



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP HASIL PENJUALAN
PRODUK PT. ENERGIZER INDONESIA
CABANG PADANG**

Oleh :

HELEN NOVITA SIGIT

06 952 041

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2010**



No. Alumni Universitas

HELEN NOVITA SIGIT

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a). Tempat/Tgl lahir: Padang, 08 April 1989 b). Nama Orang Tua: Loh Tjoen Tje, Lim Kok Kin c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. Bp: 06 952 041 f). Tgl Lulus: 19 Januari 2011 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: 3,44 i). Lama Studi: 4 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua: Jl. Cokroaminoto 42 C, Padang.

PT. ENERGIZER INDONESIA CABANG PADANGSkripsi SI Oleh: **Helen Novita Sigit**, Pembimbing: **Drs. John Edwar, MM****Abstrak**

Dunia usaha, baik produksi maupun jasa selalu dihadapkan dengan persaingan. Untuk mengatasi persaingan, perusahaan menempuh berbagai cara dan strategi untuk menyampaikan hasil produksinya dengan cepat, tepat, cermat, hemat dan memuaskan ke tangan konsumen. PT Energizer Indonesia Cabang Padang yang menjadi objek penelitian ini adalah merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan dan memasarkan produk baterai. Pemasaran merupakan ujung tombak kelangsungan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap hasil penjualan. Saluran distribusi dalam penelitian ini diukur dari biaya distribusi yang dikeluarkan oleh PT. Energizer Indonesia Cabang Padang yang meliputi biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya penjualan sebagai variabel X_1 , X_2 dan X_3 serta hasil penjualan sebagai variabel Y dan bulan Januari - Desember dari tahun 2005 sampai 2009. Dari hasil membuktikan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat, positif dan searah antara biaya distribusi dan hasil penjualan, hal ini terlihat dari hasil analisis korelasi linier dimana diperoleh nilai r sebesar 0,997 dan juga ada hubungan yang positif antara biaya promosi dengan hasil penjualan, hal ini di tunjukan dengan persamaan regresi $Y = 88,776,614 + 0,630 X_1 + 0,269 X_2 + 0,161 X_3 + e$. Namun, melihat pengaruhnya secara individual melalui uji t , hanya biaya transportasi yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap hasil penjualan.

Keyword: *Biaya Distribusi, Penjualan*

Abstract

Business world, both production and service are always faced with competition. To cope with competition, the company should take many ways and strategies to deliver their products quickly, precise, meticulous, efficient and satisfying to consumers. PT Energizer Indonesia Cabang Padang that became the object of this study is one company that produces and markets its batteries. Marketing is the common of the continuity of the company. The purpose of this study was to determine the effect of distribution cost to sales. Distribution channels in this study measured the distribution costs incurred by PT. Energizer Indonesia Cabang Padang which includes transportation costs, storage fees and selling expenses as a variable X_1 , X_2 and X_3 and the results of sales as a variable Y , from the month of January to December from 2005 to 2009. From the results prove that there is a very strong, positive and trade-offs between the cost of distribution and sales results. It is seen from the results of linear correlation analysis where the obtained r value of 0,997 and also there is a positive relationship between the cost of promotion with the sale, this is the show with regression equation $Y = 88,776,614 + 0,630 X_1 + 0,269 X_2 + 0,161 X_3 + e$. However, looking at its influence on an individual basis through t test, only the transportation costs have a significant impact on sales results.

Keyword: *Distribution Cost, Selling*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 19 Januari 2011, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Drs. John Edwar, MM	Suziana, SE, MM	Dra. Yanti, MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen :

Dr. Harif Amali Rivai, SE, M.Si
NIP. 197110221997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan :

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era pembangunan dewasa ini, sektor perhubungan merupakan sektor yang ikut menunjang perekonomian suatu negara. Sektor perhubungan berfungsi sebagai sarana yang akan memperlancar arus barang-barang dan jasa-jasa, mobilitas manusia, arus informasi dan komunikasi dalam masyarakat. Sesuai dengan kebijaksanaan pemerintah dalam rangka stabilitas ekonomi, maka sektor industri memegang peranan yang sangat penting artinya. Dengan mantapnya keadaan ekonomi dan politik maka dengan sendirinya akan memberikan andil yang besar dalam mempercepat gerak pembangunan. Di sini terlihat jelas bahwa akibat keberhasilan pembangunan di bidang ekonomi, yang ditunjang dengan berbagai bidang seperti transportasi yang merupakan sarana yang penting untuk mendapatkan dana yang maksimal guna berusaha untuk menjaga keseimbangan dan kontinuitas serta pengembangan usaha di masa yang akan datang.

