



**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN JUMLAH KARYAWAN
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK SALAK
PADA KOPERASI AGRINA DESA PARSALAKAN
KECAMATAN ANGKOLA BARAT
KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**RIDHO SAFAAT
NIM. 12 230 0033**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2016**



**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN JUMLAH
KARYAWAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN
PRODUK SALAK PADA KOPERASI AGRINA DESA
PARSALAKAN KECAMATAN ANGKOLA BARAT
KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syari'ah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**RIDHO SAFAAT
NIM. 12 230 0033**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2016



**PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN JUMLAH KARYAWAN
TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK SALAK
PADA KOPERASI AGRINA DESA PARSALAKAN
KECAMATAN ANGKOLA BARAT
KABUPATEN TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syari'ah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh:

**RIDHO SAFAAT
NIM. 12 230 0033**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I

**Mudzakkir Khotib Siregar, M.A.
NIP. 19721121 199903 1 002**

PEMBIMBING II

**Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2016**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ridho Safaat
NIM : 12 230 0033
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 29 Desember 2016
Pemohon,



Ridho Safaat
NIM. 12 230 0033

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

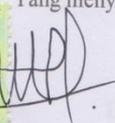
Nama : Ridho Safaat
NIM : 12 230 0033
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 29 Desember 2016
Yang menyatakan,




Ridho Safaat
NIM. 12 230 0033



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022 Kode Pos 22733

Hal : Skripsi
a.n. **Ridho Safaat**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidimpuan, Desember 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
di
Padangsidimpuan

AssalamualaikumWr.Wb

Setelah membaca, meneliti dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Ridho Safaat** yang berjudul: **“Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Ilmu Ekonomi Syariah IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang Munaqosyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Pembimbing I

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A.
NIP. 19721121 199903 1 002

Pembimbing II

Defima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Tel. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : RIDHO SAFAAT
NIM : 12 230 0033
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH-2
Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA DISTRIBUSI DAN JUMLAH KARYAWAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN PRODUK SALAK PADA KOPERASI AGRINA DESA PARSALAKAN KECAMATAN ANGKOLA BARAT KABUPATEN TAPANULI SELATAN

Ketua

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Sekretaris

Dr. Darwis Harahap, S. HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Anggota

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Dr. Darwis Harahap, S. HI, M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Abdul Nasser Hasibuan, SE, MSi
NIP. 19790525 200604 1 004

Pelaksana Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Tanggal : 05 Januari 2017
Pukul : 14.00 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 71,5 (B)
Predikat : Amat Baik
IPK : 3,21



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022 Kode Pos 22733

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan
Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada
Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan
Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan

NAMA : Ridho Safaat

NIM : 12 230 0033

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Syariah

Padangsidempuan, 12 April 2017

Dekan



F. Fauzi
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Ridho Safaat
Nim : 12 230 0033
Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan

Biaya distribusi merupakan faktor utama yang mendukung dalam penyaluran distribusi, maka perusahaan harus memperhitungkan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai saluran distribusi tersebut. Biaya yang dimiliki Koperasi Agrina cukup terbatas. Oleh sebab itu, biaya menjadi salah satu permasalahan dalam saluran distribusi.

Disisi lain, karyawan merupakan sumber utama kelangsungan sebuah perusahaan sebab dengan adanya karyawan maka sirkulasi produk akan berjalan lancar, misalnya saja karyawan yang menyalurkan barang ke konsumen (distributor) harus ahli untuk mengenalkan produk agar konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Koperasi Agrina memiliki karyawan yang sedikit. Ketidakstabilan perputaran karyawan yang keluar masuk mengakibatkan semakin sering terjadi pergantian dan pengalihan. Oleh sebab itu, jumlah karyawan juga menjadi sebuah permasalahan dalam saluran distribusi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori biaya distribusi menjelaskan banyak sedikitnya kegiatan distribusi yang dilakukan akan mempengaruhi biaya distribusi yang akan dikeluarkan. Semakin besar biaya-biaya yang dikeluarkan diharapkan semakin besar pula tingkat volume penjualannya. Dalam arti semakin besar biaya distribusi perusahaan maka diharapkan volume penjualan akan naik, sehingga penentuan biaya distribusi yang efektif dapat membantu perusahaan dalam peningkatan volume penjualan. Jumlah karyawan merupakan pendukung kesempurnaan proses pemasaran, dengan karyawan yang gigih, ulet dan penuh pengalaman dapat membantu kegiatan memasarkan produk.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dan instrument pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti, terdapat pengaruh antara biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan. Hasil nilai regresi diperoleh $Y = 12.555 + (0.012) BD + (1.390) JK$. Sedangkan berdasarkan uji secara parsial (uji t) terdapat pengaruh secara parsial antara biaya distribusi terhadap volume penjualan dimana t_{hitung} sebesar $0,029 < t_{tabel}$ sebesar $2,032$. Sedangkan uji secara parsial (uji t) terdapat pengaruh secara parsial antara jumlah karyawan terhadap volume penjualan dimana t_{hitung} sebesar $2,778 > t_{tabel}$ sebesar $2,032$. Uji secara bersama-sama antara biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan diperoleh F_{hitung} sebesar $4,088 > F_{tabel}$ sebesar $3,285$.

