

Pengaruh Saluran Distribusi (Sub Agen dan Pangkalan) Terhadap Volume Penjualan Barang NSPO Pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai

Anugrah Agusriadi

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Riau,
Jln. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia 90221

Email: anugrah28@student.uir.ac.id

Abstrak

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu saluran distribusi sebagai variabel bebas (X) dan volume penjualan sebagai variabel terikat (Y). penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh saluran distribusi sub agen dan pangkalan terhadap volume penjualan barang NPSO pada PT. indah pusaka mandiri (IPM) Dumai. Data yang digunakan oleh penelitian adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Hipotesis dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari saluran distribusi subagen dan pangkalan terhadap volume penjualan pada PT. Indah Pusaka Mandiri. Untuk mengetahui pengaruh variabel tersebut digunakan uji regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis (uji T) dengan menggunakan SPSS 23. Berdasarkan analisis dengan menggunakan metode statistik regresi linear sederhana $Y = 1.343 + 0.848 + 0$ yang menunjukkan pengaruh saluran distribusi (X) terhadap volue penjualan (Y) adalah positif. Selanjutnya hasil pengujian koefisien korelasi menunjukkan nilai korelasi dari kedua variabel yaitu saluran distribusi (X) dan volume penjualan (Y) 0,824 dengan arah hubungan yang positif dan dalam tingkat hubungan sangat kuat serta signifikan. Selanjutnya hasil pengujian hipotesis, uji T sebesar 7.710 dengan sig 0,000. Diperoleh t tabel sebesar 2,048 dengan kata lain T hitung lebih besar dari T tabel ($7.710 > 2.048$). Jadi dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat diartikan bahwa saluran distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan atau terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan barang NPSO PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai. Besarnya koefisien determinasi adalah 0,680 (68%) yang artinya saluran distribusi memberikan pengaruh sebesar 68% terhadap volume penjualan dan 32% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Saluran Distribusi, Volume Penjualan

Abstarct

In this study using two variables, namely distribution channel as the independent variable (X) and sales volume as the dependent variable (Y). This study was conducted with the aim of determining the influence of sub-agent distribution channels and bases on the sales volume of NPSO goods at PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai. The data used by the study were primary data collected through questionnaires. The hypothesis of this study is that there is an influence of sub-agent distribution channels and bases on the sales volume of NPSO goods at PT. Beautiful Independent Heirloom. To determine the influence of these variables, a simple linear regression test, correlation coefficient, determination coefficient and hypothesis test (T test) were used using SPSS 23. Based on analysis using simple linear regression statistical methods $Y = 1.343 + 0.848 + 0$ which shows the influence of distribution channels (X) on sales volume (Y) is positive. Furthermore, the results of the correlation coefficient test showed the

correlation value of the two variables, namely distribution channels (X) and sales volume (Y) 0.824 with a positive relationship direction and in a very strong and significant relationship level. Furthermore, the results of hypothesis testing, the T test is 7,710 with a sig of 0.000. Obtained t table of 2.048 in other words T count greater than T table (7.710 > 2.048). So it can be concluded that Ho is rejected and Ha is accepted, or it can be interpreted that the distribution channel has an effect on sales volume or there is a positive and significant influence between distribution channels on the sales volume of NPSO goods PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai. The magnitude of the coefficient of determination is 0.680 (68%) which means that distribution channels have an influence of 68% on sales volume and another 32% is influenced by other factors.

Keywords: *Distribution Channel, Sales Volume*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Seiring dengan persaingan di dunia bisnis yang semakin ketat untuk dapat tetap bersaing dengan perusahaan, sebuah perusahaan sangat mengharapkan hasil penjualan sesuai yang diharapkan. Dalam memasarkan produk ditandai dengan banyaknya produk-produk baru yang terus bermunculan. Hal ini menuntut bahwa perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih bagus untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Keberhasilan perusahaan dalam persaingan ketat tersebut diperolehnya laba yang maksimal melalui peningkatan dari volume penjualan. Saluran distribusi merupakan suatu kebijakan yang memastikan produk tersedia pada saat dibutuhkan konsumen tidak hanya melihat dari jumlah barangnya namun juga dari segi tempat dan waktu. Saluran distribusi dibedakan menjadi saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung. Adapun saluran distribusi langsung adalah saluran yang langsung menghubungkan antara produsen dengan konsumen akhir atau pemakai sedangkan distribusi tidak langsung merupakan saluran yang menggunakan suatu perantara atau lebih. Banyak atau tidaknya

saluran distribusi yang dimiliki oleh perusahaan juga sangat menentukan besar kecilnya jumlah penjualan yang diperoleh karena semakin banyaknya saluran distribusi yang dimiliki perusahaan untuk menyalurkan produknya, maka perusahaan tersebut berkesempatan besar konsumen mudah untuk mendapatkan produk tersebut sehingga membuat peningkatan penjualan produk perusahaan tersebut.

PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai, Kecamatan Dumai Selatan, Kelurahan Ratu Sima adalah Agen NPSO yang merupakan jaringan distribusi Pertamina yang melaksanakan kegiatan pemasaran Gas LPG non subsidi kepada konsumen (brand Elpiji dan Bright Gas). Produk dari Gas LPG non PSO (NPSO) berupa bright gas 12kg, 5,5kg dan 50kg, dengan dua saluran distribusi yaitu, Sub Agen dengan jumlah sebanyak 2 tempat, lalu diikuti oleh Pangkalan ± 39 tempat. PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) mengalami fluktuasi dalam penjualan yang dilihat secara garis besar dari data penjualan tahun 2019 dimana total penjualan keseluruhan selama satu tahun sebanyak 86.443 Tabung. Lalu pada tahun 2020 penjualan naik dengan total penjualan keseluruhan selama satu tahun sebanyak 91.909 Tabung. Pada tahun 2021

terjadi penurunan penjualan yang cukup menurun dengan total penjualan keseluruhan selama satu tahun sebanyak 77.792 Tabung, lalu diikuti penurunan lagi pada tahun selanjutnya yaitu tahun 2022 dimana total penjualan keseluruhan selama satu tahun sebanyak 70.056 Tabung.

Tabel 1: Data pembagian distribusi pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM)

No	Daftar Tempat	Pembagian Wilayah Distribusi
1.	Agen	Dumai Selatan
2.	SubAgen	Dumai Barat dan Pakning (Bengkalis)
3.	Pangkalan	Dumai Barat, Dumai Selatan, Dumai Kota, Dumai Timur, dan Pakning (Bengkalis)

Sumber: PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) jalan Sultan Hasanuddin kecamatan Dumai Selatan, Kelurahan Ratu Sima.

Dengan adanya saluran distribusi (SubAgen dan Pangkalan), konsumen atau pelanggan dapat membeli produk (gas 12kg dan 5,5kg) yang dibutuhkan pada waktu yang tepat dari toko yang berlokasi strategis (secara geografis lebih dekat) daripada memesan dari pabrik yang berlokasi jauh. Tujuan perusahaan atau agen dengan adanya saluran distribusi menjaga persediaan barang di suatu wilayah agar tidak terjadi kelangkaan.

Pada tahun 2021 terjadi penurunan harga pada barang NPSO 12kg, dimana sebelumnya Agen menjual gas 12kg dengan harga Rp.131.000 menjadi Rp.128.000, pada SubAgen yang sebelumnya dengan harga Rp.137.000 menjadi Rp. 136.000 dan pada Pangkalan yang sebelumnya dengan harga Rp.140.000 menjadi Rp.138.000. Pada tahun 2022 terjadi perubahan harga di setiap bulannya dengan harga yang beragam. Berikut daftar harga dari barang NPSO, 12kg dan 5,5kg pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) tahun 2022:

Tabel 2: Data Daftar Harga Barang NPSO 12kg, 5,5kg Pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) 2022

Daftar Tempat	Barang NPSO	
	12kg	5,5kg
Agen	Rp. 154.000	Rp. 71.000
	Rp. 177.000	Rp. 81.000
	Rp. 200.000	Rp. 93.000
SubAgen	Rp. 160.000	Rp. 75.000
	Rp. 187.000	Rp. 89.000
	Rp. 210.000	Rp. 100.000
Pangkalan	Rp. 165.000	Rp. 78.000
	Rp. 190.000	Rp. 91.000
	Rp. 215.000	Rp. 104.000

Sumber: PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) jalan Sultan Hasanuddin kecamatan Dumai Selatan, Kelurahan Ratu Sima, Tahun 2022

Dari uraian diatas dapat mengetahui adanya fenomena dalam studi kasus di penelitian ini yaitu:

