

# **PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI TERHADAP HASIL PENJUALAN COKLAT PADA PT. SINAR ELANG MAS**

**WAHAB KELANA DELLI, ESTININGSIH, SE, MM.**

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2008

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : saluran distribusi

Abstraksi :

Dalam kegiatan pemasaran barang dan jasa untuk memperlancar arus kegiatan tersebut dari produsen ke konsumen maupun dengan menggunakan perantara terlebih dahulu, dibutuhkan sesuatu saluran distribusi yang tepat. Hal ini didasari oleh jenis saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Sinar Elang Mas, adapun tujuan perusahaan ini untuk mengetahui saluran distribusi dan bagaimana pengaruh biaya distribusi terhadap hasil penjualan yang dijalankan oleh PT.Sinar Elang Mas dengan membuat data sampel periode Tahun 2001 2005. Dengan menggunakan metodologi untuk mendapatkan data yang akurat maka dilakukan observasi dan wawancara langsung dengan membuat catatan dari sumber pada perusahaan tersebut. Dari pembahasan yang dilakukan bahwa perusahaan menggunakan dua sistem distribusi yaitu distribusi melalui grosir dan distribusi melalui retail. Dari perhitungan koefisien korelasi di dapat 0.020 atau ( 20 % ), maka hubungan antara kedua variabel Sangat lemah karena mendekati nol ( 0 ) dimana apabila biaya distribusi meningkat maka diikuti dengan peningkatan hasil penjualan. Sedangkan koefisien determinasi diperoleh 0.14 ( 14 % ) penjualan perusahaan meningkat karena dipengaruhi biaya distribusi sedangkan sisannya dipengaruhi faktor lain seperti biaya promosi, biaya pemasaran dan selera konsumen. Dari uraian di atas dapat dibuktikan bahwa distribusi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Sinar Elang Mas dapat mempengaruhi dan menarik minat konsumen dengan kelebihan dan kualitas produk yang dimiliki untuk meningkatkan jumlah penjualan coklat untuk tiap tahunnya.