

UNIVERSITAS DARMA PERSADA
PERPUSTAKAAN

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP HASIL
PENJUALAN MEBEL, PRODUKSI PT. CLASSIC FURNITURE**

SKRIPSI

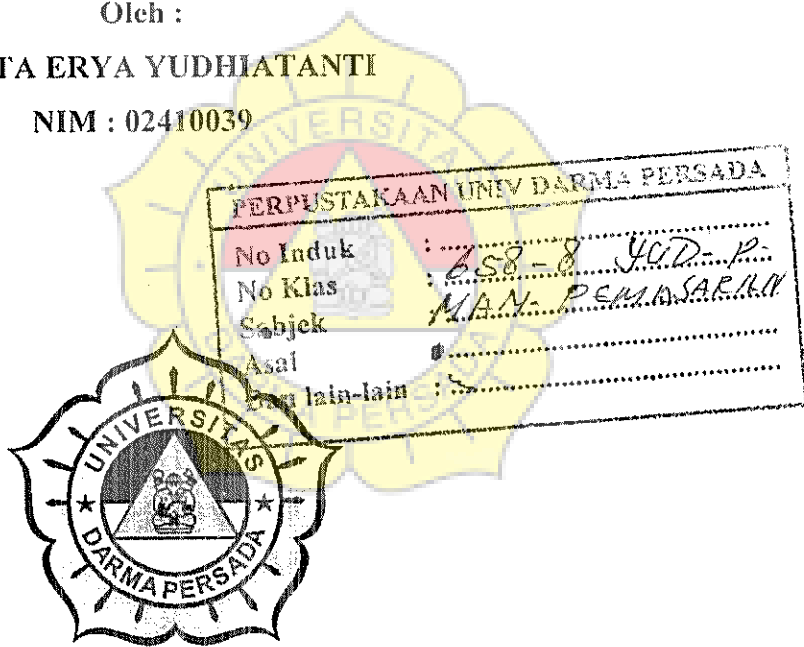
**TIDAK BOLEH
DICOPY**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi Sebagian Dari
Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

NOVITA ERYA YUDHIATANTI

NIM : 02410039



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2006**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP HASIL
PENJUALAN MEBEL, PRODUKSI PT. CLASSIC
FURNITURE.**

Nama : **Novita Erya Yudhiatanti**

NIM : **02410039**

Fakultas : **Ekonomi**

Jurusan : **Manajemen**

Konsentrasi : **Manajemen Pemasaran**

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II, untuk diajukan dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Sarjana pada tanggal 22 Agustus 2006

Ketua Jurusan Manajemen

Jakarta, 22 Agustus 2006

(Firsan Nova, SE, MM)

Pembimbing I

(Drs. Ismail Razak, MS)

Pembimbing II

(Erika Takidah, SE, Msi)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**Judul : PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP HASIL
PENJUALAN MEBEL, PRODUKSI PT. CLASSIC
FURNITURE.**

Nama : Novita Erya Yudhiatanti

NIM : 02410039

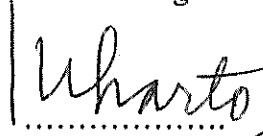
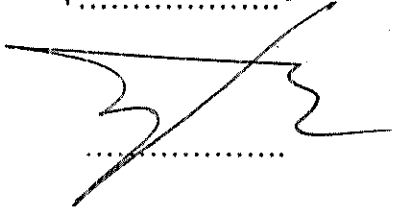
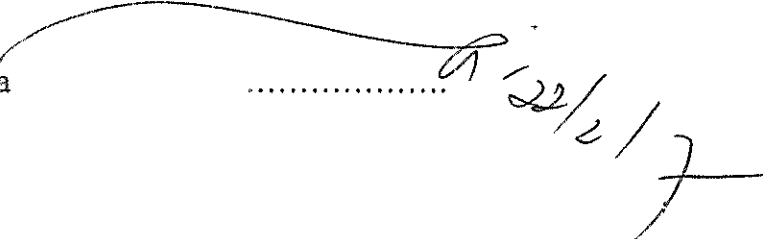
Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diajukan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada tanggal 22 Agustus 2006.
Dengan hasil: B

PANITIA PENGUJI SKRIPSI SARJANA

No.	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Suharto Rahman	Ketua	
2.	Drs. Ismail Razak, MS	Anggota	
3.	Firsan Nova, SE, MIM	Anggota	

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT, atas segala limpahan rahmat dan ridho-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP HASIL PENJUALAN MEBEL, PRODUKSI PT. CLASSIC FURNITURE”.

