

PENGARUH JUMLAH DISTRIBUTOR TERHADAP VOLUME PENJUALAN SEMEN PADA P.T. SEMEN BOSOWA DI KABUPATEN MAROS

Bungatang

STIEM Bongaya Makassar

Email : bungatang40@yahoo.co.id

ABSTRAK

Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh jumlah distributor terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh jumlah distributor terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu jumlah distributor dan variabel terikat yaitu volume penjualan untuk memperoleh hasil analisis regresi sederhana. Populasi penelitian ini adalah keseluruhan data yang memuat tentang jumlah distributor dan volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros. Dengan sampel seluruh data tentang jumlah distributor terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros mulai tahun 2007-2011. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, dokumentasi dan wawancara. Data yang dikumpulkan diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana dengan program komputer SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) dan uji-t.

Hasil persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 348.057 + 2.384$. Hasil analisis *Product Moment* menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) = 0,908 yang menginterpretasikan bahwa jumlah distributor dengan volume penjualan mempunyai tingkat hubungan yang tergolong sangat kuat, hal ini diperkuat dengan pendapat Sugiyono bahwa rentang 0,80-1,000 adalah hubungan yang sangat kuat. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) = 0,825 yang berarti bahwa kontribusi jumlah distributor terhadap volume penjualan sebesar 90,8 %, sedangkan sisanya sebesar 9,2 % ditentukan oleh faktor lain. Berdasarkan hasil Uji-t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,758, sedangkan nilai t_{tabel} pada taraf signifikan 95 % ($\alpha = 0,05$) dan $dk = n - 2$ ($5-2$)=3 diperoleh nilai 2,353. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $3,758 > 2,353$, sehingga hipotesis yang diajukan yaitu jumlah distributor mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros diterima.

Kata Kunci : Jumlah Distributor dan Volume Penjualan

INFLUENCE THE NUMBER OF DISTRIBUTORS TO SALES VOLUME OF CEMENT IN P.T. SEMEN BOSOWA IN MAROS

Bungatang

STIEM Bongaya Makassar

Email : bungatang40@yahoo.co.id

ABSTRACT

The problem in this research is how to influence the number of distributors to sales volume of cement in P.T. Semen Bosowa in Maros. This study aims to determine the effect of the number of distributors to sales volume of cement in P.T. Semen Bosowa in Maros. The variables in this study consists of independent variables, namely the number of distributors and the dependent variable is the volume of sales to obtain the results of a simple regression analysis. The population of this study is to load the entire data on

the number of distributors and sales volume of cement in P.T. Semen Bosowa in Maros. With sample data on the number of distributors throughout the cement sales volume in P.T. Semen Bosowa Maros started in the year 2007-2011. Data was collected through observation, documentation and interviews. The data collected were processed using simple linear regression analysis with the computer program SPSS (Statistics Product and Service Solutions) and t-test.

The results obtained regression equation is $Y = 348\ 057 + 2384$. Product Moment analysis results showed a correlation coefficient (r) = 0.908 which interpret that the number of distributors with sales volume has classified the level of relationship is very strong, this is reinforced by the opinion that ranges from 0.80 to 1.000 Sugiyono is a very strong relationship. While the coefficient of determination (R^2) = 0.825, which means that the contribution amount to the distributor sales volume by 90.8 %, while the remaining 9.2 % is determined by other factors. Based on the results obtained by t-test t-test value of 3.758, while the value of t - table at the 95 % significance level ($\alpha = 0.05$) and $df = n - 2$ (5-2) = 3 value of 2.353 was obtained. This indicates that the t-test is greater than t - table is $3.758 > 2.353$, so the hypothesis that the number of distributors have an influence on the cement sales volume in P.T. Semen Bosowa in Maros accepted.

Key Words : Number of Distributors and Sales Volume

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman kerap kali diikuti dengan beraneka ragamnya aktivitas-aktivitas yang dilakukan masyarakat pada berbagai segi kehidupan. Semakin meningkatnya jumlah kebutuhan yang dirasakan sebagian masyarakat terhadap suatu produk (barang, jasa, ide dan lainnya), merupakan kesempatan pasar yang cukup besar bagi suatu produk. Kondisi demikian memunculkan dua hal penting yang terkait dengan perusahaan yakni peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*).

