

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) adalah sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berada di bawah Badan Pengelola Industri Strategis atau BPIS yang bergerak dalam bidang peralatan telekomunikasi. Sejak didirikan pada tahun 1926 sampai sekarang kantor pusat PT INTI berkedudukan di Komplek Laboratorium Pos, Telepon, dan Telegraf (PTT) di daerah Tegalega (sekarang jalan Moh. Toha no.77 Bandung).

Pada awal-awal tahun pendirian tersebut, PT. INTI merupakan Laboratorium Pos, Telepon, dan Telegraf (PTT) serta Laboratorium Radio dan Pusat Perlengkapan Radio yang bernaung di bawah Jawatan Pos, Telepon, dan Telegraf. Berdasarkan PP no. 240 tahun 1961 Jawatan Pos, Telepon dan Telegraf (PTT) diubah status hukumnya menjadi Perusahaan Pos dan Telekomunikasi (PN POSTEL). Dari PN Postel ini, dengan PP No. 300 tahun 1965 didirikan PN Telekomunikasi. Bagian Penelitian dan Bagian

Perlengkapan yang semula terdapat pada PN POSTEL, digabungkan dan berganti nama menjadi Lembaga Administrasi, Bagian Penelitian dan Bagian Industri.

Pada tanggal 25 Mei 1966, PN Telekomunikasi mulai mengadakan kerjasama dengan perusahaan asing yaitu Siemens AG dan pelaksanaannya dibebankan kepada Lembaga Penelitian dan Pengembangan Pos dan Telekomunikasi (LPP Postel). Untuk merealisasikan kerjasama tersebut maka pada tanggal 17 Februari 1968 dibentuk suatu bagian pabrik telepon dalam organisasi LPP Postel dan LPP Postel diubah menjadi Lembaga Penelitian Pengembangan Industri Pos dan Telekomunikasi (LPPI Postel) yang berpangkal pada bagian pabrik telepon kemudian diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Soeharto yang diwakili oleh Menteri Ekuin Sri Sultan Hamengku Buwono IX pada tanggal 22 Juni 1968.

Sejalan dengan perkembangan perusahaan terutama pada bidang penelitian dan bidang industri, pada tahun 1971 dilakukan pemisahan tugas pokok sebagai berikut :

1. Lembaga Penelitian dan Pengembangan Postel yang mempunyai tugas pokok dalam bidang pengujian, penelitian serta pengembangan sarana pos dan telekomunikasi baik dari segi teknologi maupun segi operasional.

2. Lembaga industri, sebagai badan hukum yang berdiri sendiri dengan tugas pokok memproduksi sarana-sarana dan alat-alat telekomunikasi.

Berdasarkan PP RI No. 34 tahun 1974 dan keputusan Menteri Keuangan RI No. Kep 1771/MK/IV/12/1974 tertanggal 28 Desember 1974, Akta Notaris Abdul Latief, Jakarta, No. 322, PT Industri Telekomunikasi Indonesia (Persero) resmi didirikan mulai tanggal 30 Desember 1974 dengan modal sebesar Rp 3.200.000.000,00.

Pada tanggal 19 Oktober 1989 PT INTI (Persero) yang sebelumnya berada dibawah Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi diserahkan kepada Badan Pengelola Industri Strategis (BPIS). Peralihan pengelolaan tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Presiden No. 44 mengenai BPIS.

Dalam menjalankan usahanya PT. INTI mempunyai misi yaitu :

“Menjadi basis atau tulang punggung dari kemampuan nasional untuk memenuhi kebutuhan dalam bidang telekomunikasi dan elektronika profesional, baik piranti keras (hardware) maupun piranti lunak (software) dalam rangka menunjang wawasan nusantara dan ketahanan nasional.”

Adapun tujuan utama yang ingin dicapai PT. INTI, adalah :

1. Peningkatan kemampuan nasional dalam bidang industri telekomunikasi dan elektronika profesional baik piranti lunak maupun piranti keras.

2. Menjadi pusat keunggulan dibidang industri telekomunikasi dan menjadi penunjang utama pengembangan sistem telekomunikasi nasional.
3. Meningkatkan Kemampuan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang atas dasar kekuatan sendiri.
4. Mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri lainnya.
5. Menjadi sumber devisa negara

4.1.1.2. Bidang Usaha Perusahaan

PT INTI (PERSERO) yang bergerak dibidang industri dan perakitan barang-barang elektronika serta pelayanan jasa instalasi telekomunikasi sebagian besar masih mendatangkan komponennya dari luar negeri, baik dalam bentuk CKD (Completely Knocked Down) dimana 100% komponennya diimpor , maupun SKD (Semi Knocked Down) dimana sebagian komponennya diimpor dan sebagian lagi diproduksi sendiri dengan bahan baku berasal/diimpor dari negara yang sama. Untuk melaksanakan kegiatan di atas maka perusahaan bekerja sama dalam bidang teknik dengan beberapa negara, diantaranya :

1. Siemens AG (Jerman)
2. Japan Radio Co. Ltd. (Jepang)
3. Bell Telephone Manufacturing Ltd. (Belgia)

4. Nippon Electronic Corporation (Jepang)

5. VIZ (Amerika Serikat).

Pada saat ini PT INTI (Persero) telah mampu memproduksi dan merakit berbagai macam perangkat dan peralatan serta jasa telekomunikasi.

Adapun jenis-jenis produk dan jasa yang dihasilkan antara lain meliputi :

A. Produk Terminal, terdiri dari :

- a) Desk Top Electronic Telephone (Pesawat Telepon Elektronik).
- b) Multicoins Public Payphone Terminal (Pesawat Telepon Multi Koin).
- c) Public Payphone for International and long distance Direct Dialing (Pesawat Telepon Umum Swalayan).
- d) Private Automatic Branch Exchange (Pesawat Telepon Pribadi).

B. Produk Switching, terdiri dari :

- a) Mobile Radio Telephone (= STKB, yaitu Sambungan Telepon Kendaraan Bergerak)
- b) Compact Earth Station-3 channel (Stasiun Bumi Kecil-3 channel)
- c) Remote Telephone System - TDMA (Sambungan Langsung Jarak Jauh)
- d) STDI (Sentral Telepon Digital Indonesia).

C. Produk Transmisi, terdiri dari :

- a) Multiplex Equipment

- b) Pulse Code Modulation (PCM)
- c) Out Station STKB
- d) SBK - 100
- e) RX, TX, RTTE (Radio Telephone Terminal Equipment)
- f) Transceiver HF / SSB
- g) Transmitter Receiver SSB / ISD.

D. Instalasi, terdiri dari :

- a) STDI Phase III
- b) STDI Phase IV
- c) PCM Phase III.

E. Produk Prefabrikasi, terdiri dari :

- a) Komponen Rak STDI
- b) Komponen MDI
- c) Komponen Mini HVT
- d) Komponen PTUS
- e) Komponen Pespon
- f) Papan Rangkaian Tercetak.

F. Purna Jual / Bidang Jasa, terdiri dari :

- a) Konsultasi
- b) Reparasi

- c) Survei
- d) Service / Maintenance
- e) Instalasi.

4.1.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Perkembangan pertelekomunikasian di Indonesia mengalami banyak perubahan baik dari segi kebijakan bisnis maupun teknologi, yang pada gilirannya membawa pengaruh bagi organisasi perusahaan, untuk mengantisipasi hal tersebut maka PT. INTI secara bertahap melakukan evaluasi atas struktur organisasi yang telah dijalankan, sehingga hampir setiap tahun terdapat restrukturisasi organisasi. Maksud dari restrukturisasi organisasi yang dilakukan PT. INTI adalah untuk mengubah organisasi yang ada agar perusahaan mampu memasuki era kompetisi melalui struktur organisasi yang lebih ramping, fleksibel, dan terkonsentrasi pada fungsi-fungsi yang secara langsung menunjang bisnis perusahaan, dengan demikian dapat tercapai tingkat efisiensi dan efektivitas yang optimal dari segi mutu pelayanan dan produk, peningkatan peraihan laba, serta perluasan usaha.

