MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV TRUNOJOYO - MADURA

PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN JAMU "NY. BADRIAH" B A N G K A L A N

SKRIPSI

LEMBAGA PENDIDIKAN NASIONAL
PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS TRUNOJOYO - MADURA
Diterima tgl : 13-5-2003
No. Induk : 254/H/UTM/FE/03
No. Klasifikasi : S. 658.84 /Rum /P.

Oleh :

R U M I N I
NRP : 029812186

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA
2003

LEMBAR PERSETUJUAN

NAMA	:	RUMINI
NRP./NIRM.	:	029815186
FAKULTAS/JURUSAN	:	MANAJEMAN/EKONOMI

PERANAN AGEN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN JAMU NY. BADRIYAH BANGKALAN

Skripsi ini telah disetujui

Tanggal, 2003

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Drs. EC. M. Syarif, MS.	**Drs. Pribanus Wantara, MM.**
NIP. 132 296 894	NIP. 131 803 314

MENGETAHUI,

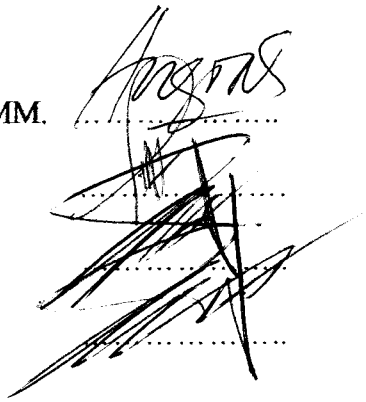
Dekan Fakultas Ekonomi	Kepala Jurusan
Drs. EC. Fatchhurrochim Ghany, MSP.	**Drs. EC. Makhmud zulkifli, Msi.**
NIP. 131 803 311	NIP. 132 296 814

Telah Diuji

Tanggal 12 Maret 2003

Panitia Penguji Skripsi

Ketua Penguji	: Dra. Hj. ANUGRAHINI IRAWATI, MM.	.....
Dosen Penguji	: 1. Drs. EC. MOH. TAMBRIN	.....
	2. Drs. EC. MOH. SYARIF, Msi.	.....
Sekretaris	: Drs. EC. MOH. SYARIF, Msi.	.....



Sesungguhnya semua urusan
Apabila Allah menghendaki segala sesuatunya
Allah hanya berkata jadilah, maka jadilah ia.
Maha suci Allah, yang memegang kekuasaan
Atas segala-galanya, dan kepada-Nyalah kamu dikembalikan.
(Q.S. Yassin : 82-83)

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu
Ada kemudahan.
(Q.S. Al-Insyirah : 6)

TEMAN SEJATI .....
Mengerti ketika kamu berkata 'Aku lupa....'
Menunggu selamanya ketika kamu berkata 'Tunggu sebentar'
Tetap tinggal ketika kamu berkata 'Tinggalkan aku sendiri'
Membuka pintu meski kamu belum mengetuk dan berkata
Bolehkah saya masuk ?'

Kupersembahkan :
Untuk Ibuku dan keluarga,
Serta suami dan anakku tercinta
Atas dorongan, doa dan harapan yang kalian berikan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT, atas semua limpahan rahmat, kekuatan dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul " Peranan Agen Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Jamu Ny. Badriah Bangkalan " Dapat terselesaikan tepat pada waktunya dan sesuai dengan yang penulis harapkan.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat kepada :

1. Bapak Drs. Ec. Fatchurochim Ghany, MSP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
2. Bapak Drs. EC. M. Syarif, MS. Selaku Dosen Pembimbing I yang dengan penuh kesungguhan dan kesabaran telah memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan sejak dari perencanaan penelitian sampai pada penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Pribanus Wantara, MM. Selaku dosen pembimbing II yang dengan penuh kesungguhan dan kesabaran telah memberikan petunjuk, arahan dan bimbingan sejak dari perencanaan penelitian sampai pada penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura yang dengan penuh kesungguhan, kesetiaan dan perhatian mendidik, membina dan mengajar ilmu kepada penulis.
5. Keluarga besar penulis yang telah banyak memberikan dorongan moral ataupun dorongan moril selama menempuh studi di Universitas Trunojoyo Madura.
6. Serta semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan studi.

