



**EVALUASI KINERJA SALURAN DISTRIBUSI PADA
PERUSAHAAN ROTI MULTI RASA
DI JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

DWI WELDY ARISANDI
NIM. 040810291129

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**



**EVALUASI KINERJA SALURAN DISTRIBUSI PADA
PERUSAHAAN ROTI MULTI RASA
DI JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

DWI WELDY ARISANDI

NIM. 040810291129

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2010**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : EVALUASI KINERJA SALURAN DISTRIBUSI PADA
PERUSAHAAN ROTI MULTI RASA DI JEMBER

Nama : Dwi Weldy Arisandi

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Suwardi, MM
NIP 19540719 198211 1 001

Dra. Sudarsih, M.Si
NIP 19621212 199201 2 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP 19610729 198603 2 001

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER-FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Dwi Weldy Arisandi
NIM : 040810291129
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : EVALUASI KINERJA SALURAN DISTRIBUSI PADA
PERUSAHAAN ROTI MULTI RASA DI JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 24 Mei 2010
Yang menyatakan,



Dwi Weldy Arisandi
NIM. 040810291129

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Evaluasi Kinerja Saluran Distribusi Pada Perusahaan Roti Multi Rasa di Jember “.Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kinerja saluran distribusi pada perusahaan Roti Multi Rasa di Jember. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan metode pengumpulanya menggunakan informasi yang didapatkan berasal dari perusahaan berupa data primer dan sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah alat *Profit Margin* (tingkat laba),*Benefit Cost Ratio* (tingkat efisiensi) dan *Coefisient Of Varition* (tingkat resiko). Hasil dari perhitungan *Profit Margin* (PM) ketiga saluran distribusi, saluran distribusi Produsen – konsumen adalah saluran distribusi yang mempunyai tingkat efisiensi tertinggi sebesar 30,99%. Berdasarkan perhitungan *Benefit Cost Ratio* dari ketiga saluran distribusi tersebut mempunyai keuntungan yang berbeda yaitu saluran distribusi dari produsen – konsumen sebesar 44,95 %, saluran distribusi Produsen – Pengecer – Konsumen sebesar 41,70 %, dan saluran distribusi Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen sebesar 26,12 %. Berdasarkan perhitungan *Coefisient Of Variation*, saluran distribusi yang memiliki tingkat resiko terkecil yaitu saluran distribusi Produsen – Konsumen sebesar 6,49 %. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan dari ketiga saluran distribusi diatas saluran distribusi Produsen – Konsumen memiliki tingkat keuntungan yang cukup tinggi, paling efisiensi dan memilki tingkat resiko yang sangat kecil. Penelitian ini menyarankan dalam rangka meningkatkan tingkat keuntungan, perusahaan harus mampu memotivasi masing – masing saluran agar dapat menambah omset penjualan, untuk perencanaan lebih lanjut perusahaan masih perlu mengkaji peluang ketiga saluran distribusi tersebut agar dapat mewujudkan tujuan bagi perusahaan baik tujuan jangka panjang maupun jangka pendek, dan perusahaan perlu melihat adanya kemauan dari para konsumen terhadap saluran distribusi yang memberikan kenyamanan bagi para konsumen, sehingga perusahaan dapat melakukan penyesuaian antara kemauan konsumen dengan kepentingan perusahaan.

Kata kunci : *Profit Margin, Benefit Cost Ratio, Coefisient Of Variation*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.2 Pengertian <i>Marketing Mix</i>	5
2.1.3 Pengertian Saluran Distribusi	6
2.1.4 Perantara Pemasaran dan Alternatif Saluran Distribusi Barang Konsumsi	6

2.1.5 Peranan dan Fungsi Saluran Distribusi.....	9
2.1.6 Alasan Digunakan Perantara.....	10
2.1.7 Faktor – Faktor Penting Dalam Pemilihan Saluran Distribusi	11
2.1.8 Penentuan dan Manfaat Penentuan Saluran Distribusi	14
2.1.9 Evaluasi Terhadap Perantara Pemasaran	16
2.1.10 Langkah – Langkah Evaluasi Terhadap Saluran Distribusi	16
2.2 Kajian Empiris	18
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	20
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	22
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Metode Analisis Data	23
3.5 Definisi Operasional Variabel	25
3.6 Kerangka Pemecahan Masalah	26
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Objek Yang Diteliti.....	28
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	28
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	28
4.1.3 Aspek Tenaga Kerja	32
4.1.4 Kegiatan Produksi.....	34
4.1.5 Aspek Pemasaran.....	36
4.1.6 Daerah Pemasaran	36
4.2 Analisis Data	39
4.2.1 Analisis <i>Profit Margin</i>	39
4.2.2 Analisis <i>Benefit Cost Ratio</i>	41
4.2.3 Analisis <i>Coefisient Of Variation</i>	42
4.3 Pembahasan	45

4.3.1 <i>Profit Margin</i>	45
4.3.2 <i>Benefit Cost Ratio</i>	46
4.3.3 <i>Coefisient Of Variation</i>	47
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	