1. Persentase perubahan yang terjadi pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) jalan Sultan Hasanuddin Kecamatan Dumai Selatan Kelurahan Ratu Sima masih tidak stabil yang bentuknya (Fluktual).
2. Sedikitnya tempat penyaluran distribusi pada PT. Indah Pusaka Mandiri berdampak kepada volume penjualan.
3. Ketersediaan barang NPSO diberbagai outlet dilihat dari pembagian distribusi yang ada pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) meningkatkan kesadaran dan kesediaan pelanggan untuk membeli barang NPSO, sehingga dapat mempengaruhi volume penjualan.
4. Adanya kenaikan harga barang NPSO menghambat PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) untuk dapat menambah saluran distribusi guna meningkatkan volume penjualan.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai dengan judul "Pengaruh Saluran Distribusi (Subagen dan Pangkalan) Terhadap Volume Penjualan Barang NPSO Pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai".

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di latar belakang masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana saluran distribusi yang digunakan pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM)?
2. Bagaimana volume penjualan dari barang NPSO 12kg, 5,5kg pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM)?
3. Bagaimana pengaruh saluran distribusi (sub agen dan pangkalan) terhadap volume penjualan barang NPSO 12kg, 5,5kg pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM)?

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui saluran distribusi yang digunakan pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM).
2. Untuk mengetahui volume penjualan dari barang NPSO 12kg, 5,5kg pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM).
3. Untuk mengetahui pengaruh saluran distribusi (sub agen dan pangkalan) terhadap volume penjualan barang NPSO 12kg, 5,5kg pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM).

STUDI KEPUSTAKAAN

1. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan sebuah saluran yang dipakai oleh produsen untuk menyalurkan sebuah barang dari produsen ke konsumen. Terdapat beberapa definisi tentang saluran distribusiSaluran menurut para ahli:

1. Menurut Gitosudarmo Indriyo (dalam Setianingsih & Latifah & Ningrum, 2019:203) saluran distribusi adalah sekelompok individu atau perusahaan yang mempunyai hak kepemilikan atas barang yang dipasarkan dan membantu dalam penyampain hak kepemilikan barang atau jasa tersebut dari produsen kepada konsumen.
2. Menurut (Tjiptono & Diana, 2020:299) saluran distribusi adalah rute atau rangkaian perantara, baik yang dikelola pemasar maupun yang independen,

dalam menyampaikan barang dari produsen ke konsumen.

3. Menurut (Abubakar, 2022:60) saluran distribusi terdiri dari seperangkat lembaga yang melakukan semua kegiatan pemasaran (fungsi) yang digunakan untuk menyalurkan produk barang/jasa dan status kepemilikannya dari produsen ke konsumen.

Dari pandangan para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa salah satu cabang dari saluran pemasaran yaitu terkait dengan masalah penyaluran barang dari produsen kepada konsumen ataupun konsumen industri. Sehingga dalam hal ini saluran distribusi mempunyai peranan penting yaitu mempermudah menyalurkan barang dari produsen ke konsumen akhir Saluran distribusi dalam penelitian ini akan diukur dari sejumlah indikator. Menurut (Tjia , Suharno, Kadafi, 2018:94) sebagai berikut:

1. Ketersediaan barang
Adalah ketersediaan produk atau adanya stok barang pada tahapan saluran distribusi.
2. Proses pemesanan
Adalah proses distribusi dari produk ke produsen, proses pemesanan, sampai ke tangan pelanggan.
3. Kecepatan dalam pengiriman
Adalah rute perjalanan pengiriman barang dari batas yang sudah ditentukan oleh produsen.
4. Kemudahan dalam memperoleh produk
Adalah kemudahan mendapat suatu produk dengan pelayanan distribusi yang tepat dan benar.

2. Volume Penjualan

Menurut Rangkuti (dalam Kasman, 2015:203) volume penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

Menurut Anorga (dalam Kasman, 2015:203) volume penjualan adalah jumlah

penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan dalam suatu jangka waktu tertentu. Sedangkan menurut Kotler (dalam Putra, 2019:465) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik. Menurut Kotler dalam (Agustina & Sunrowiyati, 2018:106), adapun indikator-indikator yang mempengaruhi volume penjualan adalah sebagai berikut:

1. Memasarkan produk dengan sedemikian rupa
 Pada dasarnya kegiatan suatu pemasaran berkaitan dengan sudut pandang konsumen, dengan membuat produk berkualitas yang diinginkan oleh konsumen maka produk yang ditujukan dapat menjadi daya tarik sendiri bagi pembeli produk tersebut.
2. Pengaturan dan penempatan produk yang teratur
 Tempat yang strategi dengan produk yang bermutu difokuskan untuk konsumen agar mereka tertarik dengan barang yang dijual dan berniat untuk membeli produk tersebut.
3. Mengadakan pemeriksaan pasar
 Perusahaan yang ingin memajukan produk bisnisnya, terlebih dahulu harus mampu meneliti keadaan pasar secara seksama, ketetapan dalam pemeriksaan pasar diterapkan dengan dasar memperhatikan situasi kondisi dalam ruang lingkup pasar tersebut.
4. Potensi pembeli yang ditentukan sebagai calon konsumen atau pembeli
 Pada umumnya pemasaran kandidat pembeli atau konsumen yang memiliki potensi ialah target penjualan yang dicapai menggunakan kesempatan emas yang dimiliki oleh kandidat konsumen yang berpotensi, banyak hal yang perlu dilakukan agar para konsumen makin meminati produk atau jasa. Kandidat konsumen yang memiliki potensi berbeda dengan konsumen secara umum. Maka perlu memberikan

gambaran secara jelas mengenai produk yang ditawarkan.

5. Mengadakan pameran
 Dalam melakukan bisnis tentu perlu adanya mengadakan pameran bagi produk, karena adanya pameran maka produk yang dijual dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas dan diharapkan pelanggan akan semakin bertambah
6. Mengadakan diskon atau potongan harga
 Setiap perusahaan tentu menginginkan bisnis mereka menguntungkan, tetapi hal ini perusahaan juga perlu mengadakan diskon atau potongan harga agar pelanggan tidak merasa bosan dan tetap ingin membeli produk tersebut dan ditujukan untuk calon pembeli dapat tertarik dengan adanya diskon dan ingin membelinya.

3. Teknik pengukuran

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. Dengan menggunakan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk kategori ukuran yang dipakai dalam memberikan penilaian dibedakan menjadi lima kategori sebagai berikut:

Tabel 3: Skala Pengukuran Likert

Pilihan	Bobot
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Sangat Kurang Baik	1

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

METODE PENELITIAN

1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini adalah tipe penelitian asosiatif dengan menggunakan metode analisis kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan secara spesifik mengenai lokasi penelitian (Lubis et.al, 2023). Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmu yaitu konkrit, terstruktur, rasional, dan sistematis.

2. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai, yang terletak di Jln. Sultan Hasanuddin No 72, Kecamatan Dumai Selatan, Kelurahan Ratu Sima. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian ini dikarenakan perusahaan perseroan terbatas ini sudah lama berdiri sejak tahun 1988 yang bergerak di bidang gas dan alasan lain mengambil lokasi ini karena peneliti ingin mengetahui lebih rinci bagaimana pengaruh saluran distribusi subagen dan pangkalan terhadap volume penjualan barang NPSO di PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai.

3. Populasi dan Sample

1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2018:130), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada

pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi adalah tempat penyaluran barang tersebut yang berjumlah 2 SubAgen dan 39 Pangkalan dengan jumlah populasi sebanyak 41.

2. Sample

Menurut (Sugiyono, 2018:118), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin sehingga, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 sampel.

4. Teknik Penarikan Sample

Teknik penarikan sampel dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*. Dalam penelitian ini digunakan metode *Probability Sampling* yang merupakan metode sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sebagai sampel, sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple Random Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel dengan anggota populasi tidak memiliki strata sehingga relatif omogen, lalu adanya kerangka sampel.

5. Jenis dan Sumber Data

Untuk mengorganisir data yang dibutuhkan dalam penelitian pengaruh saluran distribusi (subagen dan pangkalan) terhadap volume penjualan barang NPSO pada PT. Indah Pusaka

Mandiri (IPM) Dumai ini, maka penulis membagi data kedalam dua bagian yaitu:

1. Data Primer
2. Data Sekunder

6. Teknik Pengumpulan Data.

1. Observasi
2. kuesioner
3. wawancara
4. Dokumentasi

7. Teknik Analisa Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dan kuantitatif, analisis asosiatif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji ada tidaknya hubungan keberadaan variabel dari dua data maupun lebih, analisis kuantitatif adalah metode penelitian dengan objek berupa data yang berbentuk numerik atau angka yang diolah dengan perhitungan statistik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 4: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Saluran Distribusi Pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai