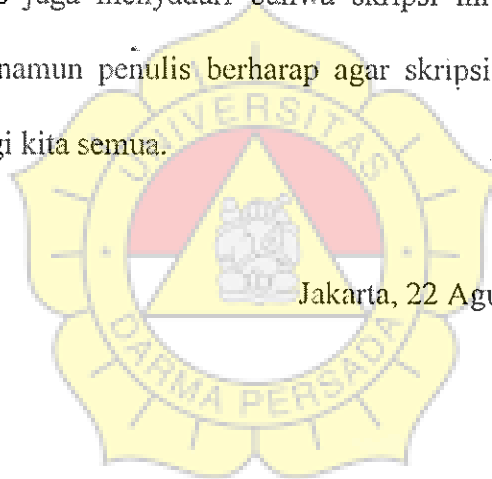
Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar kesarjanaan di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Dan pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Ismail Razak, MS, selaku dosen pembimbing materi pertama yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan bimbingan materi dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Erika Takidah ,SE, Msi, selaku dosen pembimbing materi kedua yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Firsan Nova, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen
5. Ibu Dini Rahayu, SE, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen

6. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan pendidikan dan pelayanan selama penulis mengikuti kuliah
7. Bapak Rahmat, selaku pemilik PT. Classic Furniture yang telah memberikan izin dan waktunya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk kedua orang tuaku tercinta, terima kasih banyak telah memberikanku dorongan moril maupun materil, Terutama mama, mama adalah motivasi terbesarku dalam menyelesaikan skripsi ini, mama terima kasih atas semua dukungan, cinta, kasih sayang, kesabaran dan kesetiaan mama yang selalu mendoakanku, menemaniku dalam penyelesaian skripsiku. Mama terima kasih banyak atas semua yang telah mama lakukan untukku. I Love U So Much Mom..
This is for u..
9. For my little brother Dio, I always love u de'..
10. Untuk semua sahabat – sahabatku tercinta, Endah(Cuil), Inggar(Cina), Nani, Nova, and Ayu kalian adalah sahabat – sahabat terbaik gw, Love U guys..
11. Untuk Resti, rajin – rajin kuliah ya de' jangan sering – sering bolos. Kakak sayang kamu.
12. Shandy, makasih ya doa dan supportnya. I Love U...
13. Untuk semua temen – temenku Dede(makasih ya lo udah selalu mau anter – anter gw), Adri, Fatur, Bodhi, Nanda, Ardi, Aang, Nicko,David, Mas Anda, Awi, Dana, Rahman.

14. Kakak – kakakku semua K' Wisnu, K'Jawa, Abang Pay, K'Teguh, K'Othis, K'Bowo, K'Heru, K'Dini, K' May, K' Eni, K'Felix, makasih ya kalian udah ngajarin banyak hal dari yang bener sampe yang nggak bener..
15. Untuk temen – temenku yang lain Rahma, Anna, Dewi, Nadia, Fitri, Adi, Fery, Karolina, Esti, Mia, Rifka, Echy, Dwi, Toviek, Wisnu, Ipang, Dony, and Lauren (makasih ya kamu selalu support aku dan yakinin aku kalau aku bisa melakukan hal yang aku sendiri nggak yakin kalau aku bisa).

Disamping itu penulis juga menyadari bahwa skripsi ini bukanlah merupakan skripsi yang sempurna, namun penulis berharap agar skripsi ini dapat memenuhi tujuannya dan manfaat bagi kita semua.



Jakarta, 22 Agustus 2006

Penulis

ABSTRAK

(A) NOVITA ERYA YUDHIATANTI. 02410039

(B) **Distribution Cost Influence to Meubeul Selling Result, Production PT. Classic Furniture.**

(C) xii+ 64 pages, 3 table, 5 picture, 2006

(D) **Key Word** : Distribution influence, Selling result.

(E) **Reason And Research Purpose** : To know how much distribution cost influence to meubeul selling result and to know what distribution system use in PT. Classic Furniture.

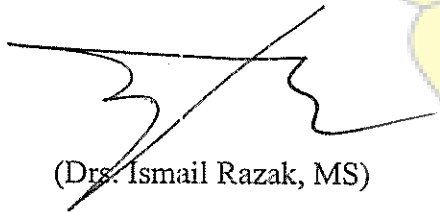
Research method : Collecting data method by library and field research, analysis method by correlation coefficient and simple regression.