Struktur organisasi PT. INTI (Persero) yang berlaku saat ini adalah struktur organisasi yang disusun berdasarkan surat Keputusan Direksi

Nomor : KN. 015 / OT 022 / 209020 / 1995 bentuk yang digunakan adalah struktur organisasi fungsional, namun secara bertahap perusahaan mulai mengorientasikan ke bentuk divisional sejalan dengan dibentuknya Strategic Business Unit (SBU). Kekuasaan tertinggi dalam perusahaan terletak pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), karena saham-sahamnya dimiliki oleh negara, berarti kekuasaan tertinggi adalah pada pemerintah dan sebagai pengawas dan penasehat ditunjuk sebuah Dewan Komisaris. Dewan Direksi dipilih dan diangkat oleh pemerintah. Dewan ini terdiri dari Direktur Utama, Direktur Teknologi, Direktur Produksi, Direktur Pemasaran, dan Direktur Administrasi dan Keuangan. Direktur Utama dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh para direktur, selain itu juga dibantu oleh Satuan Pengawasan Intern, yaitu terdiri dari Bidang Pemeriksaan Keuangan, Bidang Operasional, Bidang Pemeriksaan Khusus, serta Bagian Administrasi dan Pengendalian Perusahaan.

Struktur organisasi terdiri dari tiga (3) bagian utama, yaitu : Direksi, Divisi, dan Strategic Business Unit (SBU). Penjelasan dari masing-masing unsur tersebut adalah sebagai berikut :

A. Direksi

1. Direksi adalah suatu dewan yang memimpin seluruh usaha korporasi dan menjalankan misi perusahaan untuk mencapai tujuan

perusahaan, dengan kinerja usaha yang menguntungkan, kepuasan pelanggan yang maksimal, serta tingkat pencapaian kinerja usaha setiap tahap perkembangan.

2. Direksi terdiri dari :
 1. Direktur utama
 2. Direktur pemasaran
 3. Direktur produksi & teknologi
 4. Direktur korporasi
3. Direksi dapat dibantu oleh tenaga fungsional sesuai dengan bidang keahlian yang dibutuhkan. Direksi mempunyai tugas pokok, yaitu :
 1. Menentukan strategi dan kebijakan umum perusahaan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang
 2. Menjalankan perusahaan sesuai dengan wewenang yang ditentukan dalam anggaran dasar dan peraturan perundang-undangan negara atau pemerintah.
 3. Membina dan mengawasi performansi unit kerja.
 4. Mengintegrasikan strategi perusahaan dengan sasaran dan performansi divisi

B. Divisi

A. Pembentukan divisi ditunjukkan untuk mendukung kelancaran kegiatan bisnis SBU dengan menyusun kebijakan-kebijakan strategis sesuai dengan fungsinya yang menjadi acuan pelaksanaan kegiatan operasional pada unit kerja lain.

B. Divisi yang dimaksud terdiri dari :

a. Divisi Internal Audit, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi: Membantu direksi utama dan mengadakan penilaian atas pelaksanaan manajemen dari sistem pengendalian pada setiap unit organisasi serta memberikan saran-saran perbaikannya.

2) Tugas pokok :

a) Menyelenggarakan pemeriksaan operasional dan melaksanakan evaluasi berdasarkan ketentuan atau peraturan yang berlaku atas seluruh kegiatan perusahaan.

b) Menyelenggarakan pemeriksaan keuangan dan melaksanakan evaluasi atas seluruh pengelolaan

keuangan perusahaan berdasarkan pada ketentuan atau peraturan yang berlaku.

c) Memberikan saran atau rekomendasi kepada direktur utama dalam perbaikan sistem pengendalian manajemen, agar program perusahaan setiap tahun dapat mencapai kinerja yang ditetapkan.

b. Divisi SDM dan Organisasi, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

1) Fungsi: merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan serta mengembangkan sumber daya manusia dan organisasi berdasarkan kebijakan strategis perusahaan dan pengelolaan fasilitas sumber daya manusia dan organisasi berdasarkan kebijakan strategis perusahaan dan pengelolaan fasilitas kerumahtanggaan kantor pusat.

2) Tugas pokok :

a) Membuat perencanaan kebutuhan SDM baik pada tingkat divisi korporasi maupun SBU bersama dengan unit yang bersangkutan.

- b) Merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan rekrutmen serta seleksi untuk pemenuhan akan kebutuhan SDM.
- c) Mengevaluasi dan mengembangkan sistem, penempatan karyawan, kompensasi atau penjabaran karir, sistem informasi personalia, dan kesejahteraan serta kesehatan.
- d) Menentukan kebutuhan pendidikan dan pelatihan karyawan serta merancang dan mengendalikan pelaksanaan program diklat untuk memenuhinya.
- e) Melaksanakan kegiatan administrasi dan pelayanan yang berhubungan dengan karyawan.
- f) Administrasi dari pengelolaan informasi kepegawaian, administrasi penggajian, serta pelayanan kesejahteraan dan penyediaan fasilitas.
- g) Memantau dan mengevaluasi organisasi agar adaptif terhadap kondisi dan perkembangan lingkungan usaha serta sesuai dengan arah dan tujuan perusahaan.

- h) Menyelenggarakan kegiatan kerumahtanggaan kantor pusat dan keamanan lingkungan perusahaan.
- c. Divisi Keuangan, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut:
 - 1) Fungsi: merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan pengelolaan keuangan serta sistem akuntansi perusahaan berdasarkan kebijakan strategis perusahaan.
 - 2) Tugas pokok :
 - a) Melaksanakan pencarian sumber dana, penerimaan dana, penempatan dana serta penggunaan dana sesuai dengan kebijakan keuangan yang telah digariskan.
 - b) Melaksanakan kegiatan-kegiatan penganggaran, penyimpanan kekayaan dan keuangan perusahaan, permodalan, perpajakan, serta asuransi.
 - c) Mengkonsolidasikan sistem akuntansi dan pelaporan keuangan perusahaan.
- d. Divisi Litbang, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut:
 - 1) Fungsi merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan penelitian dan

pengembangan produk yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan bisnis berdasarkan kebijakan strategis perusahaan.

2) Tugas pokok :

- a) Melakukan usaha-usaha untuk menjabarkan produk telekomunikasi baik produk sentral, terminal, transmisi maupun produk-produk lainnya secara efisien dan efektif.
 - b) Melakukan analisis dan studi mendalam tentang sistem telekomunikasi dan perkembangannya dalam menentukan peluang bisnis.
 - c) Memimpin pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan dan pembuatan kualifikasi komponen untuk usaha multi sourcing.
 - d) Memberikan bantuan teknis kepada fungsi produksi dalam membuat produk yang dikembangkan.
- e. Divisi Sekretariat Perusahaan, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :
- 1) Fungsi merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan-kegiatan sekretariat perusahaan.

2) Tugas pokok :

- a) Melakukan kegiatan yang berkaitan dengan kesekretariatan seperti hukum, hubungan masyarakat, administrasi perusahaan secara efisien dan efektif.
- b) Melakukan pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan.

f. Unit Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi, yang mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

- 1) Fungsi merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan-kegiatan pembinaan usaha kecil dan koperasi.

2) Tugas pokok :

- a) Melakukan kegiatan yang berkaitan dengan pembinaan seperti penyediaan dana, pelatihan dan promosi usaha.
- b) Melakukan pemberian bantuan kepada unit-unit yang membutuhkan.

