

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui penelitian kepustakaan maupun penelitian di lapangan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan saluran distribusi yang dilakukan oleh PT INTI (PERSERO), berdasarkan pengamatan telah melaksanakan kegiatan distribusi sebagaimana mestinya. Pendistribusian upaya meningkatkan penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung dilakukan dengan melalui langkah-langkah menentukan bentuk saluran distribusi/chanel, menentukan lokasi agen dan transportasi untuk pengangkutan barang dari tempat ke tujuan.
2. Saluran distribusi yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan pesawat telepon pada PT.INTI (Persero) adalah cakupan saluran distribusi (X2) dan pemeliharaan persediaan (X5). Sedangkan tipe saluran (X1), transportasi (X3), lokasi (X4), dan penyortiran (X6) berpengaruh secara tidak signifikan.
3. Berdasarkan uji olahan data, diperoleh hasil bahwa dimensi pemeliharaan persediaan dari variabel saluran distribusi memiliki pengaruh paling besar terhadap tingkat penjualan pesawat telepon pada PT.INTI (Persero), yaitu sebesar 0,27. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat jumlah persediaan, kualitas persediaan, dan jumlah sistem persediaan menjadi komponen penting bagi para agen sehingga sangat mempengaruhi tingkat penjualan.

4. Dengan adanya jumlah persediaan yang optimal, maka perusahaan dapat mengantisipasi permintaan secara tiba-tiba dari pelanggan. Jumlah persediaan yang optimal tersebut diperoleh dari pemeliharaan persediaan. Pemeliharaan persediaan dapat menekan biaya produksi, bahan baku, dan transportasi. Dengan pemeliharaan persediaan, maka tingkat kerusakan barang persediaan dapat diminimalisir. Hal ini berarti bahwa tidak diperlukan proses produksi ulang untuk mengganti sejumlah kerusakan yang diakibatkan oleh tidak adanya pemeliharaan terhadap persediaan. Secara tidak langsung, biaya bahan baku sebagai komponen material dalam input suatu produksi pun akan dapat ditekan. Sedangkan biaya transportasi dalam hal ini adalah pada konteks pemindahan bahan baku kepada perusahaan untuk diolah. Sehingga biaya transportasi akan menurun seiring dengan menurunnya permintaan kebutuhan akan bahan baku bagi proses produksi.

Selain itu, pemeliharaan persediaan yang meliputi persediaan tetap, persediaan cadangan, dan persediaan spekulasi, dapat mengantisipasi kenaikan permintaan. Kenaikan permintaan dapat disebabkan oleh faktor kepuasan pelanggan yang menyebabkan permintaan ulang. Ketidakpuasan pelanggan dengan mengembalikan dan menukar produk, serta kebutuhan akan penjualan musiman. Ketika permintaan pelanggan meningkat manakala terjadi pemogokan tenaga kerja, bencana alam, keterlambatan proses produksi, maka pemenuhan permintaan akan dapat tetap terpenuhi. Dengan kata lain, pemeliharaan persediaan sebagai dimensi saluran distribusi sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan pesawat telepon pada PT.INTI (Persero).

## 5.2. Saran-saran

Setelah melakukan seluruh aktivitas penelitian dan mengambil kesimpulan dari penelitian yang penulis lakukan, ada beberapa saran yang ingin penulis sampaikan, yaitu :