Research result : Correlation coefficient $r = 0,99$ ($r =$ close by 1) it's very strong relation, promotion cost raise follow by selling result cost.

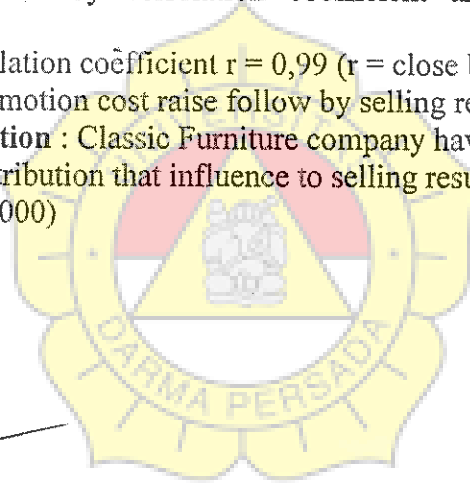
Conclusion and suggestion : Classic Furniture company have raise other activity beside distribution that influence to selling result.

(F) **Literature** : 11 (1991-2000)

(G) **Counselor 1**



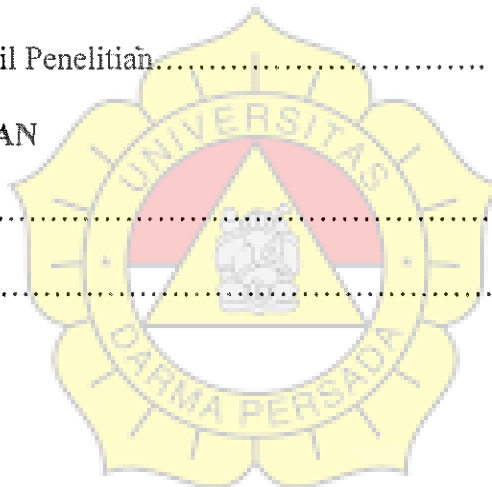
(Dr. Ismail Razak, MS)



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Saluran Distribusi dan Penjualan.....	5
B. Fungsi Saluran Distribusi	12
C. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Saluran Distribusi.....	14
D. Tipe – Tipe Saluran Distribusi.....	22
E. Strategi Saluran Distribusi.....	32

F. Kerangka Pemikiran.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Pengumpulan Data.....	35
B. Metode Analisis Data.....	36
C. Definisi Variabel Operasional.....	37
D. Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum PT. Classic Furniture.....	39
B. Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian.....	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel

IV.1 Hasil Penjualan dan Biaya Distribusi.....	57
IV.2 Hasil Summary Output.....	58
IV.3 Hasil Anova.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar

II.1 Macam – Macam Saluran Distribusi.....	24
IV.1 Struktur Organisasi PT. Classic Furniture.....	47
IV.2 Saluran Distribusi PT. Classic Furniture.....	55
IV.3 Hipotesis Koefisien Korelasi.....	59
IV.4 Hipotesis Koefisien Regresi.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

Summary Ouput dab Annova

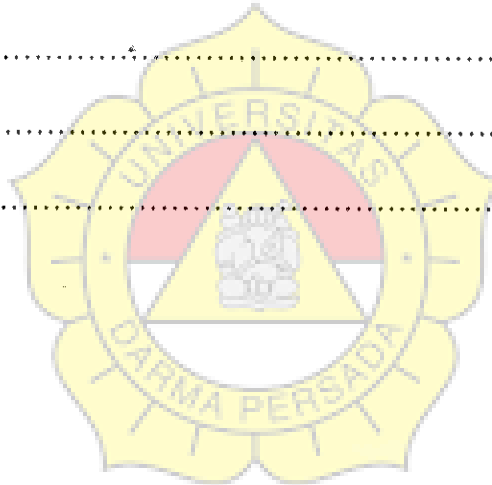
Tabel F ($\alpha = 5\%$).....

Tabel t.....

Daftar Riwayat Hidup.....

Surat Keterangan Riset.....

Lembar Kegiatan Penyusunan Skripsi.....