C. Dalam menjalankan kegiatan divisi dilengkapi dengan unit organisasi pendukung yang merupakan penjabaran dari fungsi utama yang dipunyai oleh divisi yang bersangkutan , terdiri dari :

1. Bagian dengan jumlah maksimal 5 (lima) bagian
 2. Urusan dengan jumlah maksimal 4 (empat) urusan
- D. Divisi dapat dibantu oleh tenaga fungsional sesuai dengan bidang keahlian yang dibutuhkan.

C. Startegic Business Unit (SBU)

A. Pembentukan SBU ditujukan untuk meningkatkan kontribusi usaha pada perusahaan dalam meraih keuntungan sesuai misi, tujuan, dan anggaran dasar perusahaan.

B. SBU yang dimaksud terdiri dari :

a. SBU FNA, mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut:

a. Fungsi: merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan pengelolaan produksi sentral, aktivitas perusahaan, pendapatan perusahaan, pemasaran produk, dan rekayasa produksi untuk meningkatkan kontribusi usaha pada perusahaan dalam meraih keuntungan sesuai dengan kebijakan strategis perusahaan.

b. Tugas pokok :

- a) Melaksanakan pengadaan, penyimpanan, pengendalian komponen, pengendalian kualitas, pengukuran produktivitas, dan penjualan produk sentral.
 - b) Melaksanakan proses produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
 - c) Melakukan kegiatan operasi penjualan, rekayasa penjualan, dan usaha-usaha promosi untuk memasarkan produk-produk lain yang terintegrasi.
 - d) Melakukan desain dan rekayasa sistem telekomunikasi berdasarkan teknologi yang tersedia untuk ditawarkan kepada pelanggan.
 - e) Melakukan kegiatan pengelolaan persediaan barang jadi untuk lebih meningkatkan fleksibilitas dalam melayani pelanggan.
- b. SBU MCN mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :
- a. Fungsi: merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan pedoman kegiatan perusahaan dan produksi produk-produk transmisi, pengadaan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan dengan fungsi organisasi bisnis pada umumnya untuk meningkatkan kontribusi usaha pada

perusahaan dalam meraih keuntungan sesuai dengan kebijakan strategis perusahaan.

b. Tugas pokok :

- a) Melakukan kegiatan pemasaran melalui kegiatan rekayasa penjualan, operasi penjualan, promosi dan penjualan jasa purna jual serta mencari pasar baru termasuk mengusulkan produk-produk baru yang dapat dipasarkan.
- b) Melakukan kegiatan perencanaan dan pengendalian produksi, rekayasa produksi, dan peningkatan produktivitas.
- c) Melakukan kegiatan produksi dan pengendalian kualitas serta kegiatan purna jual.
- d) Melakukan kegiatan pengelolaan material produksi barang / jasa operasional melalui kegiatan perencanaan dan pengendalian, pengadaan material / fasilitas produksi, serta pengelolaan gudang.

c. SBU Terminal mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut :

- 1) Fungsi: merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan pedoman kegiatan perusahaan dan produksi produk-produk terminal, pengadaan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang berkaitan dengan fungsi organisasi bisnis pada

umumnya untuk meningkatkan kontribusi usaha pada perusahaan dalam meraih keuntungan sesuai dengan kebijakan strategis perusahaan.

2) Tugas pokok :

- a) Melakukan kegiatan pemasaran melalui kegiatan rekayasa penjualan, operasi penjualan, promosi, dan penjualan jasa purna jual serta mencari pasar baru termasuk mengusulkan produk-produk baru yang dapat dipasarkan.
- b) Melakukan kegiatan perencanaan, dan pengendalian produksi, rekayasa produksi, dan peningkatan produktivitas.
- c) Melakukan kegiatan produksi, dan pengendalian kualitas serta kegiatan purna jual.
- d) Melakukan kegiatan pengelolaan material produksi barang / jasa operasional melalui kegiatan perencanaan dan pengendalian, pengadaan material / fasilitas produksi serta pengelolaan gudang.

d. SBU ICSS, mempunyai fungsi dan tugas pokok sebagai berikut:

- a. Fungsi: merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan pemasaran dan produk-produk teknologi baik untuk kebutuhan intern maupun ekstern perusahaan untuk

meningkatkan kontribusi usaha pada perusahaan dalam meraih keuntungan sesuai dengan kebijakan strategi perusahaan.

b. Tugas pokok :

- a) Melakukan kegiatan pemasaran jasa pelayanan teknologi.
- b) Melaksanakan kegiatan instalasi sentral termasuk kegiatan testing commissioning.
- c) Melaksanakan kegiatan asistensi teknik, pemeliharaan, perbaikan, peningkatan dan modifikasi sistem serta pembuatan perangkat lunak.

C. SBU mempunyai otonomi sebagai unit usaha yang mandiri tetapi merupakan bagian dari organisasi sehingga akan tercipta unit usaha yang efisien, efektif, fleksibel dan mempunyai mobilitas yang tinggi.

D. Dalam menjalankan kegiatannya, SBU dilengkapi dengan unit organisasi pendukung yang lengkap, meliputi fungsi pemasaran, produksi barang atau jasa, perlengkapan, keuangan dan SDM sesuai dengan bisnis yang dijalankannya, yang terdiri dari :

1. Bagian dengan jumlah maksimal 7 (tujuh) bagian
2. Urusan dengan jumlah maksimal 4 (empat) urusan.

E. SBU dibantu oleh tenaga fungsional dengan bidang keahlian yang dibutuhkan.

F. Hubungan antar SBU dijalankan suatu pola yang saling menguntungkan dengan memperhatikan kaidah-kaidah usaha.

4.1.2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil angket yang disebarakan oleh penulis kepada responden yang dilakukan oleh penulis, maka data-data mengenai karakteristik dari responden (dalam hal ini adalah konsumen) dapat dilihat sebagai berikut:

1. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin (ditunjukkan pada table 4.1.)

Berdasarkan hasil angket yang disebarakan ke responden dapat dilihat jumlah responden pria sebesar 71,43% atau sebanyak 30 orang dan wanita 28,57% atau sebanyak 12 orang.

Tabel 4.1
Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Uraian	F	%
Pria	30	71.43%
Wanita	12	28.57%
Total	42	100.00%

Sumber: Penelitian lapangan

2. Karakteristik berdasarkan usia responden (ditunjukkan pada table 4.2.)

Berdasarkan hasil angket yang disebarakan ke responden dapat dilihat sebagian besar responden berusia dibawah 41 tahun dengan persentase 50% atau sebanyak 21 orang, usia antara 41-56 tahun dengan persentase 42,86% atau sebanyak 18 orang, sedangkan yang berusia di atas 56 tahun dengan persentase 3% atau sebanyak 3 orang. Banyaknya usia responden yang dibawah 41 tahun, menunjukkan bahwa sebagian besar reponden masih berusia produktif.

Tabel 4.2
Karakteristik berdasarkan usia responden

Uraian	F	%
<41	21	50.00%
41-56	18	42.86%
>56	3	7.14%
Total	42	100.00%

Sumber: Penelitian lapangan

3. Karakteristik berdasarkan pendidikan responden (ditunjukkan pada table 4.3.)

Berdasarkan hasil angket yang disebarakan ke responden dapat dilihat sebagian besar responden berpendidikan sarjana dengan persentase 50% atau sebanyak 21 orang, SMA dengan persentase 2,38% atau sebanyak 1 orang, Diploma dengan presentase 35,71% atau sebanyak 15 orang, Pasca Sarjana dengan persentase 9,52%

atau sebanyak 4 orang, sedangkan pendidikan lain-lain 2,38% atau sebanyak 1 orang. Berdasarkan hal tersebut penulis mengasumsikan bahwa tingkat pendidikan responden yang telah memiliki polis asuransi hampir merata.