Agar tujuan perusahaan dapat tercapai, maka perusahaan harus dapat mempertahankan keuntungannya dengan memasarkan produknya pada tingkat harga yang pantas, karena keuntungan adalah merupakan selisih antara hasil penjualan dengan biaya-biaya yang dibebankan pada periode tertentu dalam usaha memperoleh penghasilan.

Perkembangan di bidang ekonomi dan teknologi dewasa ini memungkinkan semakin banyak barang-barang yang dapat dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik barang konsumsi maupun barang industri.

Sehingga dalam usaha untuk mempertahankan keberadaan dan upaya pemenuhan untuk mencapai tingkat yang lebih baik, perusahaan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri dengan persaingan yang semakin tajam. Keadaan yang demikian menyebabkan setiap perusahaan harus dapat merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang tepat agar dapat tetap bertahan di tengah kompetisi.

Perusahaan dalam mencapai tujuannya sangat ditentukan oleh keahlian dibidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun personalia serta ditentukan pula pada kemampuan mereka dalam mengelola dan mengkombinasi fungsi-fungsi tersebut. Untuk dapat mendukung keberhasilan pemasaran yang pada akhirnya akan berdampak terhadap keberhasilan kegiatan penjualan, maka hal ini akan tergantung pada kemampuan manajemen dalam menganalisis dan memanfaatkan berbagai variable yang dimilikinya serta merancang secara strategis program-program pemasaran. Marketing mix merupakan sistem pemasaran inti dalam perusahaan yang meliputi produk, harga, saluran distribusi dan promosi.

Salah satu variabel marketing mix yang cukup besar berpengaruh terhadap penjualan adalah variabel harga. Lichtenstein, Ridgway dan Netemeyer (1993:234) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa harga menjadi salah satu isyarat paling dominan dalam pemasaran, hal tersebut

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi hasil penjualan terhadap biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya penjualan, maka dari pengujian ini didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari koefisien regresi yang diperoleh biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya penjualan memiliki hubungan yang positif terhadap hasil penjualan secara berurutan sebesar 0.630, 0.269, dan 0.161 yang ini berarti bahwa semakin besar biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya penjualan yang didapatkan maka akan semakin meningkatkan hasil penjualan perusahaan.
2. Jika dilihat secara bersama-sama, ketiga variabel biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya penjualan mempengaruhi hasil penjualan secara signifikan. Variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 99.5%. Variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini mempengaruhi sebesar 0.5%.
3. Berdasarkan uji statistik, Uji F pada analisis regresi berganda yang dilakukan terhadap variabel independen menunjukkan bahwa signifikan uji F sebesar 0.000, ini lebih kecil dari 0,05, ini menunjukkan bahwa biaya transportasi, biaya penyimpanan dan biaya penjualan secara serentak dan bersama-sama

DAFTAR PUSTAKA

- Donald S. *Tull* and Lynn R. *Kahle*.1990. *Marketing Management* , New York: Macmillan Publishing Co.
- E.J.McCarthy and W.D.Perrault, Jr., *Basic Marketing, A Global Managerial Approach* (Burr Ridge, IL: Richard D. Irwin, 1993).
- Flippo, Edwin B. 1999. *Manajemen Personalia*. Jakarta : Erlangga.
- Handoko, T, Hani , *Manajemen*, Edisi 2, Yogyakarta : BPFE,1999
- Howe, Sam.1999. *Marketing VP*. South Western Bell
- James F. *Stoner*, Edward *Freeman* dan Daniel R. *Gilbert*. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kertajaya, Hermawan, *Maketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*, Jakarta: PT. Gramedia, 1997, Cetakan Ketiga.
- Kertajaya, Hermawan.2003. *MarkPlus On Strategy*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Khasali, Rhenald, *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*, Jakarta: PT. Gramedia, 1998, Cetakan Ketiga.
- Kotler, Philip. 1995. *Marketing Management*. Prentice Hall Inc.Englewood, New York.
- Kotler, Pholip, *Marketing: Analisis, Planning, Implementation, and Control*, (Engelwood Chiff, New Jersey: Prentice Hall Inc, 1997), ninth Edition, diterjemahkan Olch Hendra Teguh, SE. AK dan Ronny A. Rusli, SE. AK.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2002, Edisi Kedelapan, jilid I.
- Lichtenstein, Donald R.,Nancy M.Ridgway, and Richard G. Netemeyer.1993. *handbook of management sscale*, United Kingdom : Saege publication Ltd.
- Nitisemito, Alex S. 1997. *Marketing*, Graha Pencerbit Indonesia, Jakarta.