

**STRATEGI DISTRIBUSI FISIK DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA VIXION
PADA CV. RAJAWALI GRAHA MOTOR
TEMBILAHAN**

Sri Astuti
Universitas Islam Indragiri
asri.okt1988@gmail.com

ABSTRACT

Selection of the wrong distribution channel can lead to wastage of costs or waste. Therefore the problem of selecting distribution channels will be very important for companies that want to develop their activities. *This study aims to determine the implementation of physical distribution activities carried out by the company CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan in increasing sales. Furthermore, the data is processed using SPSS 18.0 for windows, instrument testing uses validity, reliability and classic assumption tests. While the data analysis method uses multiple linear regression with a coefficient of determination, F test and t test. The results of calculations on the coefficient of determination (R²) obtained results of 0.878 or 87.8%. Simultaneous testing obtained that significance (0.007) means that the independent variable (X) simultaneously influences the dependent variable (Y). Meanwhile, based on the partial test results, the Order Processing variable has a sig value of 0.417, meaning it does not affect it partially, while the Warehousing variable has a sig value of 0.030, the Transportation Variable has a sig value of 0.002, the Inventory Control Variable has a sig value of 0.043. This proves that the variables Warehousing, inventory control and transportation are variables that partially influence the increase in sales of Yamaha Vixion motorcycles at CV.Rajawali Graha Motor Tembilahan.*

Keywords : Order Processing (X1), Warehousing (X2), Inventory Control (X3), Transportation (X4), Sales (Y).

ABSTRAK

Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan penghamburan biaya atau pemborosan. Oleh sebab itu masalah pemilihan saluran distribusi akan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menginginkan perkembangan kegiatannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan aktivitas distribusi fisik yang dilakukan oleh perusahaan CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan dalam meningkatkan penjualan. Selanjutnya data diolah menggunakan SPSS 18.0 for windows, pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Sedangkan metode analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan koefisien determinasi, uji F dan uji t. Hasil perhitungan pada koefisien determinasi (R²) di peroleh hasil 0,878 atau 87,8%. Pengujian simultan diperoleh bahwa signifikansi (0,007) artinya variabel bebas (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Sedangkan untuk berdasarkan hasil pengujian secara parsial variabel Pemrosesan Pesanan memiliki nilai sig 0,417 artinya tidak berpengaruh secara parsial, sedangkan variabel Pergudangan memiliki nilai sig 0,030, Variabel Transportasi memiliki nilai sig 0,002, Variabel Pengendalian Persediaan memiliki nilai sig 0,043. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Pergudangan, Pengendalian persediaan dan transportasi merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Peningkatan penjualan sepeda motor Yamaha Vixion pada CV.Rajawali Graha Motor Tembilahan.

Kata Kunci : Pemrosesan Pesanan (X1), Pergudangan (X2), Pengendalian Persediaan (X3), Transpotasi (X4), Penjualan (Y)

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Dalam Perkembangan perekonomian dan dunia usaha yang begitu pesat dewasa ini khusus yang bergerak dibidang otomotif menyebabkan persaingan semakin kompetitif dalam dunia usaha. Maka persaingan sesama perusahaan otomotif semakin tajam. Jika perusahaan berada dalam persaingan yang semakin tajam, perusahaan harus segera mengadakan penelitian terhadap pasarnya. Penelitian pasar tersebut bertujuan untuk mengetahui kebutuhan serta selera konsumen dan jika mungkin menstimulir permintaan serta menciptakan langganan.

Hal ini akan menyebabkan arus pendapatan yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk melangsungkan kontinuitasnya tidak dapat diharapkan. Sedangkan kesulitan yang akan timbul di pihak konsumen akan menyebabkan tendensi harga yang meningkat. Tendensi harga yang meningkat terjadi akibat berkurangnya barang yang ditawarkan di pasar. Oleh karena itu sangatlah tepat apabila perusahaan memahami kebijaksanaan distribusi terutama yang menyangkut pemilihan saluran distribusi dan strategi distribusi fisik. Pemilihan dan penentuan saluran distribusi bukan suatu hal yang mudah karena kesalahan dalam memilih saluran distribusi akan dapat menggagalkan tujuan perusahaan yang telah di tentukan.

Pemilihan saluran distribusi yang salah dapat menimbulkan penghamburan biaya atau pemborosan. Oleh sebab itu masalah pemilihan saluran distribusi akan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menginginkan perkembangan kegiatannya. Kesalahan dalam memilih saluran distribusi dapat menghambat usaha penyaluran produk dari produsen ke konsumen meskipun produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan selera konsumen (Stanton, 2003).