Tabel 4.3.
Karakteristik berdasarkan pendidikan responden

Uraian	F	%
SMA	1	2.38%
Diploma	15	35.71%
Sarjana	21	50.00%
Pasca Sarjana	4	9,52
Lain-lain	1	2.38%
Total	42	100.00%

Sumber: Penelitian Lapangan

4. Karakteristik berdasarkan jabatan (ditunjukkan pada tabel 4.4)

Berdasarkan hasil angket yang disebarakan ke responden dapat dilihat sebagian besar responden memiliki jabatan sebagai pelaksana atau staf dengan persentase 2,38% atau sebanyak 1 orang, Lower Management dengan persentase 42,86% atau sebanyak 18 orang, Middle Manajemen dengan presentase 52,38% atau sebanyak 22 orang, Lain-lain dengan persentase 2,38% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Uraian	F	%
Pelaksana / Staf	1	2.38%
Lower Management	18	42.86%
Middle Management	22	52.38%
Top Management	0	0
Lain-lain	1	2.38%
Total	42	100.00%

Sumber: Penelitian Lapangan

5. Karakteristik berdasarkan masa kerja (ditunjukkan pada tabel 4.5.)

Berdasarkan hasil angket yang disebar ke responden dapat dilihat sebagian besar responden memiliki masa kerja 4-6 tahun dengan persentase 47,62% atau sebanyak 20 orang, Sedangkan yang masa kerjanya 2-4 tahun dengan persentase 35,71% atau sebanyak 15 orang, masa kerja 6-8 tahun dengan presentase 11,90% atau sebanyak 5 orang.

Table 4.5.

Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja

Uraian	F	%
< 2 tahun	0	0%
2 – 4 tahun	15	35,71%
4 – 6 tahun	20	47,62%
6 – 8 tahun	5	11,90%
> 8 tahun	2	4,76%
Total	42	100.00%

Sumber: Penelitian Lapangan

4.1.3. Persepsi Anggota Saluran Distribusi Terhadap Saluran Distribusi PT INTI (Persero)

Responden berpendapat bahwa ketepatan tipe saluran yang dipilih itu penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Berdasarkan hal tersebut maka dapat diasumsikan, bahwa anggota saluran distribusi sangat memperhatikan ketepatan tipe saluran distribusi yang dipilih.

Tabel 4.6.
Persepsi Responden Terhadap
Ketepatan Tipe Saluran Distribusi Yang Dipilih

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa keberadaan anggota saluran distribusi merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.7.
Persepsi Responden Terhadap
Keberadaan Anggota Saluran Distribusi Dalam Mempermudah
Distribusi

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa keberadaan Anggota Saluran Distribusi Dalam membantu distribusi merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.8.
Persepsi Responden Terhadap
Keberadaan Anggota Saluran Distribusi Dalam Membantu
Distribusi

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapanga

Responden berpendapat bahwa jumlah perantara Yang terdaftar merupakan masalah yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%)., dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.9.
Persepsi Responden Terhadap
Jumlah Perantara Yang Terdaftar

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa jumlah armada yang dimiliki PT INTI merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%)., dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.10.

Persepsi Responden Terhadap Jumlah Armada Yang Dimiliki

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat memadainya sarana transportasi merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.11.
Persepsi Responden Terhadap Memadainya Sarana Transportasi

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa kondisi sarana transportasi merupakan hal yang penting. Hal ini dibuktikan dengan adanya jawaban sangat penting (69,00%) dan penting (31,00%).

Tabel 4.12.
Persepsi Responden Terhadap
Baiknya Sarana Transportasi

Uraian	F	%
Sangat penting	29	69.00
Penting	13	31.00
Cukup	0	0.00
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat manfaat sarana transportasi merupakan hal yang penting. Hal ini dibuktikan dengan jawaban sangat penting (69,31%) dan penting (69,31%).

Tabel 4.13.
Persepsi Responden Terhadap
Manfaat Sarana Transportasi

Uraian	F	%
Sangat penting	29	69.00
Penting	13	31.00
Cukup	0	0.00
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa jarak gudang ke lokasi pembeli merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dibuktikan dengan jawaban dari responden yang menyatakan sangat penting (69%), penting (31%).

Tabel 4.14.
Persepsi Responden Terhadap
Jarak Gudang Dengan Lokasi Pembeli

Uraian	F	%
Sangat penting	29	69.00
Penting	13	31.00
Cukup	0	0.00
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa jangka waktu pemesanan merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38%).

Tabel 4.15.
Persepsi Responden Terhadap
Jangka Waktu Pemesanan

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa kemampuan untuk memenuhi permintaan dalam jumlah besar merupakan hal yang penting. Hal ini dapat

dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.16.
Persepsi Responden Terhadap
Kemampuan untuk Memenuhi Permintaan Dalam Jumlah Besar

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa rendahnya tingkat kerusakan barang merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).



Tabel 4.17.
Persepsi Responden Terhadap
Rendahnya Tingkat Kerusakan Barang

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa kualitas barang merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.18.
Persepsi Responden Terhadap
Kualitas Barang PT INTI

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa ketepatan penerapan sistem persediaan merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dibuktikan dengan jawaban sangat penting (66,70%), dan penting (33,33%).

Tabel 4.19.
Persepsi Responden Terhadap
Ketepatan Penerapan Sistem Persediaan

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.70
Penting	14	33,3
Cukup	0	0.00
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa kesesuaian barang yang dijual dengan kebutuhan konsumen merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38.%).

Tabel 4.20.
Persepsi Responden Terhadap
Kesesuaian Barang Yang Dijual Dengan Kebutuhan Konsumen

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa kesesuaian barang yang dikirim dengan standar merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (33,33%).

Tabel 4.21.
Persepsi Responden Terhadap

Kesuaian Barang Yang dikirim Dengan Standar

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	14	33,33
Cukup	0	0.00
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

Responden berpendapat bahwa mutu dan daya tahan barang merupakan hal yang penting. Hal ini dapat dilihat dari jawaban yang diberikan yaitu sangat penting (66,67%), penting (30,95%), dan cukup (2,38%).

Tabel 4.22.
Persepsi Responden Terhadap
Mutu Dan Daya Tahan Barang

Uraian	F	%
Sangat penting	28	66.67
Penting	13	30,95
Cukup	1	2.38
Tidak Penting	0	0.00
Sangat Tidak Penting	0	0.00
	42	100.00

Sumber : Penelitian Lapangan

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pelaksanaan Saluran Distribusi Pada PT INTI (Persero)

Salah satu peran yang sangat penting dalam menjaga stabilitas operasi perusahaan adalah keberhasilan saluran distribusi produk. Penggunaan saluran distribusi oleh PT. INTI (Persero) Bandung tentunya tidak lain bertujuan untuk:

1. Meningkatkan hasil penjualan

Dengan tercapainya pasar yang lebih luas akan berdampak positif terhadap peningkatan hasil penjualan produk. Berkat adanya jasa perantara dalam saluran distribusi dan promosi membuat konsumen diluar daerah tidak lagi harus menghubungi produsen manakala mereka membutuhkan suatu produk. Ini berarti usaha PT. INTI (Persero) Bandung dalam menjangkau konsumen dapat terwujud, penyebaran produk di pasaranpun akan semakin meluas. Dengan demikian maka hasil penjualan produk Pesawat Telepon akan meningkat.

2. Meningkatkan efisiensi distribusi

PT. INTI (Persero) Bandung selaku produsen tidak lagi harus memikirkan bagaimana cara yang harus ditempuh agar produk-produk yang dihasilkan mengalir kepada konsumen dengan lancar. Penyebaran tugas memasarkan produk kepada perantara membuat mereka tidak perlu lagi menimbun produk digudang. Penggunaan saluran distribusi dan promosi akan membuat efisien penyaluran produk Pesawat Telepon PT. INTI

(Persero) meningkat karena mereka cukup menyalurkan produknya kepada para perantara. Selebihnya perantaralah yang berperan dalam menyalurkan produk kepada konsumen.