Pada umumnya tujuan setiap perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan kelanjutan usahanya. Besar kecilnya laba yang diperoleh tersebut menjadi tolak ukur berhasil atau tidaknya manajemen dalam mengelola segala sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, maka untuk menghasilkan suatu produk atau jasa baru bagi perusahaan bukanlah merupakan satu-satunya permasalahan yang utama. Persoalan yang cukup penting yang dihadapi oleh perusahaan dewasa ini adalah bagaimana agar supaya produk atau jasa yang dihasilkan tersebut dapat terjual habis di pasaran sekaligus memberikan kepuasan kepada konsumen. Semakin dirasakannya dampak dari produk atau jasa yang tidak terjual tersebut maka masalah pemasaran menjadi pusat perhatian bagi setiap perusahaan.

Distributor akhirnya menjadi pilihan utama bagi perusahaan untuk menjadi tangan pertama atau menjadi partner dalam menyalurkan produk sampai ke konsumen akhir. Distributor beraktifitas sedemikian rupa seperti melakukan order ke retailer, mencetak fakturnya, dan kemudian mengirim produknya. Proses *selling* yang dilakukan dengan baik oleh distributor dapat menjadikan distributor itu berhasil dengan baik dalam penjualan, bahkan beberapa perusahaan termasuk P.T. Semen Bosowa memiliki banyak distributor.

Adapun menjadi alasan mengapa produsen atau perusahaan menggunakan distributor selain untuk pemasaran produk, yaitu :

1. Distributor telah memiliki pelanggan yang dibinanya bertahun-tahun.
2. Distributor telah menguasai medan atau wilayah sampai mendetail.

3. Distributor sudah mempunyai SDM siap pakai.
4. Distributor memiliki *capital* untuk pengembangan distributornya.
5. Distributor lebih bisa dipercaya dan menanggung resiko atas apa yang dilakukan dalam bisnisnya.

Selain alasan di atas, ada juga alasan lain mengapa perusahaan memilih distributor sebagai partner karena, sebagai sumber informasi seperti seputar program pesaing, data perilaku konsumen, informasi SDM pesaing, informasi produk baru pesaing dan informasi perilaku *store*.

Namun, seiring berjalannya waktu, banyak hal yang memungkinkan munculnya masalah dalam penggunaan distributor baik itu karena distributor masih kurang profesional yang kemudian menyebabkan kinerja yang kurang memuaskan sehingga dapat mempengaruhi volume penjualan. Oleh sebab itu, dalam perjalanannya distributor sebagai partner harus *dimenej* dengan baik termasuk dalam *memenej* jumlah distributor adalah hal yang sangat penting sebab, kesalahan dalam menentukan jumlah distributor akan memungkinkan terhambatnya penyaluran produk ketangan konsumen.

Penetapan jumlah distributor yang tidak tepat akan mengakibatkan produk yang dipasarkan berada jauh diluar jangkauan konsumen dan dapat menggagalkan tujuan perusahaan atau mungkin timbul suatu pemborosan. Dengan kata lain meskipun produk yang dihasilkan telah memenuhi standar yang ditentukan baik bentuk maupun kualitasnya dan juga telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi jumlah distributor tidak memadai untuk menjamin pencapaian produk ke konsumen tersebut. Sesuai dengan tempat dan waktu yang ditentukan maka produk tersebut tidak akan memberikan keuntungan yang maksimal bagi perusahaan.

P.T. Semen Bosowa sebagai perusahaan yang memproduksi semen terbesar di wilayah Timur Indonesia juga mengikut sertakan distributor dalam memasarkan semen yang diproduksinya. Bahkan menggunakan distributor sebagai tangan pertama untuk memasarkan produknya, dan dengan pengharapan bahwa penggunaan distributor yang baik dan tepat dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumen, sehingga tujuan akhir dari perusahaan dapat tercapai yaitu memperoleh laba yang sebesar-besarnya.

Berikut ini akan diperlihatkan data jumlah distributor dan volume penjualan semen P.T. Semen Bosowa tahun 2006-2009.

Tabel 1.
Data Jumlah Distributor dan Volume Penjualan Semen
Pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros

Tahun	Jumlah Distributor	Perubahan (%)	Jumlah Volume Penjualan (ton)	Perubahan (%)
2006	102	-	2.549.122	-
2007	131	28,43	2.929.456	14,92
2008	126	(3,81)	3.176.080	8,42

Sumber : P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros, 2010

Pada data diamati tahun 2006 sampai 2007 distributor mengalami penambahan 29 distributor dengan tambahan volume penjualan sebesar 380.334, kemudian di tahun 2008 mengalami penurunan 5 distributor dengan dibarengi kenaikan volume penjualan sebesar 246.624.

