# PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN HARGA PENJUALAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN GRESIK (PERSERO)

# S K R I P S I


Oleh :

MAYA KOMALA SARI

NRP : 029812198



**FAKULTAS EKONOMI**
**UNIVERSITAS TRUNOJOYO**
**2003**

MILIK PERPUSTAKAAN
UNIV TRUNOJOYO - MADURA

# PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN HARGA PENJUALAN UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN GRESIK (PERSERO)

# S K R I P S I

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh**
**Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi**
**Universitas Trunojoyo**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
PERPUSTAKAAN UNIV TRUNOJOYO - MADURA
Diterima tgl : 3 - 3 - 2004
No. Induk : 854 / UTM (FE) / 04
No. Klasifikasi : Ekd. 84 / Ser / D

Oleh :

MAYA KOMALA SARI
NRP : 029812198

**FAKULTAS EKONOMI**
**UNIVERSITAS TRUNOJOYO**
**2003**

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA
PERPUSTAKAAN

## LEMBAR PERSETUJUAN

**N A M A** : **MAYA KOMALA SARI**
**NRP** : **029812198**
**FAKULTAS** : **EKONOMI**
**JURUSAN** : **MANAJEMEN**
**PROGRAM STUDI** : **STRATA - I.**
**JUDUL SKRIPSI** : **PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DANHARGA PENJUALAN UNTK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN GRESIK (PERSERO)**

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI**
**TANGGAL 6 OKTOBER 2003**

Dosen Pembimbing I

**Drs. Ec. Moh. Syarif, MSi**
NIP1320296 694

Dosen Pembimbing II

**Drs. Pribanus Wartara, MM**
NIP. 131 803 314

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

**Drs. Ec. Fathurrochim Ghany, MSP**
NIP. 131 803 311

Ketua Jurusan Manajemen

**Drs. Ec. Makhmud Zulkifli, MSi**
NIP. 132 296 814

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo, serta telah memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi, pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 9 Oktober 2003

Pukul : 08.00 WIB

Tempat : Aula Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Dra. Iriani Ismail, MM (.....)

Dosen Penguji : 1. Drs. Ec. Moh. Thambrin (.....)

2. Drs. Pribanus Wantara, MM (.....)

Sekretaris : Drs. Pribanus Wantara, MM (.....)

# KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan ridhonya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul " **Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga Penjualan untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Semen Gresik ( Persero) ".**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan studi pada fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura. Dengan tersusunnya skripsi ini merupakan kebanggaan bagi penulis untuk mewujudkan pengetahuan dalam kehidupan sehari-hari yang penulis dapatkan selama menjalani kuliah.

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

1. Drs. Ec. Fatchurrochim Ghani MSp, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Trunujoyo Madura.
2. Bapak Drs. Ec. Moh Syarif, Msi, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memeberikan bimbingan dan pengarahan atas penyusunan skripsi ini kepada penulis.

3. Bapak Drs. Pribanus Wantara, MM selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
4. Semua Bapak dan Ibu dosen selaku pendidik dan pengajar di fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura.
5. Bapak Pimpinan PT. Semen Gresik ( Persero) yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data-data skripsi ini.
6. Yang tercinta Bapak, Ibu dan Adik-adikku semua yang telah begitu banyak memberikan dorongan dan semangat sehingga terselesainya tugas penyusunan skripsi ini.
7. Yang tercinta Mas Agus yang telah banyak memberikan dorongan dan semangat sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan cepat.
8. Buat teman-taman seperjuanganku ( Eny, Lisa, Siska, Aan, Yatik, Anggri ) yang banyak memberikan motifasi sehingga terselesainya tugas penyusunan skripsi ini.
9. Semua rekan-rekan seangkatan saya tahun 2003 yang telah memberikan keceriyaannya dalam suasana kampus.
10. Buat Mas Bay yang telah bersusah payah membantu dalam tugas penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kesempurnaan meskipun penulis sudah berusaha sedapat mungkin. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun.

Penulis

# ABSTRAKSI

## PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI DAN HARGA TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA PT. SEMEN GRESIK (PERSERO)

**Oleh : Maya Komala Sari ( 029812198)**

### 1. Latar Belakang

Dalam dunia industri modern ini produsen dan konsumen tidak saling mengenal, disebabkan banyaknya barang yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga perusahaan tak mampu lagi menjual barangnya secara langsung kepada konsumen, produsen akan menggunakan perantara untuk membantu memperlancar arus barang dari produsen dan konsumen.