1. Usaha yang dilakukan untuk mengantisipasi mengenai besarnya biaya promosi yang tidak sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan yaitu dengan cara menaikkan anggaran promosi dari tahun ke tahun, disesuaikan dengan keadaan atau kondisi pasar.
2. Usaha untuk mengatasi hambatan kurangnya tenaga promosi yang profesional terutama di tingkat internasional yaitu dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan dibidang pemasaran terutama mengenai saluran distribusi dan promosi yang baik yang harus dilakukan sehingga khalayak atau konsumen merasa tertarik untuk membeli produk yang kita buat.
3. Agar penambahan saluran distribusi dan promosi yang mempengaruhi penjualan produk tersebut memberikan kontribusi yang positif dan menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan penjualan, maka perlu langkah-langkah dari saluran distribusi dijalankan secara optimal oleh pihak manajemen PT. INTI (Persero), serta menerima masukan-masukan dari konsumen dengan jalan memanfaatkan sumber daya yang ada. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadakan pertemuan secara berkala dengan anggota saluran distribusi. Sehingga dapat diketahui dengan segera kendala-kendala dalam kegiatan distribusi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha**, 1999, *Saluran Pemasaran*. Edisi Kesatu, Cetakan Ke-enam, Penerbit BPFE, Yogyakarta
- Basu Swastha & Irawan.** , 1990, *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi Kedua, Cetakan Ke-empat, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Bowersox, Donald J., dkk**, 1992, *Seri Pemasaran Dan Promosi : Jalur-jalur Pemasaran*, Alih bahasa Sofyan Cikmat, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Downes, Jones & Jordan Elliot Goodman**, 1994, *Kamus Istilah Keuangan Dan Investasi* , diterjemahkan oleh Soesanto Budhidarmo, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Kotler, Philip**, 1993, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, alih bahasa Drs. Jaka Wasana, MSM, jilid I, edisi keenam, penerbit Erlangga, Jakarta.
- \_\_\_\_\_, 1997, *Manajemen Pemasaran ; Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Revisi, Alihbahasa Hendra Teguh, dkk. PT. Prenhallindo, Jakarta,.
- Lamb, Charles W Jr., Joseph F. Hair Jr, Cral McDaniel**, 2001, *Pemasaran*, Penerjemah : David Octarevia, Salemba Empat, Jakarta
- Poerwadarminta, W.J.S..** , 1989, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cetakan kedua, Balai Pustaka, Jakarta
- Shapiro, Irving J.** 1981, *Dictionary of Marketing Tterms*. Little Adams and Co,
- Singarimbun, Masri & Sofyan Effendi**, 1988, *Metode Penelitian Survai*. LP3ES, Jakarta
- Stanton, William J.**, 1993, *Prinsip Pemasaran*, Disadur oleh Sadu Sundaru, Jilid I, Edisi ke-7, Erlangga, Jakarta.
- Sudjana**, 1989, *Metoda Statistika*. Edisi Lima, Tarsito, Bandung.
- Sutamto, D**, 1987, *Teknik Menjual Barang*, Balai Aksara, Jakarta
- Teguh Budiarto**, 1997, *Pemasaran Internasional*, BPFE, Yogyakarta,

**Woodward, Frank**, 1991, *Manajemen Transpor*, Cetakan Ketiga, Alih bahasa Tim PPM, Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta

**Webster, Frederick E.Jr.Yoram Win**, 1976, *Organizational Buying Behavior*. Prectice Hall of India Private Limited, New Delhi

**Wolsan, Richard M.S. Collin Gilligan.**, 1997, *Strategic Marketing Management; Planning, Implementation and Control*. Second Edition, The Bath Press, Bath





**KUESIONER PENELITIAN**  
**“ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI**  
**TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PESAWAT**  
**TELEPON PADA PT INDUSTRI TELEKOMUNIKASI**  
**INDONESIA (PERSERO)**

---

---

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tesis yang berjudul “ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PESAWAT TELEPON PADA PT INTI (PERSERO)”, dengan ini, saya mengadakan jajak pendapat dalam bentuk kuesioner kepada Bapak/Ibu..

Oleh karena itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu untuk menyampaikan tanggapan melalui kuesioner ini. Tanggapan dan identitas Bapak/Ibu dalam kuesioner ini dijamin hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian tesis ini dan sumbangan pemikiran bagi PT INTI (Persero).

Atas kesediaan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

### Petunjuk Pengisian

1. Pilih salah satu jawaban dari masing-masing nomor, lalu beri tanda (V) pada jawaban yang Bapak/Ibu pilih.
2. Pilihlah jawaban seobjektif mungkin.
3. Isilah semua pertanyaan secara keseluruhan

### KUESIONER PENELITIAN PROFIL RESPONDEN

Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

Usia

- $\leq 40$
- 41-56
- $\geq 57$

Agama

- Islam
- Khatolik
- Protestan
- Hindu
- Budha

Pendidikan Terakhir

- SMA
- Diploma
- Sarjana
- Pasca Sarjana
- Lain-lain

Jabatan

- Pelaksana
- Asisten Manager / FK IV
- Manager / FK III
- Kepala Divisi / FK II
- Lain-lain .....  
(sebutkan)