Terima kasih atas semua partisipasinya, semoga amal ibadah dan bantuan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap, semoga sripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis khususnya dan dapat memberikan nilai tambah bagi kemajuan ilmu pengetahuan. *Amin ya robbal alamin.*

Bangkalan, Maret 2003

Penyusun

ABSTRACT

Good establishment especially marketing supporting a company to loking for new ide to put it's company should have been make a effective demand.

At Ny. Badriah company agent and selling volume year by yaer're decreasing. So that supply is too much, big mistake risk, and profit is decreasing.

Problem formulation is how far agent can increase selling volume. Research's tendent is to knew the agent contribution to increase selling volume. Tought with increase agent in marketing o good will be increasing selling volume.

From the corelation analysis that so positif number around 1 is r=0,91. It mean there's correlation between agent and selling volume.

From t-test got calculate-t=3,93 and t-tabel is 2,353. It mean there's significant correlation.

So, by increase agent'll be increase selling volume too. The company should more selective in choosing agent and must looking for potensial area to expansi market share.

RINGKASAN

Kemajuan yang pesat khususnya bidang pemasaran mendorong perusahaan mencari pemikiran baru agar dapat menempatkan posisinya dalam pasar dengan mengikuti selera konsumen. Dalam hal ini perusahaan dituntut menciptakan permintaan yang efektif.

Pada perusahaan jamu Ny. Badriah jumlah agen dan volume penjualan dari tahun ke tahun mengalami penurunan. Hak ini mengakibatkan persediaan menumpuk, resiko kerusakan besar, akhirnya laba yang diperoleh berkurang.

Adapun yang menjadi masalah adalah sejauh mana peranan agen dalam meningkatkan volume penjualan. Tujuannya adalah untuk mengetahui sejauh mana peranan agen dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan.

Hasil dari analisis korelasi yang dilakukan menunjukkan bilangan positif dan mendekati angka 1 yaitu sebesar r=0,91. Dengan demikian terdapat hubungan yang sangat kuat antara jumlah agen dengan meningkatnya volume penjualan.

Dari perhitungan uji-t diperoleh t-hitung sebesar 3,93, sedangkan uji t-tabel sebesar 2,353. Ini berarti ada hubungan yang signifikan.

Jadi dengan menambah agen akan meningkatkan volume penjualan. Dalam hal ini perusahaan hendaknya lebih selektif dalam memilih agen dan juga harus mencari daerah potensial untuk memperluas daerah pemasaran.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR LAMPIRAN ix
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5
2.1 Landasan Teori 5
2.1.1 Pengertian Saluran Distribusi 6
2.1.2 Type-type saluran Distribusi 8
2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Saluran 13
2.1.4 Pengertian Agen 18
2.1.5 Menentukan Banyaknya Agen 20
2.1.6 Kriteria Penilaian untuk Agen 22
2.2 Hipotesis 23
2.3 Model Analisis 24
BAB III METODELOGI PENELITIAN 26
3.1 Variabel Penelitian 26
3.1.1 Definisi Variabel 26
3.1.2 Definisi Operasional Variabel 26

3.2 Jenis dan Sumber Data 27
3.2.1 Data Primer 27
3.2.2 Data Sekunder 27
3.3 Lokasi Penelitian 28
3.4 Prosedur Pengumpulan Data 28
3.4.1 Riset Kepustakaan (Library Riset) 28
3.4.2 Riset Lapangan 28
3.5 Teknik Analisis 29
BAB IV HASIL PENELITIAN 32
4.1 Gambaran Subjek Penelitian 32
4.2 Diskripsi Hasil Penelitian 38
4.3 Pembuktian Hipotesis 46
4.4 Pembahasan 50
BAB V P E N U T U P 57
5.1 Kesimpulan 57
5.2 Saran-saran 58
DAFTAR PUSTAKA 59
LAMPIRAN 60

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 4.1 : Target dan Realisasi Produksi Tahun 1998-2002 41

Tabel 4.2 : Target dan Realisasi Penjualan Tahun 1998-2002 42

Tabel 4.3 : Ramalan Penjualan dengan Metode Least Square 43

Tabel 4.4 : Jumlah Agen Tahun 1998-2002 45

Tabel 4.5 : Analisa Korelasi antara Agen dengan Volume Penjualan 47

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Perusahaan Jamu Ny. Badriah Bangkalan 35