Belum lagi dilihat dari faktor konsumen, dimana konsumen semakin pandai dan semakin selektif untuk membeli barang. Maka jelas beban perusahaan untuk bidang pemasaran semakin berat karena menghadapi tantangan yang berganda yaitu para konsumen dan para pengusaha lain yang barangnya sejenis denmgan produksinya.

Sehingga pasar harus mengikuti kebutuhan, sikap selera konsumen, serta dengan jeli tindakan-tindakan dari perusahaan pesaingnya. Keadaan ini menuntut produsen untuk mengiontensifkanj komunikasi dengan konsumen mengenai produk-produk yang dihasilkan agar calon konsumen merasa tertarik dan timbul keinginan untuk membeli.

PT. Semen Gresik (Persero) yang bergerak dalam bidang memproduksi semen-semen bangunan, maka memilih serta memfokuskan pada pemasaran dalam segi distribusi dan harga penjualan karena di bidang pemasaran ini bila dilakukan dengan baik maka akan dapat meningkatkan volume penjualannya.

### 2. Perumusan Masalah

Dari uraian di atas dapat dikemukakan perumusan masalah mengenai PT. Semen Gresik (Persero), sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara saluran distribusi terhadap volume penjualan ?
2. Apakah ada pengaruh antara harga jual produk terhadap volume penjualan ?
3. Apakah ada pengaruh antara saluran distribusi dan harga jual produk bersama-sama terhadap volume penjualan ?

### 3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang vingfin dicapai dalam penelitian ini adalah :

a. Untuk mengetahui pengaruh antara saluran distribusi terhadap volume penjualan.
b. Untuk mengetahui pengaruh antara harga jual produk terhadap volume penjualan.
c. Untuk mengetahui pengaruh antara saluran distribusi dan harga jual produk secara bersama-sama terhadap volume penjualan.

### 4. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ;

a. Diduga ada pengaruh yang bermakna antara saluran distribusi terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Semen Gresik (Persero).
b. Diduga ada pengaruh yang bermakna antara harga jual produk terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Semen Gresik (Persero).
c. Diduga ada pengaruh yang bermakna antara saluran distribusi dan harga jual produk secara bersama-sama terhadap volume penjualan pada perusahaan PT. Semen Gresik (Persero).

### 5. Tehnik Penentuan Sampel

PT. Semen Gresik (Persero) mulai saat berdirinya yaitu tahun 1950 sampai sekarang.

Sampel yang digunakan adalah data penjualan semen dan saluran distribusi pada PT. Semen Gresik (Persero) tiap tahun selama lima tahun yaitu tahun 1998 sampai 2002

### 6. Tehnik Analisis dan Uji Hipotesis

Dalam hal ini analisis yang diguanakan adalah dengan menggunakan metode regresi linier berganda, dengan rumus sebagai berikut :

$Y = F(X_1, X_2)$ dijabarkan menjadi :

$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$

Di mana :

| | |
|---|---|
| $Y$ | : Volume Penjualan |
| $X_1$ | : Saluran Distribusi |
| $X_2$ | : Harga |
| $b_0$ | : Konstanta |
| $b_1, b_2$ | : Koefesien regresi berganda variabel $X_1$ dan $X_2$ |
| $e_i$ | : Kesalahan baku |
| $i$ | : 1,2,3,...n : pengamatan ke 1 sampai n |

Untuk pengujian hipotesis penelitian pengaruh parsial variabel $X_1$ dan $X_2$ terhadap Y digunakan uji t student dan uji F untuk menguji secara bersama-sama antara $X_1$ dan $X_2$

**7. Analisis dan Pengujian Hipotesis**

Dari hasil perhitungan yang menggunakan media komputer melalui program microstatnya, diperoleh hasil analisa data yang tampak dalam tabel di bawah ini.

| Variabel | Koefisien Regresi | T (DF=2) | $T_{tabel}$ |
|---|---|---|---|
| Jumlah saluran | 634788 | 1,305 | 4,303 |
| Harga Jual | 1483.5966 | 5.729 | |
| *Variabel Pengaruh* | | | : Volume Penjualan |
| *Konstanta* | | | : -24106101.8264 |
| Koefisien determinasi yang disesuaikan ($R^2$) | | | : 0.7603 |
| *R Multiple* | | | : 0.9382 |

Dari tabel dia atas dapat diketahui model regresi bergandanya adalah sebagai berikut :

$Y = -24106101.8264 + 634788\ X_1 + 1483.5966\ X_2$

Penafsiran dari model ini adalah :

a. Jika perusahaan tidak menggunakan saluran distribusi maupun menetapkan harga jual atau $X_1$, $X_2$, = 0, maka volume pnjualan perusahaan akan sebesar –24106101.8264 zak.
b. Koefisien regresi $X_1$ sebesar 63.4788 mengartikan bahwa setiap penambahan 1 usaha jumlah saluran distribusi akan menambah volume penjualan sebesar 63.4788.
c. Koefisien regresi $X_2$ sebesar 1483.5966 mengartikan bahwa setiap penambahan 1 rupiah harga jual akan menurunkan volume pnjualan sebesar 1483.5966 zak.