Untuk menjamin kelancaran jalannya aktifitas pendistribusian sekaligus meningkatkan volume penjualan produk-produk yang di tawarkan oleh perusahaan maka diperlukan aktifitas-aktifitas yang dapat mengantarkan produk-produk tersebut agar sampai pada waktu dan tempat yang diinginkan oleh konsumen. Salah satu kegiatan alternatifnya disebut dengan distribusi fisik (*physical distribution*). Distribusi fisik melibatkan perencanaan, penerapan dan pengendalian arus fisik materil dan produk akhir dari titik asal ke titik pengguna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan suatu laba (Philip Kotler, 2009). Distribusi fisik adalah kegiatan di mana perusahaan menyimpan, menangani, dan memindahkan barang agar barang tersebut diperoleh para pelanggan pada waktu dan tempat yang tepat. Penjualan adalah suatu usaha yang dilakukan untuk memasarkan barang atau jasa dalam suatu badan atau perusahaan atau distributor kepada konsumen yang memiliki kepentingan atas barang atau jasa tersebut. Di sinilah perlunya mengadakan promosi yang terarah, karena diharapkan dapat memberikan pengaruh penjualan positif terhadap meningkatnya penjualan. (Sugiyono,2004). Yamaha yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi otomotif tidak terlepas akan persaingan yang semakin tajam. Banyak perusahaan yang sejenis berusaha memberikan yang terbaik kepada setiap pelanggannya. Pesaing terdekatnya yaitu Honda terus-menerus berusaha mempertahankan pangsa pasar yang telah dimilikinya. Dari data penjualan sepeda Yamaha Vixion yang dilakukan CV. Rajawali Graha Motor selama 5 tahun terakhir ini bervariasi tingkat penjualannya, namun pada tahun 2021 dan tahun 2022 tingkat penjualan mengalami penurunan hal ini disebabkan karena banyaknya pesaing yang juga menciptakan dan meluncurkan sepeda motor seperti Suzuki dan Honda begitu juga dengan data konsumen yang inden dalam setiap pembelian sepeda motor Yamaha pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilaan.

Realisasi waktu tunggu atau inden secara umum sesuai dengan waktu tunggu rata-rata yaitu 30 hari dan realisasinya selama 7 hari namun ada beberapa produk Yamaha yang waktu tunggu tidak sesuai hal ini disebabkan oleh transportasi, stock, cuaca, dan kendala distribusi lainnya.

Jenis inden untuk untuk sepeda motor Yamaha New Vixion terdiri dari 5 jenis pilihan inden yaitu pilihan warna, pilihan velg standar, pilihan velg cw, manual, stater. Dengan waktu tunggu rata-rata 30 hari dan waktu realisasi 14 hari.

Berdasarkan data-data tabel diatas dan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan sebuah karya tulis yang berbentuk penelitian dengan judul **"STRATEGI DISTRIBUSI FISIK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN SEPEDA MOTOR YAMAHA VIXION PADA CV. RAJAWALI GRAHA MOTOR TEMBILAHAN"**.

Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari dari uraian diatas, maka masalah yang akan dibahas dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut "Bagaimana pelaksanaan Strategi Distribusi Fisik dalam meningkatkan penjualan pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilaan".

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pelaksanaan aktifitas distribusi fisik yang di lakukan oleh perusahaan CV. Rajawali Graha Motor Tembilaan dalam meningkatkan penjualan.

B. TELAHAH PUSTAKA

1. Distribusi Fisik

a. Pengertian

Dalam usahanya untuk memenuhi dan memuaskan konsumen, suatu produk haruslah bermanfaat. Agar kemanfaatan itu tercapai, maka perusahaan haruslah menyediakan barang pada waktu yang tepat, dan juga pada tempat yang tepat yang diinginkan atau yang terdekat dengan konsumen. Untuk mengetahui pengertian Distribusi Fisik, menurut Stanton (2003:98):

"Distribusi Fisik (*physical distribution*) terdiri dari semua kegiatan yang bertalian dengan memindahkan produk-produk yang tepat, dan jumlah yang tepat ke tempat yang tepat pada saat yang tepat pula".