Gambar 4.2 : Grafik t-test 50

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran 1 : Titik Presentasi Distribusi t (T tabel) 59

Lampiran 2 : Jumlah Jamu pada Agen Pertahun 60

Lampiran 3 : Klarifikasi Jumlah Jamu Setahun 61

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Dalam keadaan persaingan yang semakin tajam dewasa ini, mendorong perusahaan untuk mencari pemikiran baru agar mampu menempatkan posisinya dalam pasar dengan mengikuti perkembangan selera konsumen. Terutama semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang sejenis, mengakibatkan sifat pasar menjadi *buyer's market* yaitu sifat pasar dimana pembeli menentukan sukses tidaknya suatu perusahaan. Keadaan seperti ini menuntut perusahaan untuk melaksanakan kebijaksanaan yang tepat untuk menciptakan permintaan bagi perusahaan. Dalam hal ini agen mempunyai peranan yang penting dalam menyampaikan produk perusahaan ke konsumen, sehingga menciptakan permintaan yang efektif.

Dengan dimilikinya saluran distribusi yang baik, dan memadai diharapkan penyaluran barang akan lancar, sehingga omset penjualan dapat ditingkatkan, sebab perusahaan bukan bertugas memproduksi barang saja melainkan juga bagaimana menyalurkan barang hasil produksinya kepasar dengan baik dan efektif.

Tanpa adanya sarana yang memadai untuk menyalurkan hasil produksinya akan mengakibatkan bagi perusahaan itu sendiri. Selain itu juga mengakibatkan semakin menumpuknya persedian barang jadi sehingga resiko yang ditanggung semakin besar.

Kebijaksanaan pemilihan agen sangat berpengaruh terhadap suksesnya pemasaran suatu perusahaan. Untuk itu perusahaan harus dapat memilih agen yang sesuai dengan produk yang dihasilkan, agar produk yang dihasilkan selalu tersedia dipasaran setiap waktu dan dalam jumlah yang cukup.

Pada perusahaan jamu "Ny. Badriah" Bangkalan, saluran distribusi yang dilaksanakan kurang memadai karena perusahaan kurang bisa memantau secara cepat dan tepat mengenai keberadaan produk perusahaan di masing-masing agen, hal ini disebabkan letaknya yang cukup jauh dari perusahaan. Sehingga agen sering mengalami kekosongan persedian barang, sedangkan persediaan diperusahaan menumpuk. Hal ini berakibat turunnya volume penjualan dibanding tahun-tahun sebelumnya serta menyebabkan kenaikan biaya penyimpangan dan resiko kerusakan semakin besar, akhirnya laba yang diperoleh perusahaan akan berkurang.

Mengingat jamu merupakan obat tradisional alternatif pertumbuhan penduduk Indonesia yang cenderung meningkat, hal ini akan membuka peluang bagi perusahaan jamu "Ny. Badriah" Bangkalan untuk

meningkatkan volume penjualannya dengan mengadakan penyempurnaan pada saluran distribusi yang sedang dilaksanakan. Dari permasalahan tersebut kami menganggap perlu mengadakan pembahasan dalam bidang pemasaran khususnya masalah penyaluran distribusi pada perusahaan jamu "Ny. Badriah" Bangkalan.

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, yang menjadi permasalahannya adalah : " Seberapa besar peranan agen dalam meningkatkan volume penjualan pada perusahaan jamu "Ny. Badriah" Bangkalan ".

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar peranan dari agen dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan mengetahui tujuan dari penelitian tersebut, maka ada juga manfaat dari penelitian ini, yaitu :

1. Dengan penelitian ini maka akan dapat digunakan sebagai masukan bagi pimpinan perusahaan jamu "Ny. Badriah" Bangkalan.

2. Dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam usaha untuk mengatasi masalah yang dihadapi.
3. Dapat diberikan suatu pengalaman bagi penulis dimana penulis terjun untuk menghadapi masalah perusahaan secara langsung.
4. Hasil penelitian dapat dipergunakan sebagai bahan bacaan referensi bagi kalangan mahasiswa dalam analisisnya, khususnya dibidang managemen pemasaran.