Selain model regresi berganda dpat diketahui pula koefisien regresi bergandanya sebesar 0.9382 yang berarti bahwa jumlah saluran distribusi dan harga jual mempengaruhi volume pnjulan sebesar 93.82 %.

Selanjutnya untuk menguji hipotesa yang menyatakan saluran distribusi dan harga jual bersma-sama diduga berpengaruh terhadap volume penjualan, maka digunakan uji-F (F test) yang ditunjukan dengan tabel dibawah ini :

Karena $F_{hitung}$ (37.344) < $F_{tebel}$ (19.00), maka Ho ditolak, yang berarti bahwa jumlah saloran distribusi dan harga jual bersama-sama mempengaruhi volume penjualan.

Berdasarkan tabel diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan perhitungan yang didapat $t_{hitung}$ sebesar 1.305 sedangkan $t_{tabel}$ sebesar 4.303 dengan taraf signifikan Hal ini berarti bahwa variabel saluran distribusi secara individual mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel Y atau volume penjualan.

Berdasarkan tabel diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan perhitungan yang didapat $t_{hitung}$ sebesar 5.729 sedangkan $t_{tabel}$ sebesar 4.303 dengan taraf signifikan Hal ini berarti bahwa variabel harga jual secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y atau volume penjualan.

**8. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

a. Jumlah saluran distribusi tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis yang mnunjukan $t_{hitung}$ (1.305)< $t_{tabel}$ (4.303) dan ini ini didukung oleh koefisien secata partial.
b. Harga jual berpengaruh terhadap volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis yang mnunjukan $t_{hitung}$ (5.729) > $t_{tabel}$ (4.303) dan ini ini didukung oleh koefisien secata partial.
c. Jumlah saluran distribusi dan harga jual secara bersama-sama mempengaruhi volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian hipotesis yang menunjukkan $F_{hitung}$ (37.344) > $F_{tabel}$ (19.00), yang didukung oleh koefisien determinasi sebesar 0.9382 yang berarti 93.82 % jumlah saluran distribusi dan penetapan harga secara bersama – sama mempengaruhi volume penjualan.

**9. Saran**

Adapun saran-saran tersebut adalah :

a. Perlu adanya suatu pembinaan hubungan dan komunikasi yang lebih baik, dengan cara mengadakan pertemuan agar dapat diperoleh masukan-masukan berupa ide-ide yang bermanfaat sehingga dapat diterapkan oleh perusahaan.
b. Menambah jumlah saluran distribusi dan penurnan harga jual untuk meningkatkan volume penjualan.
c. Menambah devirsifikasi produk agar supaya lebih bervariasi yang mengarah pada peningkatan volume penjualan.

## DAFTAR ISI


HALAMAN JUDUL ..... i

HALAMAN PERSETUJUAN ..... ii

PANITIA PENGUJI SKRIPSI ..... iii

KATA PENGANTAR ..... iv

ABSTRAKSI ..... vii

DAFTAR ISI ..... viii

DAFTAR TABEL ..... xi

DAFTAR GAMBAR ..... xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Perumusan Masalah ..... 4