No	Indikator	Total Bobot
1.	Ketersediaan Barang	638
2.	Proses Pemesanan	507
3.	Kecepatan Dalam Pengiriman	510
4.	Kemudahan Dalam Memperoleh Produk	507
Total Keseluruhan		2162
Total Tanya		2550
Skor Jawaban		84,7%
Kategori		Sangat Baik

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan data yang tertera diatas mengenai rekapitulasi tanggapan mengenai variabel saluran distribusi pada PT. Indah Pusaka Mandiri bahwa dari indikator ketersediaan barang memiliki total bobot 638, indikator proses pemesanan memiliki total bobot 507, indikator

kecepatan dalam pengiriman memiliki total bobot 510, dan indikator kemudahan dalam memperoleh produk memiliki total bobot 507. Dari tabel diatas didapatkan skor jawaban dengan hasil 84,7% dengan kategori sangat baik berada pada interval 81%-100%.

Tabel 5: Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Saluran Distribusi Pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai

No	Indikator	Total
1.	Memasarkan produk sedemikian rupa	355
2.	Pengaturan dan penempatan produk yang teratur	234
3.	Mengadakan pemeriksaan pasar	355
4.	Potensi pembeli yang ditentukan sebagai calon konsumen atau pembeli	487
5.	Mengadakan pameran	232
6.	Mengadakan diskon atau potongan harga	232
Total Keseluruhan		1895
Total Tanya		2400
Skor Jawaban		78,9%
Kategori		Baik

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan data yang tertera diatas mengenai rekapitulasi tanggapan mengenai variabel volume penjualan pada PT. Indah Pusaka Mandiri bahwa dari indikator memasarkan produk sedemikian rupa memiliki total bobot 355, indikator pengaturan dan penempatan produk yang teratur memiliki total bobot 234, indikator mengadakan pemeriksaan pasar memiliki total bobot 355, indikator mengadakan pemeriksaan pasar memiliki total bobot

355, indikator Potensi pembeli yang ditentukan sebagai calon konsumen atau pembeli memiliki total bobot 487, indikator mengadakan Mengadakan pameran memiliki total bobot 232, dan indikator Mengadakan diskon atau potongan harga memiliki total bobot 232. Dari tabel diatas didapatkan skor jawaban dengan hasil 78,9% dengan kategori baik berada pada interval 61%-80%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 6: Hasil Uji Validitas Variabel Saluran Distribusi (X)

Variabel	Item	r_{hitung}	$r_{tabel} (0,361)$	Keterangan
Variabel Saluran Distribusi (X)	X1	0,430	0,361	Valid
	X2	0,413	0,361	Valid
	X3	0,396	0,361	Valid
	X4	0,414	0,361	Valid
	X5	0,467	0,361	Valid
	X6	0,467	0,361	Valid
	X7	0,445	0,361	Valid
	X8	0,500	0,361	Valid
	X9	0,446	0,361	Valid
	X10	0,477	0,361	Valid
	X11	0,490	0,361	Valid
	X12	0,437	0,361	Valid
	X13	0,409	0,361	Valid
	X14	0,475	0,361	Valid
	X15	0,442	0,361	Valid
	X16	0,479	0,361	Valid
	X17	0,486	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS Statistics, 2023

Berdasarkan tabel diatas, masing – masing dari item pernyataan variabel saluran distribusi (x) dapat dikatakan valid atau dapat diandalkan dikarenakan r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Dimana r_{tabel}

didapatkan dari $df (N-2) = 30 - 2 = 28$, berdasarkan alpha 5% sehingga r_{tabel} berjumlah 0,361. Maka dari itu indikator dari variabel saluran distribusi dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Tabel 7: Hasil Uji Validitas Variabel Volume Penjualan (Y)

Variabel	Item	r_{hitung}	$r_{tabel} (0,361)$	Keterangan
Variabel Volume Penjualan (Y)	Y1	0,564	0,361	Valid
	Y2	0,663	0,361	Valid
	Y3	0,513	0,361	Valid
	Y4	0,404	0,361	Valid
	Y5	0,387	0,361	Valid

Variabel	Item	r_{hitung}	$r_{tabel} (0,361)$	Keterangan
	Y6	0,433	0,361	Valid
	Y7	0,374	0,361	Valid
	Y8	0,513	0,361	Valid
	Y9	0,419	0,361	Valid
	Y10	0,381	0,361	Valid
	Y11	0,426	0,361	Valid
	Y12	0,425	0,361	Valid
	Y13	0,403	0,361	Valid
	Y14	0,433	0,361	Valid
	Y15	0,437	0,361	Valid
	Y16	0,391	0,361	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS Statistics, 2023

