nyaman dan kedekatan mereka kepada peneliti. Sebanyak 100 responden yang berada di PT. Conbloc Indotama Surya pada saat penelitian berlangsung. Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan uji F.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa saluran distribusi berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan paving pada PT. Conblok Indotama Surya, Purwodadi. Hasil tersebut dibuktikan dari hasil uji F dengan menggunakan  $Df_1 = 1$  dan  $Df_2 = 98$  pada alpha sebesar 5% maka diperoleh  $F_{Tabel}$  sebesar 2,479 sedangkan  $F_{hitung}$  sebesar 190,269. Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung} > F_{Tabel}$ , sehingga dapat dikatakan bahwa saluran distribusi berpengaruh secara signifikan terhadap volume penjualan pada PT. Conbloc Indotama Surya (Y).

Kata kunci: Saluran distribusi, volume penjualan

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada dasarnya perusahaan didirikan untuk mengkombinasikan semua potensi sumber daya efektif yang ada untuk mencapai tujuan tertentu, tidak peduli bagaimana bentuk struktur organisasi maupun wujud dari *output* perusahaan tersebut. Namun, pada prinsipnya semua perusahaan baik yang bergerak di sektor pelayanan jasa maupun perusahaan yang menghasilkan produk mempunyai tujuan tertentu. Tujuan yang utama adalah untuk memperoleh laba yang optimal, memakmurkan pemegang saham dengan peningkatan deviden serta mempertahankan eksistensi perusahaan yang semakin berkembang dari waktu ke waktu.

Tujuan-tujuan di atas dapat tercapai dengan baik jika produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dapat diterima dan mendapatkan respon positif dari konsumen. Salah satu faktor yang memengaruhi tercapainya tujuan perusahaan adalah strategi pemasaran yang tepat, strategi pemasaran sebaiknya diprioritaskan untuk membina hubungan dengan konsumen. Salah satu kunci keberhasilan dalam membina hubungan dengan para pelanggan adalah melalui strategi bauran pemasaran. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasaran" (Kotler dan Armstrong, 2008:62). Dari fenomena tersebut, pihak perusahaan harus senantiasa memahami perilaku konsumen secara keseluruhan agar dapat mempertahankan

kelangsungan hidup perusahaan dan dapat membangun strategi pemasaran dengan tepat. Perusahaan dituntut untuk merancang bauran pemasaran terintegrasi yang terdiri dari beberapa faktor di bawah kendalinya yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

Kotler dan Armstrong (2008:62) menjelaskan, produk adalah "kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar". Harga (*price*) adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk. Tempat (*place*) adalah kegiatan perusahaan untuk memilih tempat pemasarannya, agar konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang di cari. Promosi (*promotion*) adalah aktivitas yang menyampaikan manfaat produk agar pelanggan membelinya. Bauran pemasaran 4P di atas merupakan teori yang dikemukakan oleh pendapat ahli. Dalam prakteknya di lapangan bauran pemasaran 4P ini dilakukan dengan berbagai strategi.

Saluran distribusi merupakan bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*), saluran distribusi merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai perusahaan. Pendistribusian produk ke konsumen memerlukan saluran distribusi untuk memperlancar penyampaian dan untuk memastikan bahwa produk berada di tempat yang seharusnya. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang sampai ke tangan konsumen atau pemakai industri.

PT.Conbloc Indotama Surya Purwodadi merupakan perusahaan yang merintis serta memperkenalkan produk paving beton untuk konstruksi jalan. Produk paving ini dapat dipakai sebagai pengganti aspal. Salah satu produk

yang banyak diminati pelanggan adalah paving tipe 4.6; karena selama ini produk paving tipe 4.6 banyak dikenal konsumen sebagai pengganti aspal pada perumahan-perumahan, trotoar, ataupun model paving pada halaman rumah.

Produk-produk baru saat ini banyak yang bermunculan untuk menyaingi produk dari PT. Conblok Indotama Suryakondisi ini mengakibatkan persaingan semakin ketat. Untuk mengatasi persaingan tersebut perusahaan harus meninjau kembali strategi pemasaran agar dapat memantapkan posisinya dalam persaingan. Dalam strategi pemasaran saluran distribusi memiliki peran yang sangat penting, karena saluran distribusi dapat memengaruhi volume penjualan produk, selain dapat memengaruhi volume penjualan, saluran distribusi juga berperan menanggulangi masalah yang timbul dalam perusahaan.

Beberapa faktor yang diperhatikan dalam pelaksanaan saluran distribusi adalah faktor keuntungan dan kerugian bagi perusahaan itu sendiri. Saluran distribusi merupakan suatu aktifitas perpindahan dari produsen ke konsumen melalui lembaga penyalur. Kunci utama dalam saluran distribusi adalah tepat waktu dalam pengiriman dan dapat dengan mudah memperoleh produk tersebut, artinya perusahaan harus senantiasa memperhatikan barang yang ada di dalam gudang, kelancaran pendistribusian, dan jumlah perantara pemasaran sehingga diharapkan volume penjualan dapat meningkat.

PT. Conbloc Indotama Surya Purwodadi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pembuatan paving dengan berbagai ukuran dan bentuk. Berdasarkan survei awal peneliti mendapatkan informasi bahwa pada proses produksi yang dilakukan selalu diupayakan untuk mencapai target-target sesuai

dengan batas akhir. Dalam hal ini perusahaan memberikan perhatian utama pada bagian produksi agar dapat selalu meningkatkan produksinya. Dalam rangka peningkatan produksi tersebut perusahaan berusaha untuk selalu meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan, yaitu dengan peningkatan hasil produksi dengan memberikan jaminan atas kualitas yang baik. Selain memperhatikan bagian produksi perusahaan juga memperhatikan mengenai proses distribusi produk atau saluran distribusi, dimana selama ini perusahaan menggunakan dua saluran distribusi yaitu langsung dan tidak langsung.

Saluran distribusi langsung yaitu dengan perusahaan melakukan pelayanan penjualan secara langsung kepada konsumen dan distribusi tidak langsung yaitu dengan menggunakan agen untuk mendukung proses penjualan yang dilakukan. Agen yang digunakan perusahaan yaitu selain di wilayah Purwodadi sendiri juga menggunakan agen yang terdapat diluar wilayah tersebut, dengan tujuan yaitu mempermudah konsumen dalam melakukan pembelian produk. Mengingat saluran distribusi merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan, maka judul penelitian ini adalah "Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Paving Pada PT. Conbloc Indotama Surya Purwodadi.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana signifikansi pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan paving pada PT. Conblok Indotama Surya Purwodadi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui signifikansi pengaruh saluran distribusi dalam meningkatkan volume penjualan paving pada PT. Conblok Indotama Surya

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Bagi peneliti

Untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh selama kuliah dalam praktek dunia kerja pada perusahaan.

#### 2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi perusahaan dalam hal pengendalian dan pengembangan program pemasaran dan saluran distribusi pemasaran pada perusahaan di masa yang akandatang

#### 3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan serta sumber informasi bagi pihak lain yang secara langsung ataupun tidak langsung tertarik pada masalah yang diteliti.