1.3 Tujuan Penelitian ..... 5

1.4 Manfaat Penelitian ..... 5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu ..... 7

2.2 Landasan Teori ..... 7

2.2.1 Pengertian Pemasaran ..... 7

2.2.2 Pengertian Saluran Distribusi ..... 8

2.2.3 Fungsi Saluran Distribusi ..... 9

2.2.4 Pemilihan Saluran Distribusi ..... 11

2.2.5 Pengertian Harga ..... 13

2.2.6 Tujuan Penetapan Harga..... 14

2.2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga..... 15

2.2.8 Kebijaksanaan Pemotongan Harga..... 17

2.2.9 Hubungan Saluran Sistribusi Dan Harga Jual Produk

Dikaitkan Dengan Volume Penjualan ..... 20

2.3 Hipotesis..... ..... 21

BAB III METODOLOGI PNELITIAN

3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel ..... 22

3.2.1 Variabel Bebas..... 22

3.3. 2 Variabel Terikat..... 22

3.2 Teknik Penentuan Sampel ..... 23

3.3 Teknik Pengumpulan Data ..... 23

3.4 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis..... 25

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Obyek Penelitian..... 28

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... 28

4.1.2 Lokasi Perusahaan..... 28

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan..... 33

4.1.4 Organisasi dan Personalia..... 37

4.1.5 Hubungan Industrial Pancasila..... 39

4.1.6 Proses Produksi..... 41

4.1.7 Volume Penjualan ..... 49

4.1.8 Saluran Distribusi, dan Harga Pada PT. Semen Gresik..... 49

4.1.8.1 Saluran Distribusi ..... 49

4.1.8.2 Harga Pada PT. Semen Gresik (Persero)..... 51

4.2 Deskripso Hasil Penelitian ..... 51

4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis ..... 53

4.3.1 Analisis Regresi ..... 54

4.3.2 Hasil Penelitian Pengarh Jumlah Saluran Distribusi

Terhadap Volume Penjualan ..... 58

4.3.3 Hasil Penelitian Pengaruh Harga Jual Terhadap

Volume Penjualan ..... 59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan ..... 61

54.2 Saran ..... 62

DAFTAR PUSTAKA..... 63

LAMPIRAN

# DAFTAR TABEL

Tabel

4.1. Jam Kerja Karyawan PT. Semen Gesik (Persero)..... 37

4.2. Jumlah Karyawan PT. Semen Gesik (Persero) ..... 38

4.3. Volume Penjualan PT. Semen Gesik (Persero)..... 49

4.4. Saluran Distribusi Agen Pada PT. Semen Gesik (Persero)..... 50

4.5. Harga Jual Produk PT. Semen Gesik (Persero)..... 51

4.6. Jumlah Saluran Distribusi, Harga dan Volume Penjualan
PT. Semen Gesik (Persero) Tahun 1998-2002 ..... 53

4.7. Hasil Analisis Regresi Berganda, Jumlah Saluran Distribusi dan
Harga Jual Terhadap Volume Penjualan..... 55

4.8. Hasil Analisis ..... 56



xi

# DAFTAR GAMBAR

Gambar

2.1. Saluran Pemasaran Dengan Beberapa Tingkat ..... 13

4.1. Struktur Organisasi PT. Semen Gesik (Persero) ..... 33

4.2. Proses Produski PT. Semen Gesik (Persero)..... 47

# BAB 1

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Pada saat ini negara Indonesia yang sedang giat-giatnya membangun terutama bidang ekonomi, maka makin banyaknya dan semaraknya industri dan usaha yang seiring dengan kemajuan ekonomi saat ini. Dengan semakin banyaknya dunia usaha ini maka persaingan dunia usaha/antar perusahaan sejenis maka semakin ketat.

Perekonomian di Indonesia sedang mengalami pertumbuhan yang bergerak dengan cepat menyebabkan persaingan di antara perusahaan. Semakin banyak produk yang dihasilkan oleh perusahaan dengan macam-macam kualitas, maka konsumen semakin bebas dalam memilih produk yang dihasilkan oleh perusahaan, maka ia harus menentukan metode-metode apa serta jalan bagaimana harus ditempuh untuk memeasarkan produknya di pasar.

Dalam dunia industri modern ini produsen dan konsumen tidak saling mengenal, disebabkan banyaknya barang yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga perusahaan tak mampu lagi menjual barangnya secara langsung kepada konsumen, produsen akan menggunakan perantara untuk membantu memperlancar arus barang dari produsen dan konsumen.

Salah satu bidang yang paling penting dalam meningkatkan usaha pada zaman sekarang ini adalah bidang pemasaran karena pemasaran ini merupakan ujung tombak bagi dunia usaha dengan pemasaran yang berhasil maka usahanya juga akan berhasil.

Bagi perusahaan yang telah mempunyai kedudukan yang kuat dalam pemasaran harus berusaha sedikitnya mempertahankan dirinya dalam persaingan yang semakin ketat ini dan bagi perusahaan yang belum mantap atau kurang pemasaran maka harus mencari cara-cara pemasaran yang paling tepat untuk digunakan.

Belum lagi dilihat dari faktor konsumen, dimana konsumen semakin pandai dan semakin selektif untuk membeli barang. Maka jelas beban perusahaan untuk bidang pemasaran semakin berat karena menghadapi tantangan yang berganda yaitu para konsumen dan para pengusaha lain yang barangnya sejenis denmgan produksinya.

Sehingga pasar harus mengikuti kebutuhan, sikap selera konsumen, serta dengan jeli tindakan-tindakan dari perusahaan pesaingnya. Keadaan ini menuntut produsen untuk mengiontensifkanj komunikasi dengan konsumen mengenai produk-produk yang dihasilkan agar calon konsumen merasa tertarik dan timbul keinginan untuk membeli.