Sedangkan menurut Philip Kotler (2009:193):

"Distribusi Fisik melibatkan perencanaan, penerapan dan pengendalian arus fisik material dan produk akhir dari titik asal ke titik penggunaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan suatu laba".

b. Tujuan Distribusi Fisik

Penyampaian barang ke pelanggan merupakan tujuan akhir yang ingin dicapai oleh perusahaan yang menghasilkan suatu barang. Masalahnya adalah produk tersebut tidak dapat mengalir dari produsen ke konsumen secara otomatis. Dalam hal ini, distribusi fisik memegang peranan penting, dalam memindahkan barang dan menyimpan barang ke tempat dan pada tempat dan pada saat barang dibutuhkan, dengan tingkat pelayanan yang baik dan biaya distribusi yang minimal.

Dalam konsep marketing modern dijelaskan bahwa perusahaan mencapai laba melalui kepuasan konsumen. Hal ini berarti perusahaan harus memperbaiki pelayanannya terhadap konsumen, karena tingkat pelayanan kepada konsumen mempengaruhi permintaan secara langsung.

Menurut Kotler (2003:257), pelayan yang dapat dilakukan antara lain :

- 1) Kecepatan melayani dan menyerahkan pesanan
- 2) Kesiadaan pihak supplier untuk melayani kebutuhan yang tidak terduga sebelumnya
- 3) Ketelitian dalam penyerahan barang-barang untuk menjamin sampai ke tujuan dalam keadaan baik.
- 4) Kesiadaan supplier untuk menerima kembali barang rusak atau cacat, dan mengganti kembali dengan cepat

- 5) Kesiediaan untuk menyiapkan persediaan bagi pelanggan
- 6) Tersedianya jumlah pilihan mengenai sasaran angkutan yang dapat digunakan

c. **Aktivitas-aktivitas Distribusi Fisik**

Menurut Philip Kotler dalam bukunya yang berjudul "Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol Jilid II" yang disadur oleh Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. (2000:197), yang perlu diperhatikan pada aktivitas distribusi fisik adalah :

- 1) Bagaimana seharusnya pesanan ditangani? (pengolahan pesanan)
- 2) Dimana persediaan harus ditempatkan? (pergudangan)
- 3) Berapa banyak persediaan yang harus ditangani? (persediaan)
- 4) Bagaimanakah seharusnya barang diangkut? (transportasi)

Apabila lokasi persediaan dan pergudangan sangat jauh, maka untuk memenuhi pesanan tepat pada waktunya diperlukan suatu sistem pengangkutan atau pengiriman yang baik. Aktivitas distribusi fisik perlu mendapat perhatian yang khusus, karena pada saat ini biaya pengangkutan, biaya gudang, dan biaya lainnya semakin meningkat dan hal ini akan dapat memberikan pengaruh terhadap penjualan.

Agar pelaksanaan aktivitas distribusi fisik berjalan dengan baik, maka segala keputusan harus diambil berdasarkan keseluruhan sistem, tidak hanya menekankan pada satu atau dua aktivitas dari keseluruhan aktivitas dalam distribusi fisik. Hal ini dikarenakan antara aktivitas yang satu dengan aktivitas yang lainnya saling berkaitan. Dengan demikian yang harus diperhatikan adalah bagaimana merencanakan dan melaksanakan sistem distribusi fisik yang terpadu dan terkoordinir yang akan membawa dampak yang positif terhadap penjualan.

Ke empat aktivitas Distribusi Fisik harus dilihat sebagai satu sistem yang terintegrasi. Keputusan atas salah satu aktivitas, akan mempengaruhi dan sekaligus dipengaruhi aktivitas-aktivitas yang lain.

Menurut Kotler (2003:197), Distribusi Fisik merupakan suatu sistem yang secara umum terdiri dari empat komponen :

- 1) Pemrosesan Pesanan (*order processing*)

Distribusi Fisik dimulai dengan adanya pesanan dari pihak konsumen atau pembeli. Bagi perusahaan perlu menetapkan suatu prosedur untuk dapat memenuhi dan melayani pesanan dengan cepat.

Aktivitas pemrosesan pesanan menyangkut pengambilan order, ketepatan pengisian order, pengiriman order, dan waktu yang dibutuhkan dari saat order diterima sampai pada saat barang diterima pembeli, serta persiapan pengajuan rekening, pemberian kredit, dan mengumpulkan tagihan-tagihan yang lalu (Kotler, 2003:197). Proses ini dapat berjalan dengan lancar, cepat dan akurat. Pada tahap ini kelancaran arus informasi antara berbagai bagian yang terkait sangat menentukan kelancaran pelaksanaan pekerjaan. Oleh karena itu, diperlukan adanya satu tim kerja yang terpadu, sehingga segala pekerjaan yang berhubungan dengan pemrosesan pesanan dapat dilakukan dengan cepat dan benar.