3. *Menghadapi persaingan*

Persaingan dengan perusahaan – perusahaan pembuat produk Pesawat Telepon lainnya yang pada saat ini dirasa semakin tajam apalagi dengan adanya perusahaan pembuat produk Pesawat Telepon, menjadikan PT. INTI (Persero) perlu menggunakan saluran distribusi dan promosi. Hal ini dirasakan sebagai suatu keharusan karena andaikan mereka hanya mengandalkan usaha pemasaran yang dilakukan sendiri, maka kemungkinan hasil pemasaran produk pesawat telepon mereka akan tertinggal jauh dari perusahaan-perusahaan sejenis.

4. *Mendapatkan informasi*

Informasi dari pihak luar perusahaan sangat membantu sekali dalam keberhasilan usaha pemasaran produk. Perkembangan produk pesawat telepon, keinginan konsumen, kondisi pasar dan keadaan perusahaan lain yang menghasilkan produk sejenis adalah merupakan contoh informasi yang sangat berguna yang dapat diambil. Untuk membantu mendapatkan semua informasi tersebut, keberadaan perantara

pemasaran sebagai jembatan penghubung perusahaan dengan pihak luar memang sangat diperlukan oleh PT. INTI (Persero) Bandung.

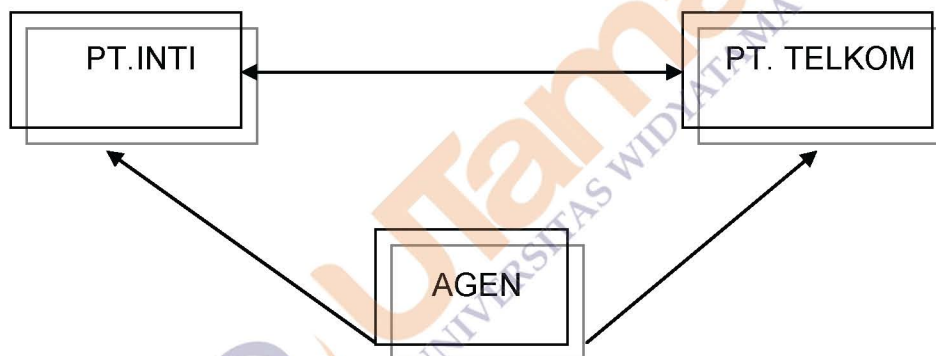
Saluran distribusi merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan oleh suatu perusahaan dalam upaya meningkatkan penjualan. Saluran distribusi dilakukan oleh bagian pemasaran yang didukung oleh bagian lain. Karena betapapun berkualitasnya suatu produk bila konsumen susah untuk mendapatkan barang tersebut maka mereka tidak akan pernah membelinya. Untuk menyampaikan produk tersebut ke konsumen digunakan saluran distribusi dan promosi.

Demikian pula halnya pada PT. INTI (Persero) Bandung, berdasarkan pengamatan telah melaksanakan kegiatan distribusi sebagaimana mestinya. Ini dapat di lihat dari perbandingan jumlah konsumen potensial sebelum dilaksanakannya saluran distribusi dan promosi jumlah konsumen potensial PT. INTI (Persero) hanya satu yaitu PT. TELKOM, karena pada saat itu penjualan produk PT. INTI (Persero) bersifat monopoli, maksudnya semua produk PT. INTI (Persero) sudah pasti dibeli oleh PT. Telkom. Sejak tahun 1994.

Perusahaan yang memproduksi barang sejenis sudah banyak, sehingga terjadi persaingan dan saat itu PT. INTI (Persero) bukan merupakan perusahaan monopoli lagi, sehingga diperlukan penambahan saluran distribusi.

4.2.1.1. Tipe Saluran Distribusi

Tipe atau bentuk saluran distribusi yang digunakan

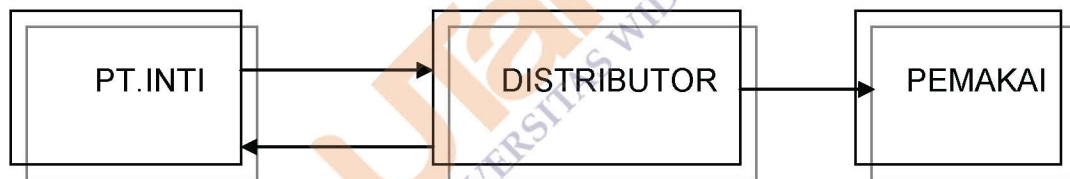


Keterangan :

1. Agen, mencari konsumen atau pasar yaitu PT. Telkom
2. Agen menghubungi PT. INTI (Persero) untuk mendapatkan produk, dan mendapat diskon sebesar 4% dari PT. INTI (Persero)

3. Pembuatan kontrak pengadaan dan penjualan produk antara PT. INTI dengan PT. Telkom, dalam hal ini agen mendapat diskon sebesar 4% dari PT. INTI (Persero)
4. Tipe saluran ini digunakan untuk penjualan produk-produk perangkat telekomunikasi seperti pembuatan menara (base station) yang konsumennya adalah operator telekomunikasi dalam hal ini PT Telkom.

PENJUALAN MELALUI DISTRIBUTOR

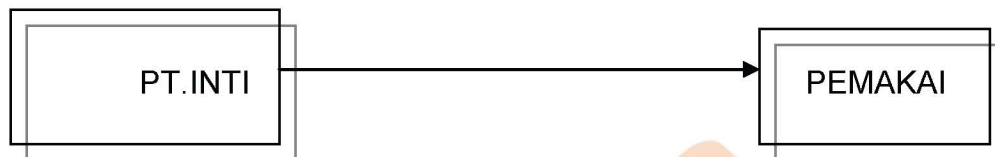


Keterangan :

1. Distributor, mencari konsumen atau pasar yaitu pemakai
2. Distributor menghubungi PT. INTI untuk mendapatkan produk
3. Pembuatan kontrak pengadaan dan penjualan produk antara PT. INTI dengan distributor, dalam hal ini distributor mendapatkan diskon sebesar 5% dari PT. INTI (Persero)

4. Tipe saluran ini biasanya digunakan untuk penjualan produk yang berorientasi pada konsumen akhir seperti pesawat telepon, *handphone*, *decoder*, *home net tv*, *id caller* .

PENJUALAN LANGSUNG KEPADA PEMAKAI



Keterangan :

PT. INTI (Persero) langsung mencari pembeli atau pemakai dari produk yang diproduksi dan langsung melayani pembeli, baik bagi perorangan, wartel, kopegtel dan sebagainya. Tipe saluran ini biasanya digunakan untuk penjualan produk yang berteknologi tinggi dengan jangka waktu pengadaannya lama. Oleh karena produk ini nilainya mahal, perjanjian kontrak harus langsung dengan konsumen operator. Produk tersebut antara lain STDI (Sentral Telepon Digital Indonesia), Switching, STDI Kecil dan lain sebagainya.

4.2.1.2. Cakupan Saluran Distribusi

Perusahaan harus memutuskan jumlah perantara yang digunakan pada setiap tingkat saluran pemasaran. PT INTI (Persero) menerapkan suatu sistem distribusi selektif dengan memilih dan menseleksi sejumlah dealer peralatan telekomunikasi untuk konsumen akhir (seperti handphone, decoder) dalam wilayah Bandung, Jakarta dan Surabaya untuk menjual produk-produk PT INTI (Persero).

