

**PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PERUSAHAAN  
“BIHUN”  
SUMBEREJO KEDIRI**

**S K R I P S I**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh:**

**FAJAR WAHYUDI**

**00.22.0194**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : FAJAR WAHYUDI  
Nomor Pokok : 00.22.0194  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA  
PERUSAHAAN BIHUN SUMBEREJO KEDIRI

Malang, Agustus 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA:

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Dosen Pembimbing



(Drs. Junianto. TJ, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Drs. Maxion Sumtaxy, MSi)

**PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI  
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PERUSAHAAN "BIHUN"  
SUMBEREJO KEDIRI**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**FAJAR WAHYUDI**

**00.22.0194**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal, 30 Juni 2006

Susunan Dewan Penguji


Ketua Penguji  


(Drs. Junianto Tjahyo, MM)

Sekretaris Penguji

  
(Dra. Chodidjah, MM)

Anggota Penguji

  
(Dra. Eny Yuniriyanti, MM)

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Agustus 2006  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Malang

  
Drs. Maxion Sumtaxy, M.si



PABRIK TAPIOKA & BIHUN  
**PT. " SUMBER REJO "**

JL. PASAR HEWAN 168 TLP ( 0354 ) 326200 . 326600 FAX ( 0354 ) 326229  
KANDANGAN - KEDIRI

SURAT KETERANGAN

No. 11/SR/V/2006

Yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : FENNY HERMAWAN  
Jabatan : Pimpinan P.T. SUMBER REJO  
Kandangan - Kediri.

Menegaskan bahwa mahasiswa dibawah ini :

N a m a : FAJAR WAHYUDI  
Nomor Pokok : 00220194  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

telah melakukan penelitian pada P.T. SUMBER REJO  
Kandangan - Kediri mulai dari bulan April sampai dengan  
tanggal 26 Mei 2006.

Adapun penelitian ini guna mencari data skripsi yang ber-  
judul "Pengaruh Promosi dan Saluran Distribusi Terhadap  
Volume Penjualan Pada Perusahaan P.T. SUMBER REJO Kandangan-  
Kediri.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dan dipergunakan  
sebagaimana mestinya.

Kandangan, 26 Mei 2006.

P.T. SUMBER REJO,



PABRIK TEPUNG TAPIOKA & BIHUN  
**PT. "Sumber Rejo"**

JL. PASAR HEWAN NO. 168

TELP. (0354) 26600, 26800

KANDANGAN - KEDIRI

FENNY HERMAWAN  
Pimpinan.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : FAJAR WAHYUDI

Nomor Pokok : 00.22.0194

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat/Tgl. Lahir : Trenggalek, 29 Mei 1980

Alamat : Dusun Jabung, RT/RW 28/08, Desa Jati  
Kecamatan Karang Trenggalek

Nama Orang Tua (Ayah) : AHMAD  
(Ibu) : Hj. MUDASIH

Riwayat Pendidikan : 1. Tahun 1994 Lulus SDN 1 Karang  
Trenggalek.  
2. Tahun 1997 Lulus SMPN 1 Karang  
Trenggalek.  
3. Tahun 2000 Lulus SMAN 2 Trenggalek  
4. Tahun 2000 Terdaftar Sebagai Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi Program Studi  
Manajemen Universitas Merdeka Malang.

## KATA PENGANTAR

Puji dan sujud syukur penulis panjatkan kehadirat Illahi Robbi Tuhan Yang Maha Esa Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya, salawat serta salam penulis panjatkan kepada junjungan, sang revolusioner sejati Muhammad SAW karena berkat tuntunan beliau penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : PENGARUH PROMOSI DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN PERUSAHAAN “BIHUN” SUMBEREJO KEDIRI.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan saran, masukan dan motivasi hingga terselesainya penulisan skripsi ini kepada yang terhormat :

1. Drs. Junianto. TJ, MM, selaku Dosen Pembimbing, yang dengan penuh kesabaran memotivasi dan membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini
2. Dosen Penguji, yang akan menguji penulis, semoga dapat membantu, dan mengarahkan dalam penyempurnaan skripsi ini.
3. Ayahanda dan Ibunda yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh kesabaran, juga memberi semangat dan dorongan, Ananda berterima kasih tiada tara atas do'a restunya.