Kata Kunci : Biaya Distribusi, Jumlah Karyawan dan Volume Penjualan.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kesehatan dan segala nikmat kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi umat manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di duniaini.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”** disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari banyak kekurangan, baik dari segi isi, susunan maupun tata bahasa. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak-pihak yang telah memberi bantuan, dorongan, motivasi dan bimbingan hingga skripsi ini selesai. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr.H.Ibrahim Siregar, MCL Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Drs. H.Irwan Saleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Aswadi Lubis, SE., M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Darwis

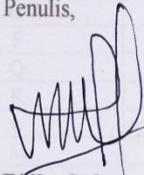
Harahap, SHI, M.Si Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Muhammad Isa, S.T, M.M Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta para dosen yang bertugas di kantor jurusan.
4. Bapak Mudzakkir Khotib Siregar, M.A. Pembimbing I dan Ibu Delima Sari Lubis, M.A. Pembimbing II yang telah banyak menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Para Dosen/Staff di lingkungan IAIN khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Padangsidempuan yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan selama proses perkuliahan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Kepala Koperasi Agrina Sarbeni Harahap dan seluruh karyawan Koperasi Agrina yang telah membantu dan membimbing dalam melaksanakan penelitian ini.
7. Teristimewa orang tua tercinta yaitu Ayahanda Kadiyono dan Ibunda Siti Aisyah, yang begitu besar pengorbanannya yang telah menaburkan kasih sayang yang tak jemu-jemu serta memberikan dukungan moril maupun materil. Berkat do`a keduanya penulis dapat menyelesaikan pendidikan di IAIN Padangsidempuan. Dengan kerendahan hati penulis panjatkan do`a *“Allāhumma ighfir zunūba waliwālidaini warhamhumā kama rabbayāni sagīra”*. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, hidayah dan ampunan kepada keduanya di dunia dan di akhirat. Amin Ya rabbal al-`alamina.!!!
8. Kepada kakak dan abangku tersayang, (Evi Hariyati, Nur Asiyah, Hotma Ria Rahma dan Ilham Arif Wiyono) dan tak lupa juga keponkanku yang lucu (Ahmad Naufal Hardiansyah, Tamira Putri Qayna dan Annisa Naylatul Izza) yang selalu memberi semangat dan canda tawa penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Keluargaku tercinta, Nenek tercinta Ponirah dan Kakek Juyo Wiyono, Nenek Misni dan Kakek Jamin serta sepupuku Ratih Mulyani yang telah memberikan nasehat, perhatian serta memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku Maraganti Siregar, SE., Nosa Hasra, SE., Raja Ihutan Panggabean, SE., Randi Hadamean, SE., Taufik Mulia Siagian, SE., Bungkus Adek Irawan, SE., Risnal Zuhdi, SE., Nopri Khairuyanni Hasibuan, SE., Nurhalila Siregar, SE., Yasrida Nainggolan, SE.I, dan Rita Suci, SE, dan yang istimewa Rina Hoilia Harahap, SE., yang selalu memotivasi dan telah banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.
6. Buat teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2 dan Ekonomi Syariah 1 dulu angkatan 2012 yang selama proses pembelajaran selalu bersama dalam melewati masa-masa sulit dan bahagia. Serta teman-teman KKL angkatan 2012. Terima kasih atas dukungan, saran, dan semangat yang kalian sampaikan kepada penulis. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan lebih baik dengan nikmat dan karunia atas amal kebaikan tersebut. Akhirnya kepada Allah SWT sudah kita berserah diri dengan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Padangsidempuan, Desember 2016
Penulis,



Ridho Safaat
NIM.12 230 0033

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

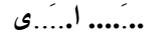
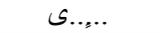
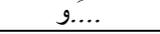
1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

1. *Ta marbutah* hidup yaitu *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍommah*, transliterasinya adalah /t/.