Alasan PT INTI (Persero) menerapkan distribusi selektif adalah untuk memilih jumlah pedagang besar atau pengecer yang terbatas dalam wilayah geografis tertentu. Hal ini dianggap lebih baik karena akan meniadakan penyalur-penyalur yang tidak menguntungkan.

4.2.1.3. Pemeliharaan Sarana Transportasi

Adanya sarana transportasi bertujuan untuk mendukung distribusi fisik yaitu mengangkut dan memindahkan barang ke tujuan yang diinginkan konsumen. Hal ini disebabkan lokasi produksi suatu produk jarang sekali sama dengan lokasi konsumsi.

Perusahaan senantiasa memperhatikan transportasi dan pemeliharaan sarana transportasi yang digunakan untuk menyalurkan produknya ke pelanggan, karena pilihan sarana transportasi akan mempengaruhi penetapan harga produk, ketepatan waktu pengiriman dan mutu produk pada saat diterima pelanggan.

Dalam pengiriman produk ke pelanggan, perusahaan memilih diantara empat jenis sarana transportasi yaitu kereta api, truk, angkutan udara, angkutan air. Kriteria-kriteria yang digunakan dalam pemilihan sarana transportasi adalah kecepatan waktu pengiriman, frekuensi pengiriman, kehandalan dalam pengiriman, kemampuan pengiriman, ketersediaan dana transportasi dan biaya transportasi.

Perusahaan kadang-kadang memutuskan untuk mengirimkan produk ke pelanggan dengan menggunakan sarana transportasi yang dimiliki perusahaan atau menggunakan jasa perusahaan ekspedisi. Pilihan ini tergantung pada situasi dan kondisi.

4.2.1.4. Lokasi Saluran Distribusi

Dalam menuju pasar tertentu. Pemilihan lokasi ini harus ditentukan dengan tepat, yaitu pada tempat-tempat dimana jumlah pembeli potensial dapat diharapkan. Dengan penentuan lokasi yang tepat diharapkan penjualan meningkat.

Seorang produsen dapat memilih pedagang besar atau eceran dalam memasarkan produknya. Produsen lain bisa saja menggunakan kombinasi jasa agen perusahaan dan gudang umum. Agen-agen diharapkan dapat mencari order dan mempromosikan secara giat, sedangkan produk-produk yang dipasarkan secara fisik didistribusikan dari gudang-gudang umum..

Namun demikian, jarang sekali saluran distribusi dipilih khusus atas dasar pertimbangan distribusi fisik. Sebaliknya logistik hanyalah salah satu dari pelbagai faktor lain yang perlu diperhatikan.

Adapun lokasi saluran distribusi PT INTI adalah sebagai berikut :

1. Bandung, khususnya untuk menangani saluran distribusi di Jawa Barat dan Kantor Pusat PT telkom Tbk.
2. Jakarta, khusus untuk menangani saluran distribusi wilayah Indonesia Barat. Dan Tengah
3. Surabaya, khusus untuk menangani saluran distribusi wilayah Indonesia Timur.

4.2.1.5. Pemeliharaan Persediaan

Persediaan yang dibutuhkan harus tetap tersedia sampai barang-barang ini diminta. Barang-barang yang dihasilkan secara terus-menerus tetapi dibutuhkan juga harus disimpan sampai muncul permintaan.

Perusahaan memerlukan pemeliharaan persediaan didasarkan pada dua alasan berikut :

1. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan

Sistem produksi perusahaan pada umumnya tidak dapat dirancang untuk mengantisipasi permintaan mendadak dari pelanggan. Dengan memelihara persediaan maka kebutuhan mendadak dari pelanggan akan terpenuhi oleh perusahaan.

2. Mengurangi biaya

Meskipun pemeliharaan persediaan memerlukan biaya, tetapi secara tidak langsung dapat mengurangi biaya operasi dan kegiatan lain seperti biaya produksi, biaya pembelian bahan baku dan biaya transportasi. Selain itu dengan pemeliharaan persediaan dapat mengantisipasi hal-hal yang tak terduga seperti pemogokan tenaga kerja, bencana alam, kenaikan permintaan dan keterlambatan dalam proses produksi.

Pada PT INTI (Persero), persediaan dapat dikelompokkan menjadi tiga jenis yaitu :

1. Persediaan Tetap

Apabila pelanggan merasa puas dengan produk perusahaan, maka mereka akan memesan kembali kepada perusahaan. Untuk mengantisipasi pembelian ulang pelanggan, perusahaan perlu memelihara persediaan yang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Persediaan Cadangan

Untuk mengantisipasi pengembalian produk oleh pelanggan akibat ketidaksesuaian suatu produk dengan keinginan pelanggan, perusahaan memerlukan persediaan cadangan untuk penggantian produk tersebut.

3. Persediaan Spekulasi

Dalam mengantisipasi penjualan musiman oleh pelanggan maka diperlukan sejumlah persediaan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Pengadaan persediaan tersebut menjadi tanggung jawab bagian logistik perusahaan.

4.2.1.6. Penyortiran

Fungsi lainnya dalam saluran distribusi adalah menyortir. Tujuan PT INTI (Persero) menyortir adalah mengatasi perbedaan kuantitas dan keragaman produk dengan cara keragaman:

Keragaman : Mengkombinasikan produk ke dalam kumpulan atau keragaman yang diinginkan pembeli tersedia di satu tempat.

Penyortiran dilakukan dengan memilah produk berdasarkan kegunaan dan teknologi, yaitu:

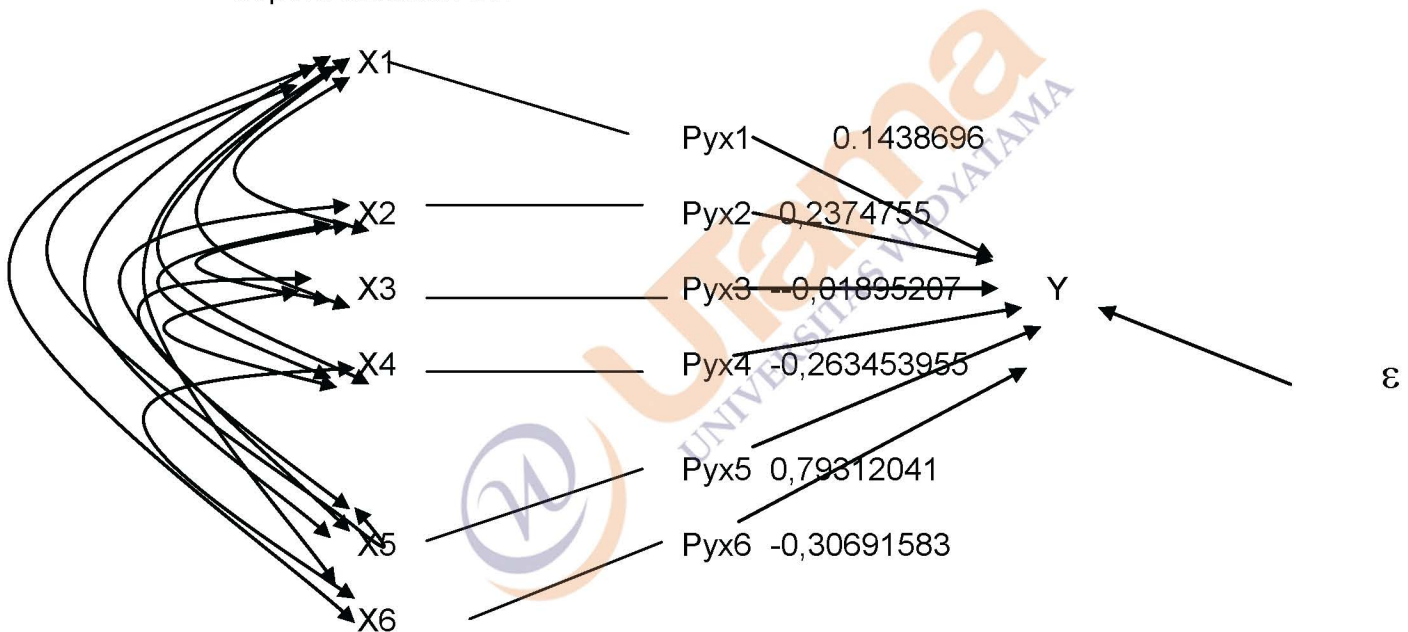
1. Produk-produk terminal, seperti telepon, handphone, decoder, wartel, kiostel, telepon umum dan lain sebagainya.
2. Produk-produk transmisi, seperti DMR (Digatl Microwave Radio), PCM (Pulse Code Modulation), Radio, Tower, dan lain sebagainya.
3. Produk-produk Sentral, seperti STDI (Sentral Telepon Digital Indonesia), STDIK (Sentral Telepon Digital Indonesia Kecil), Switching, dan lain sebagainya.