Pesanan yang diterima perusahaan dari konsumen atau pembelian harus dipenuhi dengan cepat dan tepat. Hal ini ditujukan untuk menjamin kepuasan konsumen melalui jasa pelayanan yang baik dan dapat diandalkan oleh pihak perusahaan.

Adapun aktivitas pemrosesan pesanan dipengaruhi oleh 2 (dua) faktor, yaitu :

- a) Waktu daur pemesanan (*order cycle time*)

Merupakan aktivitas yang diperlukan secara normal oleh suatu perusahaan, untuk melayani pesanan dari saat pemesanan dilakukan sampai pesanan tersebut dikirim.

b) Kendala penyerahan (*delivery reliability*)

Merupakan persentase kemampuan perusahaan untuk menyerahkan pesanan tepat pada waktunya, sesuai dengan *order cycle time* yang ditentukan.

Suatu prosedur pesanan yang berbelit-belit dan lambat, dapat mengakibatkan konsumen atau pembeli meninggalkan perusahaan dan lari ke perusahaan lain yang sejenis yang pelayanannya lebih baik. Tentu hal ini akan sangat merugikan bagi pihak perusahaan.

2) Pergudangan (*warehousing*)

Fungsi pergudangan bagi suatu perusahaan sangat penting, karena suatu pengiriman barang dari pihak penyalur ke pihak konsumen mempunyai waktu yang tidak sama. Disini dibedakan dua aktivitas dalam Distribusi Fisik, yaitu antara penyimpanan dengan pergudangan. Penyimpanan merupakan kegiatan pemasaran yang meliputi proses menahan produk dan menjaga kualitasnya mulai saat produksi sampai saat produk itu dijual (Kotler, 2003:197). Sedangkan pergudangan meliputi penyimpanan ditambah sederatan fungsi-fungsi, seperti perakitan (*assembling*), pemecahan (*bulk breaking*), dan penyiapan produk-produk untuk diangkut kembali. Jadi pergudangan mempunyai pengertian yang lebih luas jika dibandingkan dengan penyimpanan.

Suatu perusahaan mempunyai pilihan untuk memiliki gudang sendiri atau menggunakan jasa gudang umum. Gudang milik sendiri akan digunakan jika perusahaan mengalirkan sebagian besar produknya lewat gudang dan terdapat sedikit atau tidak sama sekali pengaruh perubahan musim. Gudang umum menyediakan fasilitas penimbunan serta fasilitas pindah-memindah barang bagi setiap orang atau perusahaan yang memerlukan. Pelanggan hanya membayar luas ruang yang mereka sewa dan hanya selama waktu mereka benar-benar menggunakannya.

Tipe-tipe fasilitas pergudangan umum meliputi :

- a) Gudang untuk barang dagangan umum, yaitu gudang yang praktis menyimpan setiap produk yang perlu terlindungi dari cuaca akan tetapi tidak memerlukan persyaratan khusus mengenai suhu kelembaban atau pemindahan.
- b) Gudang barang-barang khusus, yaitu gudang yang digunakan untuk menyimpan barang-barang yang cepat rusak.
- c) Gudang pendinginan (*cold storage warehousing*), yaitu gudang yang digunakan untuk menyimpan barang-barang yang tergantung pada suhu agar tahan lama.

Perusahaan dapat juga menggunakan kombinasi antara gudang umum dengan gudang milik sendiri. Gudang milik sendiri digunakan untuk memenuhi kebutuhan dasar sepanjang tahun, sedangkan gudang umum dipakai untuk menghadapi kebutuhan puncak dan dalam jangka waktu yang pendek. Dengan demikian, diperlukan kebijakan yang pada akhirnya dapat memberikan keputusan untuk memilih pemakaian gudang sehingga dalam operasionalnya dapat tercapai suatu hasil yang lebih efektif dan efisien.

3) Pengendalian Persediaan (*inventory control*)

Merupakan Keseimbangan antara jumlah persediaan yang disimpan agar tidak terjadi kelebihan persediaan atau kekurangan persediaan terhadap pemenuhan pesanan dari pembeli dengan cepat, tepat, dan teliti (Kotler, 2003:198). Dengan kata lain, selalu diupayakan tingkat persediaan yang optimal. Bagi perusahaan perantara (grosir dan pengecer), persediaan merupakan biaya terbesar dalam aktivitas distribusi fisik. "Pengendalian Persediaan adalah aktivitas-aktivitas yang menyelenggarakan pencatatan item-item persediaan pada tingkat-tingkat tertentu".