Masa Kerja

- $\leq 2$  tahun
- 2 tahun – 4 tahun
- 4 tahun – 6 tahun
- 6 tahun – 8 tahun
- lebih dari 8 tahun

## Tingkat Kepentingan Responden Terhadap Strategi Saluran Distribusi Pada PT INTI (Persero)

### A. Tipe Saluran

NO	Pertanyaan	SP	P	C	KP	TP
1.	Tipe Saluran Distribusi (melalui distributor) yang dipilih oleh PT INTI sudah tepat.					
2.	Keberadaan anggota saluran distribusi mempermudah perolehan produk PT INTI					
3.	Keberadaan anggota saluran distribusi membantu PT INTI memenuhi permintaan konsumen					

### B. Cakupan

NO	Pertanyaan	SP	P	C	KP	TP
1.	Perantara yang terdaftar di PT INTI sudah memadai.					
2.	Jumlah armada yang dimiliki PT INTI memadai					

### C. Transportasi

NO	Pertanyaan	SP	P	C	KP	TP
1.	Kondisi sarana transportasi PT INTI memadai					
2.	Kondisi sarana transportasi PT INTI baik					
3.	Sarana transportasi yang dimiliki PT INTI mempermudah pesanan dan pengiriman barang					

### D. Lokasi

NO	Pertanyaan	SP	P	C	KP	TP
1.	Jarak gudang persediaan PT INTI dengan lokasi pembeli memadai.					
2.	Jangka waktu mulai pemesanan sampai dengan pengiriman barang PT INTI tepat waktu					
3.	Kemampuan Untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar memungkinkan.					

### E. Pemeliharaan Persediaan

NO	Pertanyaan	SP	P	C	KP	TP
1.	Tingkat kerusakan barang yang diterima konsumen rendah					
2.	Kualitas produk PT INTI baik					
3.	Sistem persediaan yang diterapkan tepat.					

### F. Penyortiran

NO	Pertanyaan	SP	P	C	KP	TP
1.	Jenis barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2.	Barang yang dikirimkan sesuai dengan standar pesanan					
3.	Barang yang dikirimkan memiliki mutu dan daya tahan tinggi					

**Pendapat Responden Terhadap Strategi Saluran Distribusi Pada  
PT INTI (Persero)**

**A. Tipe Saluran**

NO	Pertanyaan	SS	S	R	KS	STS
1.	Tipe Saluran Distribusi (melalui distributor) yang dipilih oleh PT INTI.					
2.	Keberadaan anggota saluran distribusi mempermudah perolehan produk PT INTI					
3.	Keberadaan anggota saluran distribusi membantu PT INTI memenuhi permintaan konsumen					

**B. Cakupan**

NO	Pertanyaan	SS	S	R	KS	STS
1.	Perantara yang terdaftar di PT INTI sudah memadai.					
2.	Jumlah armada yang dimiliki PT INTI memadai					

**C. Transportasi**

NO	Pertanyaan	SS	S	R	KS	STS
1.	Kondisi sarana transportasi PT INTI memadai					
2.	Kondisi sarana transportasi PT INTI baik					
3.	Sarana transportasi yang dimiliki PT INTI mempermudah pesanan dan pengiriman barang					

**D. Lokasi**

NO	Pertanyaan	SS	S	R	KS	STS
1.	Jarak gudang persediaan PT INTI dengan lokasi pembeli memadai.					
2.	Jangka waktu mulai pemesanan sampai dengan pengiriman barang PT INTI tepat waktu					
3.	Kemampuan Untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar memungkinkan.					

**E. Pemeliharaan Persediaan**

NO	Pertanyaan	SS	S	R	KS	STS
1.	Tingkat kerusakan barang yang diterima konsumen rendah					
2.	Kualitas produk PT INTI baik					
3.	Sistem persediaan yang diterapkan tepat.					

**F. Penyortiran**

NO	Pertanyaan	SS	S	R	KS	STS
1.	Jenis barang yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2.	Barang yang dikirimkan sesuai dengan standar pesanan					
3.	Barang yang dikirimkan memiliki mutu dan daya tahan tinggi					