

PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP TINGKAT VOLUME PENJUALAN OLI EVALUBE PADA PT SARANA LANCAR KARYA TEGAL

Retyas Caturyana¹, Ririh Sri Harjanti², Mulyadi³

^{1,2,3} Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama

Korespondensi email: retyasyana29@gmail.com

Abstract

Saluran distribusi merupakan kegiatan yang dapat memperlancar proses perusahaan dalam melakukan pendistribusian barang kepada seluruh konsumen. Penjualan juga diperlukan sebagai sumber pendapatan untuk memperoleh laba. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi terhadap tingkat volume penjualan pada PT Sarana Lancar Karya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Teknik analisis data adalah kuantitatif dengan Uji Asumsi Klasik (Normalitas), Analisis Statistik Deskriptif, Regresi Linier Sederhana, Uji Hipotesis (uji t), dan koefisien determinasi. Hasil perhitungan dengan Uji T diperoleh nilai T_{hitung} 44.652 dimana lebih besar daripada $T_{tabel} = 2.002$. Maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa ada pengaruh saluran distribusi terhadap tingkat volume penjualan pada PT Sarana Lancar Karya.

Kata kunci: Saluran Distribusi, Biaya Distribusi, Volume Penjualan.

THE EFFECT OF DISTRIBUTION CHANNELS ON EVALUBE OIL SALES VOLUME LEVELS AT AT PT SARANA LANCAR KAYA TEGAL

Abstract

Distribution channel is an activity that can facilitate the company's process in distributing goods to all consumers. Sales are also needed as a source of income to earn a profit. The purpose of this study was to determine the effect of distribution channels on sales volume levels at PT Sarana Lancar Karya. Data collection techniques used were observation, interviews, and literature study. The data analysis technique is quantitative with Classical Assumption Test (Normality), Descriptive Statistical Analysis, Simple Linear Regression, Hypothesis Testing (t test), and coefficient of determination. The results of calculations with T-test obtained Tcount value of 44.652 which is greater than $T_{table} = 2.002$. So H_a is accepted and H_o is rejected, which means that there is an influence of distribution channels on sales volume levels at PT Sarana Lancar Karya.

Keywords: Distribution Channels, Distribution Cost, Sales Volume

PENDAHULUAN

Zaman serba modern ini berbagai bidang dapat dimasuki perusahaan atau industri akibat perubahan yang cepat dalam selera, teknologi, dan persaingan. Keberhasilan suatu perusahaan sangat tergantung kepada kemampuan perusahaan untuk menyediakan produknya dipasar sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen. Untuk menghadapi persaingan, maka perusahaan perlu melaksanakan usaha kegiatan pemasaran dengan menggunakan saluran distribusi yang tepat sehingga tujuan dapat dicapai. Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempromosikan suatu produk atau layanan yang mereka punya. Pemasaran ini mencakup pengiklanan, penjualan, dan pengiriman produk ke konsumen atau perusahaan lain.(Priharto:2019)^[1]

Tujuan perusahaan adalah untuk mencari laba yang sebesar – besarnya, dalam hal ini perusahaan merujuk pada faktor pemasaran dalam memasarkan produknya. Dimana dalam kegiatan bisnis pemasaran adalah ujung tombak untuk menjual produk kepada konsumen. Jika konsep pemasaran yang digunakan berhasil maka volume penjualan akan meningkat. Penjualan adalah bagian dari promosi dan promosi adalah salah satu bagian dari keseluruhan sistem pemasaran. Semua kegiatan sudah disusun sesuai dengan tujuan perusahaan. (Thamrin Abdullah dan Francis Tantri:2016, 3)^[2]

Keberadaan oil dan pelumas dalam dunia industri, memegang peranan penting sebagai salah satu elemen yang wajib ada pada setiap proses manufaktur maupun machinery pada umumnya. Dengan demikian, tidak dapat diabaikan betapa pentingnya peranan tersebut demi terjaganya kualitas kerja dari machinery yang dipergunakan dalam proses kerja. PT. Sarana Lancar Karya adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang distributor oli yang dipasarkan ke beberapa wilayah Jawa Tengah. Dalam memasarkan produknya, perusahaan ini menggunakan saluran distribusi konvensional. Saluran distribusi konvensional dilakukan dengan menyalurkan produknya ke pedagang besar kemudian melayani pengecer dan pengecer melayani pembelian konsumen. Saluran distribusi adalah suatu pembagian,

penyaluran, ataupun pengiriman barang pada beberapa pihak ataupun beberapa tempat tertentu.(Ismail:2021)^[3]