Malang, Juni 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN .....	iii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....	iv
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN DAFTAR ISI.....	vi
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	ix
HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....	x
ABSTRAKSI xi	
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	4
D. Kegunaan Penelitian.....	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran .....	5
B. Pengertian Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	6
C. Pengertian Promosi Dan Bauran Promosi ( <i>Promotional Mix</i> ).....	8
1. Pengertian Promosi .....	8
2. Pengertian Bauran Promosi ( <i>Promotional Mix</i> ) .....	11
D. Pentingnya Promosi Dalam Suatu Perusahaan.....	19
E. Pengertian Saluran Distribusi .....	19
1. Fungsi-fungsi Saluran Distribusi .....	20
2. Tipe-tipe Saluran Distribusi .....	23
3. Strategi Distribusi .....	26

4. Lembaga Dalam Saluran Distribusi .....	29
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran Distribusi.....	31
6. Intensitas Distribusi .....	35
F. Volume Penjualan.....	36
G. Pengaruh antara Promosi dan Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan .....	38
H. Hipotesis .....	39
<b>BAB III : METODE PENELITIAN</b>	
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel .....	40
B. Definisi Operasional Variabel.....	41
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	42
D. Lokasi Penelitian.....	42
E. Sumber Data.....	42
F. Teknik Pengumpulan Data .....	43
G. Teknik Analisis Data .....	43
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	46
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	46
2. Lokasi Perusahaan.....	46
3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	47
4. Personalia .....	51
5. Proses Produksi dan Hasil Produksi .....	53
6. Pemasaran dan Penjualan .....	60
7. Keuangan Perusahaan.....	62
8. Tujuan Perusahaan .....	63



B. Analisis Data Penelitian .....	65
1. Deskripsi Data Penelitian .....	65
2. Analisis Data .....	68
C. Implikasi Hasil Penelitian .....	74
<b>BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran-saran .....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Kediri Realisasi Produksi Tahun 2000 - 2005 (dalam kg).....	60
2. Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Kediri Biaya Promosi Tahun 2000 – 2005 .....	66
3. Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Kediri Biaya Saluran Distribusi Tahun 2000 - 2005 .....	67
4. Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Volume Penjualan Tahun 2000-2005 (dalam rupiah) .....	68
5. Hasil Analisis Regresi Berganda .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Struktur Organisasi Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Kediri.....	48
2. Proses Prduksi Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Kediri .....	59
3. Kurva Uji F.....	71
4. Kurva Normal Uji t Variabel Promosi.....	72
5. Kurva Normal Uji t Variabel Saluran Distribusi .....	73

## ABSTRAKSI

Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri dalam melaksanakan aktivitasnya yang berhubungan dengan pelaksanaan promosi dan saluran distribusi dirasakan masih kurang efektif, dimana hal ini dikhawatirkan akan berpengaruh besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. Melihat kondisi yang terjadi di Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri maka penulis mengambil judul: “Pengaruh Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri. Setelah tahu masalah yang dihadapi oleh Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah: apakah promosi dan saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri dan diantara promosi dan saluran distribusi manakah yang berpengaruh dominan terhadap volume penjualan pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah: untuk mengetahui pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap volume penjualan. pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri dan untuk menganalisis variabel diantara promosi dan saluran distribusi yang berpengaruh dominan terhadap volume penjualan. pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri, sehingga hipotesis yang diajukan adalah : diduga promosi dan saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri dan diduga saluran distribusi merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap volume penjualan pada Perusahaan “Bihun Sumber Rejo” Kediri.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa promosi telah teruji yaitu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan pada Perusahaan Bihun “Sumber Rejo” Kediri. Hal tersebut di atas ternyata mengindikasikan bahwa promosi adalah salah satu kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkonsumsi suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah tentang keberadaannya untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong seseorang untuk bertindak (dalam hal ini membeli). Dimana dengan adanya promosi penjualan ini dapat menarik pelanggan baru, mendorong pelanggan membeli lebih banyak, menyerang aktivitas promosi pesaing, meningkatkan pembelian tanpa rencana sebelumnya (*impulse buying*). Langkah yang dilakukan agar kegiatan promosi dapat meningkatkan penjualan yaitu: mampu memilih strategi promosi yang efektif dan efisien dengan memberikan alokasi dana yang memadai, sehingga kegiatan promosi dan berjalan dengan lancar sesuai dengan tujuan yang diharapkan perusahaan.

Selanjutnya berdasarkan hasil analisis data juga diketahui bahwa saluran distribusi telah teruji yaitu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan. Langkah yang dilakukan agar kegiatan saluran distribusi ini adalah dapat dapat mengefektifkan agen-agen penjualan serta jika

memungkinkan mengadakan ekspansi pasar dengan menambah agen di daerah-daerah potensial yang dibidik oleh perusahaan. Selain itu arti penting dari kegiatan saluran distribusi agar konsumen yang telah menjadi pelanggan tetap setia, maka dengan itu stok atau penyediaan barang tidak boleh kehabisan sehingga memungkinkan konsumen berpindah pada merek lain.