Berdasarkan tabel diatas, masing – masing dari item pernyataan variabel volume penjualan (y) dapat dikatakan valid atau dapat diandalkan dikarenakan r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Dimana r_{tabel}

didapatkan dari $df (N-2) = 30 - 2 = 28$, berdasarkan alpha 5% sehingga r_{tabel} berjumlah 0,361. Maka dari itu indikator dari variabel volume penjualan dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi dan keadaan dari suatu instrumen pengukuran, baik itu berupa tes, kuesioner, ataupun skala. Tujuan dari adanya uji reliabilitas adalah untuk menilai sejauh mana instrumen tersebut memberikan hasil yang konsisten dan stabil

jika diulang pada populasi atau sampel yang sama. Dengan bantuan dari IBM SPSS Statistics for windows 23 dapat dilakukan perhitungan untuk mengukur reliabilitas dengan teknik yang digunakan adalah Cronbach Alpha, dimana jika Cronbach Alpha > 0,6 (0,60) maka instrument reliabilitas dinyatakan reliable.

Tabel 8: Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Batas reliabilitas	Keterangan
1.	Saluran Distribusi	17	0,753	0,60	Reliabel
2.	Volume Penjualan	16	0,739	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel V.16, diketahui koefisien Alpha dari Variabel Saluran Distribusi (X) sebesar $0,753 > 0,60$ dan Variabel Volume Penjualan (Y) sebesar

$0,739 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dari penelitian ini reliabel dikarenakan nilai dari Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai koefisien alpha (0,60).

Uji T

Uji t (t-test) merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (saluran distribusi) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent (volume penjualan), disini dimaksudkan signifikan berpengaruh dan berlaku terhadap populasi. Tingkat

signifikan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% (0,05), selanjutnya uji t dilakukan dengan membandingkan antara nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti secara parsial adanya pengaruh antara variabel bebas (saluran distribusi) terhadap variabel terikat (volume penjualan).

b. Apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti secara parsial tidak adanya pengaruh antara variabel bebas (saluran distribusi) terhadap variabel terikat (volume penjualan).

Tabel Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.343	7.957		.169	.867
	Saluran Distribusi	.848	.110	.824	7.710	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2023

Dari tabel diatas diketahui bahwa t_{hitung} variabel saluran distribusi (X) diperoleh sebesar 7.710 dengan signifikan sebesar 0,000. Uji t dilakukan dengan membandingkan $t_{hitung} >$ t_{tabel} pada signifikan sebesar 5% (0,05). Untuk mencari t_{tabel} dapat dilihat rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= (a/2:n-2) \\
 &= 0,05/2 : 30-2 \\
 &= 0,025 : 28 \\
 &= 2,048
 \end{aligned}$$

Didapati bahwa t_{tabel} diperoleh sebesar 2,048 maka dapat disimpulkan bahwa variabel saluran distribusi (X), nilai $t_{hitung} >$

t_{tabel} (7.710 > 2.048) dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) maka dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel saluran distribusi (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel volume penjualan (Y), dapat disimpulkan bahwa hipotesis. "Diduga terdapat pengaruh sejumlah saluran distribusi (sub agen dan pangkalan) terhadap volume penjualan barang NPSO pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai." Adalah benar dan dapat dibuktikan dengan analisis secara statistik.

Analisi Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, peneliti menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Sederhana. Analisis Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel dependent (variabel Y), nilai variabel dependent berdasarkan nilai independent (variabel X) yang diketahui. Analisis regresi juga dapat digunakan untuk memahami variabel – variabel bebas mana saja yang dapat berhubungan dengan variabel terikat, serta untuk mengetahui bentuk hubungan

tersebut. Tujuan analisis regresi untuk mendapatkan pola hubungan secara matematis dari variabel X dan variabel Y, dan untuk mengetahui besarnya perubahan variabel X terhadap variabel Y, serta untuk memprediksi variabel Y jika variabel X diketahui.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

(Sugiyono, 2017:300)

**Tabel Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.343	7.957		.169	.867
	Saluran Distribusi	.848	.110	.824	7.710	.000

a. Dependent Variable: Volume Penjualan
Sumber: Data Olahan SPSS Statistics, 2023

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear sederhana pada perhitungan yang telah dilakukan berdasarkan tabel diatas sebagai berikut:

$$Y = 1,343 + 0,848 + 0$$

Dari persamaan regresi linear sederhana diatas dapat diartikan bahwa koefisien B dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan adanya perubahan rata – rata dari Variabel Y terhadap Variabel X dalam satu unit. Dapat diartikan setiap sekali variabel saluran distribusi bertambah satu, maka variabel volume penjualan akan bertambah sebesar 0,848.