Berdasarkan hal-hal tersebut, maka peneliti menemukan masalah yang perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul Pengaruh Jumlah Distributor terhadap Volume Penjualan Semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh jumlah distributor terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2007 : 2) bahwa variabel merupakan gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati. Variabel itu sebagai atribut dari sekelompok orang atau objek yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lainnya dalam kelompok itu. Berdasarkan topik penelitian yang akan dibahas maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu :

- a) Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen (terikat). Dalam hal ini yang menjadi variabel bebas adalah jumlah distributor yang disimbolkan dengan X.
- b) Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini yang menjadi variabel terikat adalah volume penjualan yang disimbolkan dengan Y.

Definisi Operasional

Definisi operasional adalah batasan-batasan terhadap lingkup variabel yang merupakan indikator penting sebagai penentu keberhasilan suatu penelitian dan merupakan batasan-batasan yang dipakai untuk menghindari interpretasi yang lain terhadap variabel yang diteliti. Adapun definisi operasional penelitian ini yaitu :

- a. Jumlah distributor (lembaga penyalur) adalah lembaga perantara yang menyalurkan semen P.T. Semen Bosowa ke konsumen atau dari pihak penjual ke pihak pembeli.
- b. Volume penjualan adalah jumlah yang dicapai oleh P.T. Semen Bosowa atas penjualan semen yang dijual kepada konsumen melalui proses jual-beli secara kuantitatif.

Pengukuran Variabel

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Jumlah distributor diukur dengan satuan unit distributor.
- b. Volume penjualan diukur dengan berdasarkan satuan kilogram.

POPULASI DAN SAMPEL

Populasi

Menurut Sugiyono (2007 : 55) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh data yang berkaitan dengan keseluruhan data jumlah distributor pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros.

Sampel

Menurut Sugiyono (2007 : 61) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik ini dilakukan atas dasar pertimbangan penulis sendiri, artinya dalam pengambilan sampel penulis memilih langsung objek atau data yang dianggap dapat mewakili populasi dalam penelitian ini. Adapun sampel dalam penelitian ini yaitu data jumlah distributor dan data volume penjualan selama lima tahun terakhir yaitu tahun 2007-2011 pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

1. Observasi, yaitu melakukan pengamatan langsung pada P.T. Semen Bosowa Maros sebagai objek penelitian untuk mendapatkan data yang menyangkut jumlah distributor dan volume penjualan pada P.T.Semen Bosowa dengan yang dibutuhkan.
2. Dokumentasi, yaitu mengumpulkan data melalui dokumen-dokumen menyangkut data yang ingin diteliti dan dalam penelitian ini data yang diperlukan adalah data jumlah distributor dan data penjualan P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros.
3. Wawancara (interview), yaitu mengumpulkan informasi dengan mewawancarai salah satu staf yang bergerak dibagian pemasaran mengenai jumlah distributor dan volume penjualan dan perkembangannya.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, digunakan analisis regresi linear sederhana, yaitu persamaan matematika dimana meramalkan nilai setiap variabel. Persamaan regresi yang dimaksud menurut Sugiyono (2007 : 244) adalah sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana :

\hat{Y} = Variabel terikat (volume penjualan)

X = Variabel bebas (jumlah distributor)

a = Nilai Intercept

b = Koefisien arah regresi

Adapun persamaan yang digunakan untuk mendapatkan nilai a dan b menurut Sugiyono (2007 : 245) digunakan formulasi sebagai berikut :

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{\sum xy - n \bar{x}\bar{y}}{\sum x^2 - n (\bar{x})^2}$$

Untuk mengetahui hubungan kedua variabel antara jumlah distributor dengan volume penjualan maka penulis menggunakan metode korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007 : 213) sebagai berikut :

Dimana : $r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$

r = koefisien korelasi

n = Jumlah

x = Jumlah

y = Volume Penjualan

Sedangkan untuk melihat hasil dari nilai korelasi yang diperoleh apakah kuat atau lemah melalui tabel berikut :

Tabel 2.