Kesalahan dalam menetapkan besarnya persediaan akan mengurangi kesempatan untuk memperoleh laba. Keadaan kelebihan persediaan menyebabkan biaya penyimpanan, biaya pemeliharaan akan tinggi dan memperbesar kemungkinan kerugian karena barang menjadi rusak, usang atau kualitas menurun. Sedangkan kekurangan persediaan menyebabkan pembatalan pesanan pembelian yang masuk. Disini diperlukan manajemen persediaan yang sesuai dengan tingkat penjualan yang diharapkan oleh perusahaan. Tujuan dari pengendalian persediaan ialah untuk meminimumkan investasi dan fluktuasi pada persediaan, sementara pada saat yang sama memenuhi pesanan dari pelanggan dengan cepat dan tepat.

Dalam rangka menentukan tingkat persediaan yang tepat, perusahaan harus mengetahui kapan pemesanan harus dilakukan dan berapa jumlah yang akan dipesan dengan menyeimbangkan antara biaya-biaya penyimpanan dan biaya-biaya pemesanan dengan jumlah yang dibutuhkan dalam satu periode.

Dalam hal ini, perusahaan harus menentukan ramalan penjualan (*sales forecasting*) untuk permintaan yang akan datang. Sebab dengan mengetahuinya, penentuan tingkat persediaan yang optimal akan tercapai.

4) Transportasi

Pada dasarnya pengangkutan atau pemindahan barang dengan transportasi ini bertujuan untuk menciptakan atau menaikkan kegunaan dari barang yang diangkut. Pengangkutan dapat menciptakan kegunaan tempat dan waktu. Kegunaan tempat dalam hal ini adalah menambah nilai ekonomi atau kegunaan dari suatu komoditi yang diciptakan dengan mengangkutnya dari suatu tempat dimana barang tersebut mempunyai kegunaan yang lebih kecil ke tempat dimana barang tersebut mempunyai kegunaan yang lebih besar. Sedangkan kegunaan waktu dapat tercipta apabila sistem pengangkutan yang digunakan dapat memenuhi kebutuhan manusia dengan menghadirkan barang yang bersangkutan.

Setelah perusahaan menentukan salah satu atau kombinasi dari model pengangkutan seperti yang telah dikemukakan diatas, selanjutnya perusahaan harus menentukan apakah model pengangkutan yang akan dipergunakan. Seperti yang dikemukakan oleh Philip Kotler (2000:239) ada tiga macam jenis transportasi, yaitu :

- a) Pengangkutan umum (*common carriers*)
- b) Pengangkutan kontrak (*contract carriers*)
- c) Pengangkutan pribadi (*private carriers*)

Jika ternyata dengan menggunakan angkutan sendiri perusahaan harus mengeluarkan biaya yang lebih besar jika dibandingkan dengan menyewa dari pihak lain, maka sebaiknya perusahaan tersebut menyewa jasa pengangkutannya dari pihak lain.

Keuntungan jika menggunakan armada milik perusahaan sendiri antara lain adalah :

- a) Biaya lebih murah
- b) Ketepatan waktu cukup terjamin
- c) Dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang bergerak
- d) Kendaraan dapat dimanfaatkan untuk keperluan lain dengan leluasa

Kelemahan jika menggunakan armada milik perusahaan sendiri antara lain adalah :

- a) Menambah pengeluaran perusahaan yang cukup besar
- b) Memerlukan manajemen khusus

2. Penjualan

Pengertian penjualan menurut Sutanto (1999:9) adalah "usaha yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan barang kebutuhan yang dihasilkannya kepada mereka yang membutuhkan dengan imbalan uang menurut harga yang telah disepakati"

Dan Menurut Philip Kotler yang dialih bahasakan oleh Benyamin molan (2005:21) penjualan adalah " menjual lebih banyak barang kepada lebih banyak orang untuk membeli suatu barang yang ditawarkan perusahaan yang bertujuan untuk memperoleh laba".

Sedangkan pengertian penjualan menurut Lim Tanujaya (2004:9) adalah suatu konsep yang berupaya menyakinkan konsumen untuk membeli suatu produk".

Berdasarkan kedua pengertian penjualan di atas dapat diartikan bahwa penjualan adalah usaha kegiatan menyampaikan barang kebutuhan yang dihasilkan produsen kekonsumen dengan harga yang telah disepakati yang bertujuan mengarahkan pembeli untuk membeli produk.