Terlepas dari itu semua, dalam analisis regresi berganda perlu diingat bahwa setiap variabel X harus bersifat independent satu sama lain. Kolinieritas antar peubah X dapat menggoyahkan kemantapan keterandalan persamaan regresinya. Kita perhatikan nilai korelasi R antar variabel dalam matrik berikut ini:

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1	1	<u>0.169</u>	0.676	0.884	0.733	0.669	<u>0.03</u>
X2	0.169	1	0.236	0.065	0.386	0.438	0.104
X3	0.676	0.236	1	0.651	0.646	0.631	<u>-0.011</u>
X4	0.884	0.065	0.651	1	0.708	0.59	<u>0.015</u>
X5	0.733	0.386	0.646	0.708	1	0.877	<u>-0.15</u>
X6	0.669	0.646	0.708	0.59	0.877	1	<u>-0.042</u>
Y	0.03	0.104	-0.011	0.015	-0.15	-0.042	1

Dalam matrik R tampak dari 49 nilai koefisien korelasi r antar 5 peubah X terdapat 25 yang nyata atau sekitar 51%. ($r > 0.3$). Angka ini cukup kuat untuk mendukung adanya dugaan adanya kolinieritas. Salah satu cara untuk memisahkan pengaruh kolinieritas tersebut adalah dengan *Path Analysis*.

Analisis jalur bertujuan menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat. Untuk melakukan path analysis disarankan untuk membuat diagram structural hubungan kausal antara variabel penyebab dengan variabel akibat. Dalam penelitian ini proposisi hipotetik yang diajukan dapat diterjemahkan kedalam diagram alur seperti dibawah ini:



Gambar 4.1 Diagram jalur (path diagram) Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Tingkat Penjualan

Gambar diatas menjelaskan hubungan struktural antara variabel endogen, yaitu Y dengan variabel eksogen ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6$). Persamaan structural untuk diagram jalur diatas adalah :

$$Y = \rho_{yx1} + \rho_{yx2} + \rho_{yx3} + \rho_{yx4} + \rho_{yx5} + \rho_{yx6} + \varepsilon$$

Matrik korelasi antar variabel endogenus dengan variabel eksogenus:

	X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	1	<u>0.169</u>	0.676	<u>0.884</u>	<u>0.733</u>	<u>0.669</u>
X2	0.169	1	0.236	0.065	0.386	0.438
X3	0.676	0.236	1	<u>0.651</u>	<u>0.646</u>	<u>0.631</u>
X4	0.884	0.065	0.651	1	<u>0.708</u>	<u>0.59</u>
X5	0.733	0.386	0.646	0.708	1	<u>0.877</u>
X6	0.669	0.438	0.631	0.59	0.877	1

Berdasarkan matriks korelasi tersebut maka dapat dibuat matriks inversnya sebagai berikut :

	X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	5.535236822	-0.12546139	-0.5006193	-3.9692073	-0.02911749	-0.964862228
X2	-0.12546139	1.376103402	-0.0986379	0.67627484	-0.45032936	-0.460622398
X3	-0.50061928	-0.09863792	2.1288928	-0.5364599	-0.09317347	-0.566989192
X4	-3.96920731	0.676274836	-0.5364599	5.46539975	-1.78663402	1.039989667
X5	-0.02911749	-0.45032936	-0.0931735	-1.786634	5.865662411	-3.814555547
X6	-0.96486223	-0.4606224	-0.5669892	1.03998967	-3.81455555	4.936786932

Dengan perhitungan secara statistik diperoleh koefisien jalur dari masing-masing variabel dengan cara mengalikan matrik invers korelasi masing-masing variabel eksogenus terhadap variabel endogenus, maka diperoleh koefisien jalur:

$$\rho_{yx1} = 0,14386$$

$$\rho_{yx2} = 0,23747$$

$$\rho_{yx3} = -0,018952$$

$$\rho_{yx4} = 0,26345$$

$$\rho_{yx5} = -0,79312$$

$$\rho_{yx6} = -0,30691$$

Nilai determinasi $R = 0,870098$

$$\rho_{y\epsilon} = 0.36041973$$

Pengujian Model

1. Uji keseluruhan

$$H_0 : \rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} = \rho_{yx4} = \rho_{yx5} = \rho_{yx6} = 0$$

H1 : setidaknya ada satu variabel yang tidak sama dengan nol

Statistik uji :

$$F_{\text{(hitung)}} = 130,6127 \qquad F_{\text{TABEL (6,39) 0.05}} = 19,47$$

Karena nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{TABEL}}$ maka tolak H_0 , ini berarti model signifikan.

2. Pengujian Parsial

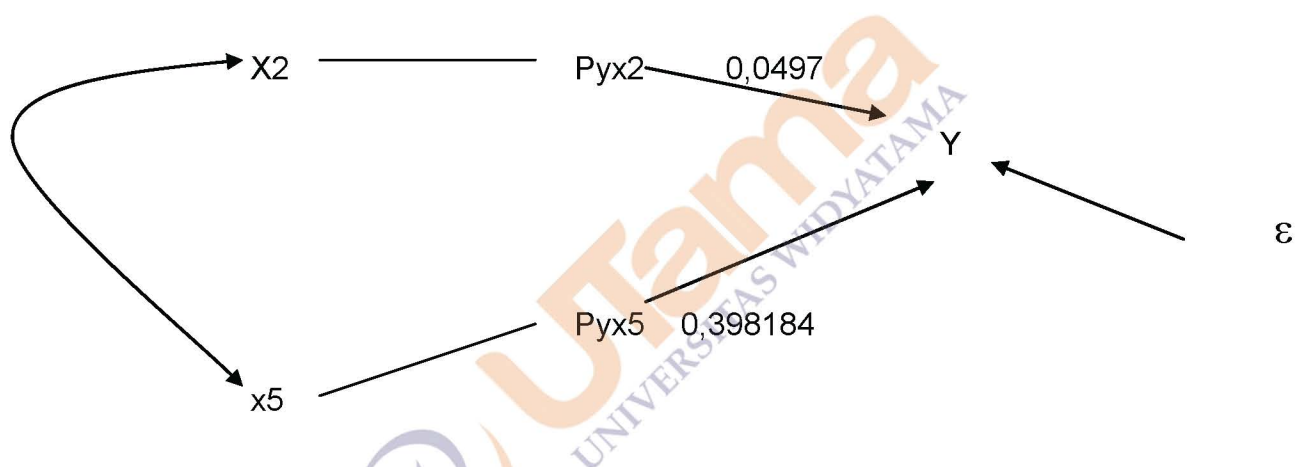
$$H_0 : \rho_{yxj} = 0$$

$$H_1 : \rho_{yxj} \neq 0 \quad (j = 1, 2, 3, 4)$$

Tabel 4.24.
Perbandingan t hitung Dengan t tabel

	T hitung	T tabel	Keputusan
X₁	1,059558	2.02	Terima Ho
X₂	3,507658	2.02	Tolak Ho
X₃	-0,225063	2.02	Terima Ho
X₄	1,952619	2.02	Terima Ho
X₅	-9,827996	2,02	Tolak Ho
X₆	1,128233	2,02	Terima Ho