Untuk menuju cara ini maka perusahaan perlu memfokuskan cara pemasaran yang paling tepat agar tercapai saran-sarannya. Untuk menentukan

pemasaran yang paling tepat ini maka perlu dilihat dari hasuil produk, mutu dan jenis produksinya.

PT. Semen Gresik (Persero) yang bergerak dalam bidang memproduksi semen-semen bangunan, maka memilih serta memfokuskan pada pemasaran dalam segi distribusi dan harga penjualan karena di bidang pemasaran ini bila dilakukan dengan baik maka akan dapat meningkatkan volume penjualannya.

Dalam pemilihan bentuk saluran distribusi yang digunakan harus mendapatkan perhatian tersendiri, karena dengan tidak tepatnya saluran distribusi, maka usaha penjualan tidak akan mencapai sasaran seperti yang telah diharapkan.

Salah satu aspek yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap perusahaan adalah dalam pemilihan saluran distribusi, karena kesalahan dalam pemilihan saluran distribusdi ini bisa memperlambat bahkan bisa menghambat penyaluran barang dari produsen ke konsumen atau dengan perkataan lain, meskipun barang yang diproduksi kualitasnya sudah memenuhi selera konsumen, tetapi apabila ternyata saluran distribusi yang dipilih kurang mempunyai kemampuan dan inisiatif dalam menyalurkannya inipun akan mengalami hambatan-hambatan bahkan akan terjadi kemacetan pula.

Masalah harga juga dapat berpengaruih dalam pemasaran juga ada kaitannya dengan volume penjualan, karena jika harga ini tidak sesuai dengan keinginan konsumen, maka volume penjualan juga akan berubah pula. Jadi, dalam melaksanakan kebijaksanaan harga ini harus berbagai segi, yaitu

keinginan dan kemampuan konsumen, serta harga daripada produk perusahaan lain yang sejenis.

Hal inipun terjadi pada PT. Semen Gresik (Persero), dalam memproduksi semen dimana dalam penentuan saluran distribusi dan penentuan harga pokok jual produk kurang efektif, dimana pada saluran distribusi tidak adanya keagenan yang dimiliki oleh perusahaan dan harga pokok jual produk yang ditetapkan tidak dapat bersaing dengan produk lain yang sejenis, sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan tidak dapat tercapai.

Dalam kaitannya dengan hal ini maka penulis ingin menulis tentang Pengaruh Saluran Distribusi dan Harga Penjualan untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada PT. Semen Gresik (Persero).

Jadi masalah yang dihadapi PT. Semen Gresik (Persero) adalah menurunnya volume penjualan. Sedangkan batas standar penurunan yang ditetapkan PT. Semen Gresik (Persero) adalah sebesar 150.000 sak.

Jadi dengan adanya kebijaksanaan menjadi suatu pedoman bagi perusahaan sebagai cara untuk berperan dalam bersaing dengan perusahaan yang lain, serta satu sisi dapat meningkatkan volume penjualan sehingga terwujud tujuan perusahaan dapat tercapai diwaktu mendatang.

## 1.2. Perumusan Masalah

Masalah pada dasarnya merupakan hambatan yang menuntut pihak manajemen untuk berusaha mencari langkah pemecahannya, karena bila

hambatan tersebut terus dibiarkan tanpa adanya upaya pemecahan, maka dapat menimbulkan rintangan bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dari uraian di atas dapat dikemukakan perumusan masalah mengenai PT. Semen Gresik (Persero), sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara saluran distribusi terhadap volume penjualan ?
2. Apakah ada pengaruh antara harga jual produk terhadap volume penjualan ?
3. Apakah ada pengaruh antara saluran distribusi dan harga jual produk bersama-sama terhadap volume penjualan ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

a. Untuk mengetahui pengaruh antara saluran distribusi terhadap volume penjualan.
b. Untuk mengetahui pengaruh antara harga jual produk terhadap volume penjualan.
c. Untuk mengetahui pengaruh antara saluran distribusi dan harga jual produk secara bersama-sama terhadap volume penjualan.

## 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian :

1. Manfaat bagi perusahaan

   Diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan volume penjualan

2. Manfaat bagi peneliti

   Bagi peneliti merupakan suatu tambahan pengetahuan dalam menerapkan ilmu yang didapat khususnya tentang pemasaran.

3. Manfaat bagi ilmu pengetahuan

   Bagi ilmu pengetahuan untuk acuan akademis guna membantu mahasiswa mapun masyarakat dalam meneliti masalah yang sama atau perusahaan yang sama.