Saluran distribusi yang dikeluarkan PT Sarana Lancar Karya untuk periode 2016 – 2019 mengalami kenaikan dan turun pada periode 2020 dan itu juga diikuti dengan naik turunnya volume penjualan. Jika saluran distribusi yang dijalankan perusahaan tepat maka penjualan akan berjalan dengan lancar dan perusahaan akan mendapatkan laba. Berikut tabel saluran distribusi dan volume penjualan yang mengalami kenaikan dan penurunan:

Table 1 Saluran Distribusi dan Tingkat Penjualan

PT. Sarana Lancar Karya Tahun 2016-2020

Tahun	Saluran Distribusi	Tingkat Penjualan
	(Dalam Rupiah)	(Dalam Rupiah)
2016	132,714,000	13,342,058,702
2017	153,300,000	16,737,120,407
2018	166,502,000	17,107,392,033
2019	207,202,000	21,034,448,666
2020	173,202,000	17,752,916,230

Sumber: Data SLK, Juli 2021

Dari hasil data penjualan serta pendistribusian produk di PT. Sarana Lancar Karya menunjukkan data yang fluktuatif karena ketika pendistribusian sangat tinggi belum tentu juga volume penjualan bisa naik pesat oleh karena itu hal ini yang menggerakkan pikiran peneliti untuk turut membahas tentang saluran distribusi dan penjualan .

METODE

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan-an kuantitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan selama 5 bulan, terhitung dari bulan Februari sampai dengan bulan Juni 2021. Lokasi penelitian di PT Sarana Lancar Karya Tegal Jalan Raya Tegalwangi No. 51,

Pagongan Kecamatan Dukuhturi Kabupaten Tegal.

Target/Subjek Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah data penjualan dan data saluran distribusi PT Sarana Lancar Karya. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode Sampling Stratifikasi yaitu populasi dibagi ke dalam kelompok starta dan kemudian mengambil sampel dari tiap kelompok tergantung kriteria yang ditetapkan. Sampel yang diambil adalah data 5 tahun terakhir.

Data, Intrumen, dan Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2014: 145)^[4] yaitu teknik pengumpulan data yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara langsung pada instansi dengan mengumpulkan data yang berkaitan dengan penyusunan tugas akhir ini.

2. Wawancara

Wawancara menurut Suliyanto (2005)^[5] yaitu teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Dalam penelitian ini peneliti melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait dalam penyusunan penelitian tugas akhir ini.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka menurut Sugiyono (2014) merupakan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti. Studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini

Teknik Analisis Data

1. Data Kualitatif

Data kualitatif menurut Suliyanto (2005) yaitu data dalam bentuk kata-kata atau

bukan bentuk angka. Data ini biasanya menjelaskan karakteristik atau sifat.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif menurut Suliyanto (2005) yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan merupakan hasil dari perhitungan dan pengukuran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Saluran Distribusi dan Tingkat Penjualan

Berdasarkan hasil perhitungan presentase pada data saluran distribusi dan tingkat volume penjualan oli evalube pada PT Sarana Lancar Karya diperoleh sebagai berikut :

Tabel 2 Presentase Tingkat Penjualan dan Saluran Distribusi

	Presentase%			
	2017	2018	2019	2020
Saluran Distribusi	15.5	8.6	24.4	-16.4
Tingkat Penjualan	25.4	2.2	22.9	-15.6

Hasil dari presentase tersebut menunjukkan bahwa saluran distribusi dan tingkat penjualan keduanya mengalami kenaikan dari tahun 2017-2019 dan mengalami penurunan pada tahun 2020. Dari hasil tersebut terlihat bahwa antara saluran distribusi dan tingkat penjualan memiliki pengaruh.

2. Pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan PT Sarana Lancar Karya, Tegal.

Berdasarkan hasil olah data spss maka diperoleh penelitian sebagai berikut:

No	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Keterangan
1.	Analisa Regresi Sederhana	$Y = 25,696,886 + 0,22X$	Jika saluran distribusi sebesar 0 satuan maka volume penjualan sebesar 25,696,886.22 satuan dan setiap peningkatan distribusi sebesar 1 satuan menyebabkan

			penjualan sebesar 99.796 satuan
2.	Uji Hipotesis	N = 60 Df = 58 = 2,002 a = 0,05 Thitung = 44.652	Thitung > Ttabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima . Dapat Disimpulkan bahwa terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap tingkat volume penjualan oli evalube pada PT Sarana Lancar Karya
3.	Koefisien Determinasi	R ² = 0,971	Menunjukkan bahwa saluran distribusi dapat menjelaskan volume penjualan sebesar 97,1% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT Sarana Lancar Karya tentang saluran distribusi dan pengaruhnya terhadap tingkat volume penjualan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perhitungan olah data analisis statistik pendistribusian terbesar ada pada bulan maret 2019 sebesar Rp. 21,000,000 dan terendah dibulan juli 2016 sebesar Rp. 8,975,000. Volume Penjualan terendah pada bulan juli 2016 sebesar Rp. 644,000,800 dan terbesar pada bulan maret 2019 sebesar Rp. 2,170,714,066. Untuk pendistribusian dan volume penjualan mengalami kenaikan dari tahun 2017 sampai tahun 2019 dan turun pada tahun 2020.
2. Dari n=60 yang dijadikan data untuk diolah pada program spss, maka diperoleh perhitungan koefisien determinasi diketahui bahwa hasil saluran distribusi mempengaruhi tingkat volume penjualan sebesar 97.1% dan

sisanya 2.9% dipengaruhi faktor lainnya. Berdasarkan pengujian dari hipotesis dilihat bahwa persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 25,696,886.220 + 99.796X$, dengan sig level $0,000 < 0,05$ (nilai alfa) dan thitung = ttabel 44.652 a = 0,05 = 2.002. Level kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa saluran distribusi mempunyai pengaruh terhadap tingkat volume penjualan pada PT. Sarana Lancar Karya.

3. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, tingkat volume penjualan sebagian besar dipengaruhi oleh saluran distribusi, sehingga dapat dikatakan semakin luas saluran distribusi maka akan mempengaruhi tingkat volume penjualan. Dengan semakin luasnya saluran distribusi memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk dan meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan.

Saran

1. Merapatkan bahkan meningkatkan kegiatan distribusi, serta memperluas area wilayah sehingga tingkat penjualan meningkat. PT. Sarana Lancar Karya juga dapat memasukkan produknya ke beberapa bengkel retail. Semua itu dapat dijadikan peluang perusahaan untuk memperkenalkan produknya agar penjualan meningkat.
2. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan (outlate)
3. Membuat usaha promosi yang tepat sasaran juga bisa menguntungkan segala pihak seperti penjual dan pembeli.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tugas Akhir ini kupersembahkan untuk :

1. Alm. Ayah yang selalu mengingatkan ku untuk selalu jadi kebanggaan keluarga di pesan terakhirnya.
2. Mama yang selalu senantiasa ada untuk memberiku support yang tinggi dan doa yang selalu beliau selipkan dalam sujudnya sehingga semuanya bisa berjalan dengan lancar sampai titik ini.
3. Kakak-kakak ku yang selalu memotivasi dan memberikan rasa semangat.

4. Sahabat dan seluruh teman-teman D3 Akuntansi.
5. Segenap Civitas Akademik Politeknik Harapan Bersama Tegal.
6. Dan terima kasih untuk diri ini yang mampu bertahan dan mampu melewati segala jalan sampai titik ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Priharto, S. (2019). Pemasaran. <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-pemasaran-fungsi-dan-jenis-pemasaran-dalam-bisnis/>, diakses 29 Juni 2021.
- [2] Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT Raja Grafindo Persada, (3).
- [3] Ismail, I. (2021). Saluran Distribusi. <https://accurate.id/marketing-manajemen/saluran-distribusi/>, diakses 29 Juni 2021.
- [4] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [5] Suliyanto. (2005). *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.