Dari hasil pengujian koefisien jalur diperoleh keterangan obyektif, bahwa koefisien jalur dari X_2 dan X_5 ke Y secara statistik adalah bermakna (nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$), sedangkan koefisien jalur dari X_1, X_3, X_4, X_6 ke Y tidak bermakna. Oleh karena itu cukup indikasi untuk mengeluarkan variabel X_1, X_3, X_4, X_6 dari model (Theory Trimming). Atas dasar proposisi yang telah diperbaiki ini diagram jalur menjadi:



Gambar 4.2 Diagram jalur (path diagram) Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Tingkat Penjualan Yang Telah Diperbaiki

Dari diagram struktural diatas diperoleh persamaan:

$$Y = \rho_{yx2} + \rho_{yx5} + \epsilon$$

Dengan hilangnya empat buah variabel eksogen dari diagram jalur, maka besarnya koefisien jalur akan berubah. Perhitungannya harus diulang :

Matrik korelasi antar variabel endogenus dengan variabel eksogenus:

	X2	X5	Y
X2	1	0.386	0.104
X5	0.386	1	<u>-0.15</u>
Y	0.104	-0.15	1

Matrik korelasi antar variabel variabel eksogenus:

	X2	X5
X2	1	0.386
X5	0.386	1

Berdasarkan matriks korelasi tersebut maka dapat dibuat matriks inversnya sebagai berikut:

	X2	X5
X2	1.175082608	-0.45358189
X5	-0.45358189	1.175082608

Dengan perhitungan secara statistik diperoleh koefisien jalur dari masing-masing variabel dengan cara mengalikan matrik invers korelasi masing-masing variabel eksogenus terhadap variabel endogenus, maka diperoleh koefisien jalur:

$$\rho_{yx2} = 0,0497$$

$$\rho_{yx5} = 0,398184$$

Nilai determinasi $R = 0,16102$

$$\rho_{ye} = 0.91044$$



4.2.3. Unsur-unsur Saluran Distribusi Yang Memiliki Pengaruh Paling Dominan Terhadap Tingkat Penjualan PT INTI (PERSERO)

Berdasarkan langkah-langkah perhitungan di atas bahwa cakupan saluran distribusi (X2) dan pemeliharaan persediaan (X5) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan baik secara simultan maupun secara individual. Adapun besarnya pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung yang ditimbulkan dari cakupan saluran distribusi, dan pemeliharaan persediaan sebagai variabel eksogenus terhadap tingkat penjualan sebagai variabel endogenus adalah sebagai berikut:

Pengaruh Cakupan Saluran Distribusi (X2) terhadap tingkat penjualan.

- Pengaruh langsung

$$= \rho_{yx2} \times \rho_{yx2}$$

$$= 0,0497 \times 0,0497$$

$$= 0,00247$$

- Pengaruh tidak langsung, yang melalui hubungan korelatif dengan pemeliharaan persediaan (X5) :

$$= \rho_{yx2} \times r_{x2x5} \times \rho_{yx5}$$

$$= -,0497 \times 0,386 \times 0,398184$$

$$= 0,007638$$

- Pengaruh total cakupan saluran distribusi (X2) terhadap tingkat penjualan

(Y) :

$$= 0,00247 + 0,007638$$

$$= 0,01$$

Cakupan saluran distribusi yang meliputi tingkat kelengkapan saluran distribusi dan tingkat banyaknya jumlah perantara berpengaruh sebesar 0,01 terhadap tingkat penjualan. Dapat diketahui pula bahwa pengaruh cakupan saluran distribusi secara langsung pada tingkat penjualan lebih kecil, yaitu sebesar 0,00247 dibanding pengaruh secara tidak langsung yang dapat diketahui melalui korelasi dengan pemeliharaan persediaan terhadap tingkat penjualan, yaitu sebesar 0,007638.

Pengaruh Pemeliharaan Persediaan (X5) terhadap tingkat penjualan.

- Pengaruh langsung

$$= \rho_{yx5} \times \rho_{yx5}$$

$$= 0,398184 \times 0,398184$$

$$= 0,158550$$

- Pengaruh tidak langsung, yang melalui hubungan korelatif dengan cakupan saluran distribusi (X2):

$$\begin{aligned} &= \rho_{yx5} \times r_{x2x5} \times \rho_{yx2} \\ &= 0,398184 \times 0,386 \times 0,0497 \\ &= 0,007638 \end{aligned}$$

- Pengaruh total pemeliharaan persediaan (X5) terhadap tingkat penjualan (Y):

$$\begin{aligned} &= 0,158550 + 0,007638 \\ &= 0,17 \end{aligned}$$

Pemeliharaan persediaan yang dapat diketahui melalui tingkat jumlah persediaan, tingkat kualitas persediaan, dan tingkat jumlah sistem persediaan berpengaruh sebesar 0,17 terhadap tingkat penjualan. Dengan pengaruh langsung pemeliharaan persediaan (0,158550) terhadap tingkat penjualan lebih besar dibanding dengan pengaruh tidak langsung dengan melihat korelasi cakupan saluran distribusi (0,007638) terhadap tingkat penjualan tersebut.

Pengaruh gabungan cakupan saluran distribusi (X2), dan pemeliharaan persediaan (X5) terhadap tingkat penjualan (Y):

$$= 0,1 + 0,17$$

$$= 0,27$$

Tingkat penjualan dipengaruhi oleh cakupan saluran distribusi dan pemeliharaan persediaan, baik secara langsung maupun secara tidak langsung sebesar 0,27.

Pengaruh pemeliharaan persediaan terhadap tingkat penjualan (0,17) lebih besar dibanding dengan pengaruh cakupan saluran distribusi (0,1) terhadap tingkat penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat jumlah persediaan, tingkat kualitas persediaan, dan tingkat jumlah sistem persediaan menjadi komponen penting bagi para agen sehingga berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat penjualan.

4.2.4. Faktor-faktor Penghambat Pelaksanaan Saluran Distribusi Dalam Upaya Mencapai Tingkat Penjualan pada PT. INTI (Persero) Bandung

Setiap pelaksanaan kegiatan pekerjaan adalah untuk mencapai tujuan, baik itu di dalam organisasi pemerintahan maupun swasta. Dalam proses kegiatan tersebut tidaklah terlepas dari adanya hambatan-hambatan. Begitu pula pada PT. INTI (Persero) Bandung, tidak sedikit hambatan yang ditemui dalam melaksanakan kegiatan saluran distribusi dan promosi ini, Hambatan yang terjadi biasanya dalam hal :

1. Besarnya biaya promosi yang tidak sesuai dengan anggarannya, yang mana hal ini harus mendapat persetujuan dari manajemen.
2. Tenaga yang profesional di bidang saluran distribusi dan promosi di tingkat Internasional masih kurang sehingga menghambat kelancaran kegiatan saluran distribusi dan promosi.
3. Kurangnya koordinasi antar personal di bagian pemasaran sehingga kegiatan distribusi dan promosi kurang berjalan dengan lancar.

Beberapa faktor penghambat dalam pelaksanaan saluran distribusi dan promosi seperti yang penulis kemukakan pada uraian diatas, merupakan masalah dalam pelaksanaan distribusi dan promosi pada PT. INTI (Persero) Bandung. Oleh karena itu faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam pelaksanaannya perlu dicari jalan pemecahannya.