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini seperti yang telah diketahui secara umum bahwa semua perusahaan yang bergerak dibidang industri, jasa dan perdagangan bertujuan untuk mencari atau mendapatkan laba yang sebesar – sebesarnya. Seiring dengan laju pertumbuhan perdagangan tersebut maka semakin banyaknya perusahaan yang sejenis atau bergerak pada bidang yang sama membuat persaingan yang serius diantara mereka. Besarnya persaingan diantara kalangan perusahaan dalam industri perdagangan menyebabkan semakin banyaknya persaingan yang didasarkan pada persaingan produk, strategi penetapan harga, promosi maupun dalam hal pendistribusian produk untuk sampai ke konsumen dan faktor – faktor lainnya yang dapat mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan.

Persaingan yang terjadi antara perusahaan memaksa tiap perusahaan untuk melakukan berbagai usaha agar dapat menjaring konsumen sebanyak – banyaknya. Disamping dengan pemasaran yang gencar, usaha lain yang tidak kalah pentingnya dan perlu dilakukan tiap perusahaan adalah merancang saluran distribusi pemasarannya sedemikian rupa. Semakin banyaknya konsumen yang harus dilayani dipasar telah menimbulkan adanya keterbatasan produsen menjartgkau semua konsumennya, sehingga mengakibatkan produsen

memerlukan saluran distribusi untuk memasarkan produknya. Distribusi produk tidak hanya sebagai tindakan untuk menjual suatu produk, namun lebih luas lagi yaitu bagaimana suatu produk yang dihasilkan dapat laku terjual sebanyak – banyaknya dipasaran.

Salah satu konsep metode yang dipakai pengembangan bauran pemasaran adalah distribusi yang meningkatkan penjualan, distribusi merupakan kegiatan penyampaian produk dari tempat produsen ketempat konsumen pada waktu dan tempat yang tepat, oleh karena itu kebijaksanaan distribusi merupakan salah satu kebijaksanaan terpadu, yang mencakup penentuan saluran distribusi fisik.

Keputusan mengenai saluran distribusi yang tepat merupakan salah satu keputusan yang paling sulit yang dihadapi oleh setiap perusahaan. Keputusan saluran disribusi yang dipilih oleh perusahaan dapat memepengaruhi seluruh keputusan pemasaran.

Kesalahan dalam memilih atau menentukan saluran distribusi dapat mengakibatkan penyaluran barang dan jasa akan menjadi lambat dan kemungkinan terhenti sama sekali. Akibat lain yang akan dialami jika suatu perusahaan salah dalam menentukan menentukan atau memilih saluran distribusi adalah pemborosan dalam biaya dan penyampaian hasil produk ke tangan konsumen tidak merata sehingga akan mengakibatkan kegagalan pada barang tersebut. Berdasarkan uraian diatas maka terlihat sedikit gambaran

mengenai betapa pentingnya saluran distribusi bagi suatu perusahaan yang akan memasarkan hasil produknya kepada masyarakat umum. Disinilah bagian pemasaran menjalankan peranannya untuk menemukan cara yang paling tepat dengan mengamati pasar. Perusahaan yang paling siaplah yang akan bertahan atau bahkan memenangkan persaingan.

Suatu sistem distribusi yang dioperasikan dengan tepat merupakan keuntungan dalam persaingan bagi setiap perusahaan yang menjadi bagian dari sistem distribusi tersebut. Demikian pula halnya dengan PT. Classic Furniture sebagai produsen produk mebel, perlu mempertimbangkan sistem saluran distribusi dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Dalam tingkat persaingan yang tinggi seperti sekarang ini, pemilihan serta pengelolaan saluran distribusi secara tepat akan membantu PT. Classic Furniture dalam menghadapi para pesaingnya.

Berdasarkan hal –hal tersebut diatas, maka perlu dianalisis “Pengaruh Biaya Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Mebel, Produksi PT. Classic Furniture“.

B. Perumusan Masalah

Rumusan pokok permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah ada hubungan yang erat antara biaya saluran distribusi dengan hasil penjualan mebel, produksi PT. Classic Furniture?
2. Apakah ada pengaruh biaya saluran distribusi terhadap hasil penjualan mebel, produksi PT. Classic Furniture?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui keceratan hubungan antara biaya saluran distribusi dengan hasil penjualan mebel, produksi PT. Classic Furniture.
- b. Untuk mengetahui pengaruh biaya saluran distribusi terhadap hasil penjualan mebel, produksi PT. Classic Furniture.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan informasi bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran pada umumnya, khususnya tentang distribusi yang berpengaruh dengan hasil penjualan.