Uji Determinasi (R²)

Uji koefisien Determinasi (R²) merupakan alat statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi linear yang cocok dengan data yang diamati. Memberikan informasi tentang seberapa besar variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh

Dari uji regresi linear sederhana diatas dapat diketahui bahwa nilai dari a adalah 1.343, nilai ini menunjukkan bahwa pada saat variabel saluran distribusi (X) bernilai nol (0), maka variabel volume penjualan (Y) menjadi bernilai 1.343, sedangkan nilai dari b sebesar 0,848 menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada variabel saluran distribusi (X) sebesar satu (1) atau 1%, maka variabel volume penjualan (Y) juga meningkat sebesar 0,848 satuan. Demikian pula tanda positif (+) yang berarti adanya pengaruh yang positif antara saluran distribusi terhadap volume penjualan pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM).

model regresi. Semakin tinggi nilai (R²) semakin baik model regresi dari sebuah data dalam penelitian, sehingga uji koefisien determinasi merupakan alat penting untuk mengukur seberapa baik model regresi cocok dengan data.

Tabel 9: Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Skala Interval	Kategori
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup Baik
21% - 40%	Kurang Baik
0% - 20%	Sangat Kurang Baik

Sumber : (Riduwan & Sunarto, 2011:8)

Tabel Uji Koefisien Determinasi (R²)**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.680	.668	2.767

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi

b. Dependent Variabel, Volume Penjualan

Sumber: Data Olahan SPSS Statistics, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi (R) memiliki interval koefisien sebesar 0,824 dimana berada pada interval koefisien 0,80 – 1,000, maka tingkat hubungan koefisien korelasi adalah sangat kuat. Kemudian didapati nilai dari R Square (R²) sebesar 0.680 atau

68%, artinya dapat disimpulkan bahwa variabel independent (saluran distribusi) berpengaruh terhadap variabel dependent (volume penjualan) sebesar 68%, sedangkan sisanya adalah variabel lain yang tidak diamati sebesar 32%.

PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) tentang pengaruh saluran distribusi (subagen dan pangkalan) terhadap volume penjualan barang NPSO serta berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada SubAgen dan Pangkalan serta studi pustaka yang dilakukan penulis maka dapat disimpulkan:

1. Saluran Distribusi pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai berada pada kategori sangat baik. Dilihat dari hasil yang diperoleh dari 30 responden sebanyak 84,7% menyatakan bahwa saluran distribusi pada PT. Indah

Pusaka Mandiri (IPM) sangat baik, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan. Dengan kata lain saluran distribusi yang digunakan akan mempengaruhi volume penjualan barang NPSO pada PT. Indah Pusaka Mandiri.

2. Volume Penjualan pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai berada pada kategori baik. Dilihat dari hasil yang diperoleh dari 30 responden sebanyak 78,9% menyatakan bahwa volume penjualan pada PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) baik. Dimana terdapat bobot nilai yang rendah pada

indikator volume penjualan yaitu pengaturan dan penempatan produk yang teratur, mengadakan pameran, mengadakan diskon atau potongan harga.

3. Didapati pengaruh saluran distribusi (subagen dan pangkalan) terhadap volume penjualan barang NPSO pada

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dari pembahasan serta kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, peneliti berupaya memberikan saran untuk memperbaiki kekurangan yang ada, maka peneliti menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) diharapkan kedepannya dapat mempertahankan dan meningkatkan lagi saluran distribusi yang sudah ada serta mempertimbangkan peningkatan efisiensi dan efektivitas saluran distribusi yang sudah ada. Hal ini dapat mencakup dari peningkatan kerja sama dengan subagen dan pangkalan serta strategi pemasaran yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2022). *Manajemen Pemasaran* (S. Mahdi (ed.)). ALFABETA.
- Adnan, I. M., & Hamim, S. (2013). *Administrasi ORganisasi dan Manajemen: Suatu Ilmu, Teori, Konsep dan Aplikasi* (I. M. Adnan & S. Hamim (ed.)). Trussmedia Grafika. <https://repository.uir.ac.id/5652/>
- Agustina, A., & Sunrowiyati, S. (2018). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/enataran/article/view/437>
- Firmansyah, A., & Mahardhika, B. W. (2018). *PENGANTAR MANAJEMEN* (A. Firmansyah & B. W. Mahardhika

PT. Indah Pusaka Mandiri (IPM) Dumai sebesar 68% dan 32% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti, biaya saluran distribusi, kecukupan jumlah, promosi, harga jual, kondisi pasar, dan perubahan selera konsumen.