3. Strategi Distribusi Fisik

Strategi distribusi fisik memungkinkan perusahaan memperkuat posisinya dalam pasar dengan cara memberikan lebih banyak kepuasan dalam pasar dengan cara memberikan lebih banyak kepuasan pelanggan dan dengan merendahkan biaya usaha. Menurut William J. Stanton (2000:434) kegunaan strategi distribusi fisik meliputi :

- a. Meningkatkan pelayanan pelanggan
- b. Mengurangi biaya distribusi
- c. Menciptakan waktu dan tempat yang tepat
- d. Stabilitas harga
- e. Mempengaruhi pemilihan saluran dan lokasi perantara
- f. Meminimalkan biaya pengiriman
- g. Keuntungan dari penyederhanaan peraturan pemerintah

C. METODE PENELITIAN

Waktu dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilihan, yang berlokasi di Jl. Kapten Muktar Tembilihan dan waktu penelitian dilaksanakan pada tahun 2022.

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

- 1) Data kuantitatif yaitu data yang diukur dalam berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan
- 2) Data kualitatif yaitu data yang tidak dapat diukur dalam bentuk gambar, melainkan data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.

Sumber Data

- 1) Data Primer yaitu informasi yang penulis peroleh berdasarkan pengamatan melalui wawancara langsung pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilihan.
- 2) Data sekunder yaitu data yang penulis kumpulkan dari CV. Rajawali Graha Motor Tembilihan. Data tersebut antara lain berupa struktur organisasi dan sebagainya.

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2002:57). Sementara menurut Ridwan (2002:3), mengatakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian.

Sementara sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti), (Arikunto, 2000:117). Menurut Sugiyono (2002:57) bahwa sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilihan. Populasi penelitian ini adalah

keseluruhan dari objek penelitian, yakni karyawan pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilihan. Oleh karena jumlah populasi karyawan sebanyak 11 orang, yang merupakan kurang dari 100 orang, maka sampel yang digunakan menggunakan sampling jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah sensus. (Sugiyono, 2010:217).

Metode Pengambilan Data

- a. Wawancara
Yaitu penulis melakukan secara langsung tanggung jawab atau interview dengan responden untuk mendapatkan keterangan atau informasi yang berguna penelitian ini.
- b. Penelitian Lapangan
Yaitu penulis melakukan dilapangan untuk mendapatkan informasi dan data yang diperoleh yang akurat.
- c. Studi Pustaka
Hal ini dimaksud untuk mendapatkan data dan informasi yang berhubungan dengan materi penelitian. Dilakukan dengan mempelajari buku-buku, hasil laporan lain yang ada referensinya.

Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh lingkungan kerja terhadap semangat kerja pegawai pada Dinas Pertambangan dan Energi Kabupaten Indragiri Hilir dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 18,0 yang merupakan salah satu aplikasi komputer untuk menganalisis data statistik. Analisa data tersebut diantaranya:

a. Uji Instrument

- 1) Uji Validitas
Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.
- 2) Uji Reliabilitas
Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2002:178). Menurut Sugiyono instrumen dikatakan reliabel, jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) sebesar $\alpha = 0,05$ atau lebih. (Ghozali, 2005:133)

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode ini untuk meramalkan berapa kuatnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Model peramalan regresi linier berganda menurut Sugiyono (2005:250) yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Dimana :

- Y = Variabel terikat yaitu penjualan
- a = konstanta
- b_1 = koefisien regresi variabel bebas ke-1
- X_1 = Pemrosesan Pesanan
- X_2 = Pergudangan
- X_3 = Pengendalian Persediaan
- X_4 = Transportasi
- e = standar *error*

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan diatas dan untuk mengetahui signifikan/tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Untuk membuktikan kebenarannya antara lain adalah Uji Determinasi, Uji Parsial (t) dan Uji F

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) di gunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil bararti variabel dependen sangat terbatas (Ghozali:2005). Nilai yang mendekati 1 berarti variabel – variabel independen memberikan semua informasi yang di butuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t-statistik di maksud untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan variabel lain di anggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95 % ($\alpha = 0,05$). Uji ini dilakukan sekaligus untuk melihat koefisien regresi secara individual varabel penelitian.

3) Uji Simultan (uji F)

Digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat, (Sugiyono, 2005:250)

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Dari pengujian validitas instrument penelitian (kuisisioner) dengan masing-masing pertanyaan mendapatkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, yang mana r_{tabel} dari 31 responden adalah 0,355, sehinga keseluruhan instrumen penelitian tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam tabel diatas dinyatakan reliabel dengan hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan (*reliabilitas*) diatas 0,60 artinya seluruh variabel tersebut diatas dinyatakan reliabel (dapat diterima).