Interpretasi korelasi menurut aturan yang konservatif

No.	Rentang Nilai r	Interpretasi
1	0,00 – 0,19	Sangat Rendah
2	0,20 – 0,39	Rendah
3	0,40 – 0,59	Sedang
4	0,60 – 0,79	Kuat
5	0,80 – 0,100	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2007 : 213)

Untuk menghitung signifikan korelasi, maka dilakukan dengan uji-t dengan rumus yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007 : 215) adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = Uji perbandingan (nilai t yang dihitung)

n = Jumlah periode tahun

r = Nilai koefisien korelasi

Kriteria pengujian hipotesis :

- Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf signifikan 5 % maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara jumlah distributor terhadap volume penjualan.
- Apabila nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada taraf signifikan 5 % maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara jumlah distributor terhadap volume penjualan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Jumlah Distributor P.T. Semen Bosowa Maros

Untuk mengimbangi kondisi pasar dewasa ini, maka keputusan untuk menambah jumlah distributor yang akan menyalurkan semen adalah sangat tepat, baik untuk meningkatkan pelayanan pada pasar yang terjangkau maupun mencari pasar-pasar yang potensial yang baru. Hal ini perlu dilakukan guna meningkatkan kegiatan produksi dan pemasaran dari perusahaan lain.

Tabel 3.
Perkembangan jumlah distributor P.T. Semen Bosowa Maros
selama 5 tahun terakhir (2007-2011)

Tahun	Jumlah Distributor	Perubahan (%)
2007	131	-
2008	126	(3,82)
2009	151	19,84
2010	148	(1,99)
2011	155	4,73

Sumber : P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros 2011

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2008 jumlah distributor mengalami penurunan sebesar 126 orang dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2009 mengalami peningkatan sebesar 151 orang dan menurun menjadi 148 pada tahun 2010. Selanjutnya mengalami peningkatan sebesar 155 orang pada tahun 2011. Dapat disimpulkan bahwa jumlah distributor terus mengalami fluktuasi. Penurunan jumlah distributor disebabkan akibat beberapa jumlah distributor memutuskan hubungan kerja.

Analisis Perkembangan Volume Penjualan Semen P.T. Semen Bosowa Maros

Perkembangan volume penjualan semen Bosowa dari tahun ketahun dijadikan sebagai pedoman guna mengetahui sampai sejauh mana hubungan peningkatan volume penjualan Semen Bosowa dengan pertambahan jumlah distributor. Dengan demikian perusahaan diharapkan untuk dapat meningkatkan volume penjualannya. Adapun perkembangan volume penjualan semen P.T. Semen Bosowa dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4.
Perkembangan Volume Penjualan Semen P.T. Semen Bosowa Maros selama 5 tahun terakhir (2007-2011)

Tahun	Volume Penjualan (ton/kg)	Perubahan (%)
2007	2.929.456	-
2008	3.176.080	8,42
2009	3.657.835	15,17
2010	3.442.989	(5,87)
2011	3.742.362	8,69

Sumber : P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros 2011

Berdasarkan tabel di atas pada tahun 2008 dan 2009 volume penjualan mengalami peningkatan sebesar 3.176.080 ton dan 3.657.835 ton. Selanjutnya pada tahun 2010 volume penjualan mengalami penurunan sebesar 3.442.989 ton dan mengalami peningkatan menjadi 3.742.362 ton pada tahun 2011. Dapat disimpulkan perkembangan volume penjualan yang menunjukkan peningkatan mulai tahun 2007 sampai 2009, terbukti dengan terus meningkatnya volume penjualan, dan juga dapat dilihat dari persentase perubahannya, meskipun pada tahun 2010 mengalami penurunan volume penjualan akibat beberapa jumlah distributor memutuskan hubungan kerja.

Analisis Pengaruh Jumlah Distributor terhadap Volume Penjualan pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros.

Tabel 5.
Hubungan antara jumlah distributor dan volume penjualan P.T. Semen Bosowa Maros tahun 2007-2011

Tahun	Jumlah Distributor	Volume Penjualan (ton/kg)
2007	131	2.929.456
2008	126	3.176.080
2009	151	3.657.835
2010	148	3.442.989
2011	155	3.742.362

Sumber : P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros 2011

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semakin bertambah jumlah distributor maka semakin besar pula volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa, dan bila terjadi penurunan jumlah distributor maka akan diikuti dengan penurunan jumlah volume penjualan seperti yang terlihat pada tahun 2010 dimana jumlah distributor menurun yang disebabkan beberapa distributor memutuskan hubungan tanpa alasan yang jelas dan diikuti dengan penurunan volume penjualan. Berdasarkan data pada tabel 6, maka diperoleh hasil pengolahan analisis regresi sederhana, korelasi dan uji-t dengan program SPSS 16 (*Statistic Product and Service Solution 16*) Windows yang terlihat sebagai berikut.

a) Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 6.
Hasil Analisis Data Regresi Linear Sederhana dan Uji-t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	348057.031	9.050E8		.000	1.000
	Volume Penjualan	2.384E7	6.343E6	.908	3.758	.033

a. Dependent Variable : Jumlah Distributor

Dari tabel 6, maka dapat dibuat persamaan regresi linear sederhana dimana nilai a yang diperoleh sebesar 348.057 dan nilai b sebesar 2.384 sehingga bila dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut :

$$\hat{Y} = 348.057 + 2.384$$

b) Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 7.
Hasil Analisis Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.908 ^a	.825	.766	1.63309E8

a. Predictors : (constant), Distributor

Berdasarkan tabel 7 diperoleh nilai R = 0,908 jadi hubungan antara jumlah distributor dan volume penjualan tergolong kuat, hal ini diperkuat dengan pendapat Sugiyono bahwa nilai 0,60-0,799 adalah hubungan yang kuat. Jadi, peningkatan dan penurunan volume penjualan sebesar 0,908 atau 90,8 % dipengaruhi oleh jumlah distributor, sedangkan 9,2 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Uji-t

Uji-t dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh secara langsung dari variabel jumlah distributor (X) terhadap volume penjualan (Y). Adapun keputusan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan adalah jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai probabilitas lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka dikatakan bahwa jumlah distributor (X) berpengaruh terhadap volume penjualan (Y). Sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas lebih besar $\alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa jumlah distributor (X) tidak berpengaruh terhadap volume penjualan (Y), berdasarkan persyaratan tersebut, maka pengaruh jumlah distributor (X) terhadap volume penjualan (Y) dapat dijelaskan berdasarkan hasil perhitungan Uji-t yang disajikan dalam tabel 7 di atas.

Dari tabel 7 di atas dapat dilihat bahwa nilai $t_{hitung} = 3.758$, dan $t_{tabel} = 2.353$ yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. pengujian statistik menunjukkan bahwa jumlah distributor berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hasil pengujian ini berarti peneliti harus menerima H_a dan menolak H_0 , yang berarti hipotesis yang diajukan diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Distributor dalam hal ini menjadi tangan pertama bagi P.T.Semen Bosowa dalam memasarkan produknya.

2. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan $\hat{Y} = 348.057 + 2.384X$, yang berarti bahwa nilai konstanta sebesar 348.057 adalah besarnya volume penjualan yang dapat dicapai tanpa memperhatikan tinggi rendahnya jumlah distributor sedangkan 2.384 yang berarti bahwa setiap peningkatan jumlah distributor 1 unit maka akan terjadi peningkatan volume penjualan sebesar 2.384 pada P.T. Semen Bosowa di Kabupaten Maros. Jadi, ada hubungan yang antara jumlah distributor terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros.
3. Berdasarkan analisis data maka diperoleh t-hitung sebesar 3.758 dan t-tabel sebesar 2.353, jadi t-hitung > t-tabel, dengan demikian tolak H_0 dan terima H_1 , jadi ada hubungan yang signifikan antara jumlah distributor terhadap volume penjualan semen pada P.T. Semen Bosowa Kabupaten Maros atau hipotesis yang diajukan diterima.

Saran

Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan hubungan kerja sama dengan pihak distributor karena sebagian besar penjualan dipengaruhi oleh banyaknya jumlah distributor, oleh karena itu pihak perusahaan bisa sedikit memberikan penghargaan kepada distributor yang melakukan penjualan yang terbesar sebagai bentuk motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Gary. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Canon Joseph P, Perreault William, Jr, dan McCarthy Jerme. 2009. *Dasar Pendekatan Manajemen Global*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Irawan, Wijaya, Fared, Sudjoni. 2001. *Pemasaran (Prinsip dan Kasus)*. Edisi kedua. Cetakan kelima. Yogyakarta : BPFE-UGM.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta : P.T. Indeks Kelompok Gramedia.
- Royan, Frans. 2009. *Distributorship Management*. Jakarta : P.T. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : C.V. Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2001. *Manajemen Penjualan*, Edisi Ketiga Cetakan Kelima. Yogyakarta, BPFE-UGM.
- Amir, Sriyanti Patrys. 2004. *Analisis Biaya Distribusi terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada P.T. Toarco Jaya Cabang Makassar*. FEIS UNM Makassar.
- Pratiwi, Juli Indah. 2004. *Analisis Saluran Distribusi dalam Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Daihatsu Tipe Jip pada P.T. Makassar Raya Motor di Kota Makassar*. FEIS UNM Makassar.
- Umrah, Muhammad. 2004. *Pengaruh Saluran Distribusi terhadap Volume Penjualan pada C.V. Indomega Cabang Makassar*. FEIS UNM Makassar.