2. Untuk volume penjualan pada PT. Indah Pusaka Mandiri diharapkan PT. Indah Pusaka Mandiri dapat menjaga harga yang kompetitif agar tetap bersaing di pasar meningkatkan lagi saluran distribusi yang sudah dimiliki, memfokuskan strategi promosi yang tepat dalam memperkenalkan barang NPSO.
3. Untuk peneltian berikutnya, diharapkan agar melakukan penelitian pada variabel yang tidak diteliti dan penelitian yang sama agar melakukan penelitian pada objek yang berbeda untuk membandingkan hasil dan mengetahui perbedaan dalam pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan.

(ed.)). DEEPUBLISH. https://www.researchgate.net/profile/Muhammad-Firmansyah-4/publication/329587470_PENGANTAR_MANAJEMEN/links/5c2464ba299bf12be39c2b69/PENGANTAR-MANAJEMEN.pdf

- Hendrayani, E., Sitingjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN (Dasar & Konsep)*. In Hartini (Ed.), *Manajemen Pemasaran: Dasar dan Konsep* (Nomor June). MEDIA SAINS INDONESIA.
- Kasman, H. (2015). Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Lafonte Pada PT Bentoro Adisandi Ivena Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(September), 1–6.

- Lubis, E. F., & Indira, T. T. (2023). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AYAM PENYET CINDELARAS BAGAN BATU KABUPATEN ROKAN HILIR. *PubBis: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 7(1), 1-9.
- Maisaroh, S., & Danuri. (2021). ADMINISTRASI DAN SUPERVISI PENDIDIKAN. In Prayitno (Ed.), *CV. Tunas Gemilang Press*. Tunas Gemilang Press. <http://repository.upy.ac.id/2756/>
- Mulyadi, & Winarso, W. (2020). *PENGANTAR MANAJEMEN* (Mulyadi & W. Winarso (ed.)). Pena Persada Redaksi. <http://repository.ubharajaya.ac.id/8002/>
- Purnomo, R. A. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In P. C. A. S.Si. (Ed.), *Cv. Wade Group*. CV. WADE GROUP. [http://eprints.umpo.ac.id/2851/3/Layout Statistik.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/2851/3/Layout%20Statistik.pdf)
- Putra, F. D. (2019). Pengaruh Volume Penjualan Dan Biaya Produksi Kalung Terhadap Laba Pada Hidayah Shop Kuta-Badung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 462. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20127>
- Putri, B. R. T. (2017). MANAJEMEN PEMASARAN. In B. R. T. Putri (Ed.), *Kewirausahaan dan Agribisnis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana*. Kewirausahaan dan Agribisnis di Fakultas Peternakan Universitas Udayana. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Riduwan, & Sunarto. (2011). *Pengantar Statistika: Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*. Alfabeta.
- Sari, R. K. (2018). Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Shampoo Pantene Pada PT Borwita Citra Prima Depo Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH (JEBG)*, 16(1), 29–36.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *MANAJEMEN PEMASARAN* (M. Suardi (ed.); Cetakan I). Samudra Biru (Anggota IKAPI). <http://repository.unmuhjember.ac.id/1>
- Setianingsih, A., Latifah, A., Ningrum, D. S., Pebriani, D., Ningtias, P. A., & Mardi, R. (2019). PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN: Studi Kasus pada PT Sinar Sosro Cabang Rancaekek Bandung. *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 201–214. 2398/1/Dasar-dasar Manajemen Pemasaran.pdf <https://doi.org/10.30868/ad.v3i01.497>
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabet.
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sunyoto, D. (2011). *ANALISIS REGRESI DAN UJI HIPOTESIS* (K. Alamsyah (ed.); Cetakan Pe). CAPS.
- Suparyanto, & Rosad. (2015). *Manajemen pemasaran* (Edisi 1, C). In Media.
- Thamrin, A., & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan ke). PT RajaGrafindo Persada.
- Tjia, H. S., Suharno, S., & Kadafi, M. A. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian. *Kinerja*, 14(2), 92. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i2.2484>
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran* (F. Tjiptono (ed.)). CV. ANDI OFFSET.