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,552	1,691		1,509	,182		
PemrosesanPesanan	,224	,257	,193	,871	,417	,417	2,400
Pergudangan	,628	,222	,696	2,826	,030	,336	2,974
PenendalianPersediaan	,977	,382	,859	2,555	,043	,180	5,547
Transportasi	,816	,149	,914	5,487	,002	,734	1,363

a. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Output SPSS 18.0 for Windows

Hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dapat dirumuskan kedalam persamaan sebagai berikut.

$$Y = 2,552 + 0,224X_1 + 0,628 X_2 + 0,977 X_3 + 0,816 X_4 + E$$

Persamaan regresi diatas mempunyai makna sebagai berikut :

- Koefisien regresi untuk variabel X_1 yaitu variabel Pemrosesan Pesanan sebesar 0,224. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa Pemrosesan Pesanan berpengaruh positif terhadap Penjualan. Hal ini menggambarkan ketika Pemrosesan Pesanan naik, maka Penjualan akan naik.
- Koefisien regresi untuk variabel X_2 yaitu Pergudangan sebesar 0,628. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa Pergudangan berpengaruh positif

terhadap Penjualan. Hal ini menggambarkan ketika Pergudangan naik, maka Penjualan akan naik.

- c. Koefisien regresi untuk variabel X_3 yaitu Pengendalian Persediaan sebesar 0,977. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa Pengendalian Persediaan berpengaruh positif terhadap Penjualan. Hal ini menggambarkan ketika Pengendalian Persediaan naik, maka Penjualan akan naik.
- d. Koefisien regresi untuk variabel X_4 yaitu Transportasi sebesar 0,816. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa Pengendalian Persediaan berpengaruh positif terhadap Penjualan. Hal ini menggambarkan ketika Transportasi naik, maka Penjualan akan naik.

3. Uji Hipotesis

a. Koefisien determinasi

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,937 ^a	,878	,796	1,32774	,878	10,773	4	6	,007	1,853

a. Predictors: (Constant), Transportasi, PemrosesanPesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan
b. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Output SPSS 18.0 for Windows

Hasil uji dari koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini, pada tabel dibawah ini menunjukkan bahwa nilai adjusted R^2 sebesar 0,878 hal ini berarti 87,8% variabel Penjualan dipengaruhi oleh empat variabel penjelas yaitu Pemrosesan Pesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan, dan Transportasi. Sisanya 12,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disetarakan dalam variabel penelitian ini.

b. Uji Statistik t (uji Parsial)

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Koef. Regresi	Nilai t	Sig
Pemrosesan Pesanan (X_1)	,224	,871	,417
Pergudangan (X_2)	,628	2,826	,030
Pengendalian Persediaan (X_3)	,977	2,555	,043
Transportasi (X_4)	,816	5,487	,002

Sumber : Output SPSS 18.0 for Windows

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka berdasarkan tabel diatas secara terperinci dihasilkan pengujian sebagai berikut :

- 1) Pemrosesan Pesanan
Hasil analisis terdapat nilai sig 0,417. Nilai sig lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,417 > 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Variabel X_1 mempunyai t hitung yakni 0,871 dengan t tabel 2,201. Jadi $t_{hitung} X_1 0,871 < t_{tabel} 2,201$. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Pemrosesan Pesanan merupakan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan.
- 2) Pergudangan
Hasil analisis terdapat nilai sig 0,030. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,030 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_2 mempunyai t hitung yakni 2,826 dengan t tabel 2,201. Jadi $t_{hitung} X_2 2,826 > t_{tabel} 2,201$. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Pergudangan (X_2) merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan.
- 3) Pengendalian Persediaan
Hasil analisis terdapat nilai sig 0,043. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,043 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_3 mempunyai t hitung yakni 2,555 dengan t tabel 2,201. Jadi $t_{hitung} X_3 2,555 > t_{tabel}$

2,201. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Pengendalian Persediaan (X_3) merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan.

4) Transportasi

Hasil analisis terdapat nilai sig 0,002. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,002 < 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Variabel X_4 mempunyai t hitung yakni 5,487 dengan t tabel 2,201. Jadi $t_{hitung} X_4 5,487 > t_{tabel} 2,201$. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel Transportasi (X_4) merupakan variabel yang berpengaruh secara parsial terhadap Penjualan

c. Uji F (simultan)

Uji F statistik digunakan untuk melihat apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75,968	4	18,992	10,773	,007 ^a
	Residual	10,577	6	1,763		
	Total	86,545	10			

a. Predictors: (Constant), Transportasi, Pemrosesan Pesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan

b. Dependent Variable: Penjualan

Sumber : Output SPSS 18.0 For Windows,

Pengujian hipotesis mengenai variabel Pemrosesan Pesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan dan Transportasi secara simultan pada tabel diatas diperoleh nilai signifikannya sebesar 0,007. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa nilai signifikan pada tabel diatas ($0,007a$) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel Pemrosesan Pesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan dan Transportasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

penelitian di lapangan dan setelah diolah tentang Strategi Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian tentang Strategi Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan, diperoleh :

a. Persamaan regresi linier berganda

$$Y = 2,552 + 0,224X_1 + 0,628 X_2 + 0,977 X_3 + 0,816 X_4 + E$$

b. Hasil pengujian secara parsial :

1) Variabel Pemrosesan Pesanan (X_1) didapat $t_{hitung} 0,871 < t_{tabel} 2,201$ (tidak berpengaruh)

2) Variabel Pergudangan (X_2) didapat $t_{hitung} 2,826 > t_{tabel} 2,201$.

3) Variabel Pengendalian Persediaan (X_3) didapat $t_{hitung} 2,555 > t_{tabel} 2,201$.

4) Variabel Transportasi (X_4) didapat $t_{hitung} 5,487 > t_{tabel} 2,201$.

Yang paling dominan pada Strategi Distribusi Fisik Dalam Meningkatkan Penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan adalah transportasi didapat $t_{hitung} 5,487 > t_{tabel} 2,201$.

2.a. Hasil perhitungan pada pengujian secara simultan diperoleh nilai signifikannya sebesar 0,007. Dengan demikian dapat dibandingkan bahwa nilai signifikan ($0,007a$) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti variabel Pemrosesan Pesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan dan Transportasi

secara bersama-sama berpengaruh terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan.

- b. Dari koefisien determinasi (R^2) di peroleh hasil 0,878 hal ini berarti 87,8% variabel Penjualan dipengaruhi oleh empat variabel penjelas yaitu Pemrosesan Pesanan, Pergudangan, Pengendalian Persediaan, dan Transportasi. Sisanya 12,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disetarakan dalam variabel penelitian ini.

Saran

Saran-saran yang di ajukan sebagai bahan pertimbangan dalam Strategi Distribusi Fisik pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan sebagai upaya peningkatan penjualan adalah sebagai berikut :

1. Peneliti yang akan datang dan masih dalam tema yang sama dengan penelitian ini dapat membandingkan antar obyek penelitiannya. Serta optimalisasi variabel dengan cara memperbanyak jumlah indikator sesuai dengan yang terdapat dalam teori supaya tiap variabel dapat dijelaskan secara detail.
2. Strategi distribusi fisik secara keseluruhan adalah cukup berpengaruh terhadap penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion, tetapi mengingat banyak sekali faktor-faktor dalam meningkatkan penjualan, pihak perusahaan harus tetap memperhatikan faktor-faktor lain sehingga dapat lebih meningkatkan penjualan Sepeda Motor Yamaha Vixion pada CV. Rajawali Graha Motor Tembilahan

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Edisi Revisi V. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Armstrong, Gary, Philip Kotle,; Geoffrey da Silva. 2005. *Marketing: An Introduction An Asian Perspective*. Prentice-Hall. New Jersey: Upper Saddle River.
- Bernard Taylor III. 2005. *Sains Manajemen edisi 8*, Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari Alma. 2008. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Cristina Widya Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fred R. David. 2004. *Manajemen Strategis*. Jakarta: PT. Indeks.
- Freddy Rangkuti. 2005. *Analisis SWOT Konsep Perencanaan Strategis*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama,
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Irianto, Agus. 2004. *Statistik, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana
- Kodrat, David Sukardi. 2009. *Manajemen Distribusi Berbasis Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Ghara Ilmu.
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, 11th ed*. Prentice Hall. New Jersey: Upper Saddle River
- Kotler, Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas jilid 1*, Jakarta: PT. Indeks.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas jilid 2*, Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran Milinium*. Jakarta: Pren Hallindo.
- Nico J.J. Koroh. 2008. *Kamus Marketing*. Jakarta: PT. Talenta Mulia Aksara
- Sofjan Assauri. 2009. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada,
- Solomon, Michael R. 2000. *Consumer Behavior. Buying, Having and Being. 5th ed*. Prentice Hall. New Jersey: Upper Saddle River.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Edisi 11*. Bandung: PT. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Edisi Pertama*. Indonesia: Ghalia
- Swasta Basu. 2000. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Liberty.