2. *Ta marbutah* mati yaitu *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan daftar transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
G. Definisi Operasional Variabel	7
H. Sitematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	9
1. Volume Penjualan.....	9
2. Distribusi.....	9
3. Cakupan Distribusi.....	12
4. Distribusi Dalam Pandangan Islam.....	14
5. Saluran Distribusi.....	15
6. Biaya Distribusi	26
7. Jumlah Karyawan.....	29
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Berfikir	36
D. Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
B. Jenis Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	39

D. Instrumen Pengumpulan Data.....	39
E. Teknik Analisis Data	40
1. Analisis Deskriptif	40
2. Uji Normalitas.....	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	41
a. Uji Multikolinieritas	41
b. Uji Heteroskedastisitas	41
c. Uji Autokolerasi	42
4. Analisis Determinasi (R^2)	43
5. Analisis Regresi Linear Berganda	43
6. Uji Hipotesis	44
a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	44
b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	46
1. Letak Geografis Koperasi Agrina	46
2. Sejarah Koperasi Agrina	46
3. Struktur Organisasi Koperasi Agrina.....	48
4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab	48
a. Ketua Koperasi Agrina.....	48
b. Sekretaris Koperasi Agrina	48
c. Bendahara Koperasi Agrina	49
5. Tujuan dan Fungsi.....	49
B. Gambaran Data Penelitian	50
C. Hasil Analisis Data	51
1. Analisis Deskriptif	51
2. Uji Normalitas.....	52
3. Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Multikolinieritas	53
b. Uji Heteroskedastisitas	54
c. Uji Autokolerasi	54
4. Analisis Determinasi (R^2).....	55
5. Analisi Regresi Linier Berganda.....	55
6. Uji Hipotesis	56
a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t).....	56
b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F).....	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	58
E. Keterbatasan Penelitian	62
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran–Saran	64
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Produksi Perbulan.....	4
Tabel 1. 2 Defiisi Operasional Variabel.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 4. 1 Gambaran Data Penelitian	50
Tabel 4. 2 Analisis Diskriptif	51
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 4 Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4. 5 Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4. 6 Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4. 7 Analisis Determinasi (R^2)	55
Tabel 4. 8 Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4. 9 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	56
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Regresi Secara Besrama-sama (Uji F).....	57

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Saluran-Saluran Pemasaran Konsumen	19
Gambar 2. 2 Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Koperasi Agrina	48

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kestabilan usaha adalah melalui kegiatan pemasaran. Pemasaran tidak hanya berbicara tentang produk, harga produk dan promosi saja, melainkan juga masalah pendistribusian produk. Oleh karena itu, secara umum kegiatan pemasaran meliputi 4 P, yaitu *Product*, *Price*, *Promotion* dan *Place*. Dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif, perusahaan juga dapat menyesuaikan dengan kondisi pasar yang dihadapi oleh perusahaan, sehingga strategi pemasaran dapat berhasil. Keberhasilan strategi pemasaran dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, saluran distribusi dan promosi.

Saluran distribusi merupakan struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari: agen, pedagang pasar, dan pengecer melalui mana suatu produk atau jasa dipasarkan.¹ Dengan adanya saluran distribusi yang baik maka penyebaran produk serta jangkauan distribusi pemasaran ke daerah semakin luas. Semakin baik saluran distribusi, maka akan semakin banyak konsumen yang tertarik dengan produk. Pentingnya peranan pemasaran terutama saluran distribusi dalam usaha meningkatkan volume penjualan serta memperlancar arus barang dari produsen ke konsumen. Oleh karena itu, agar produk yang dipasarkan dapat berhasil, maka perusahaan

¹Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis: Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan* (Yogyakarta: Liberty, 2003), hlm. 289.

harus menggunakan konsep pemasaran yang meliputi; manfaat, mutu atau kualitas, dan kepuasan antara kebutuhan dengan keinginan, sehingga target penjualan yang ingin dicapai oleh perusahaan dapat terwujud. Namun yang lebih penting perusahaan harus dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen, karena meskipun produk itu berkualitas dan bermanfaat akan tetapi tidak dikenal oleh konsumen, produk tersebut tidak akan diketahui kualitas dan manfaatnya oleh konsumen, sehingga konsumen tidak akan membelinya.

Salah satu Koperasi di Kabupaten Tapanuli Selatan yang memproduksi produk pertanian (dalam hal ini salak) adalah Agrina. Koperasi Agrina (Agro Rimba Nusantara) sudah dapat membantu masyarakat sekitar khusus dalam memperluas lapangan kerja. Di samping dapat membantu masyarakat sekitar, Koperasi Agrina juga membeli salak dari masyarakat untuk diproduksi. Koperasi Agrina telah berdiri kurang lebih sembilan tahun, selama itu produksi salak telah disalurkan ke berbagai daerah, meliputi; Bali, Batam, Aceh, Riau, Pekanbaru, Medan, Jakarta, Yogyakarta, dan daerah di sekitarnya, seperti Labuhan Batu, Padang Lawas Utara, Padang Lawas, Mandailing Natal, Tapanuli Tengah, Sibolga dan daerah sekitar Padangsidimpuan. Sedangkan pemasaran di luar negeri adalah di Malaysia.²

Adapun faktor pendukung saluran distribusi adalah biaya distribusi dan jumlah karyawan. Kedua faktor tersebut sangat berkaitan karena jika diantara kedua faktor tersebut tidak ada maka saluran distribusi tidak akan berjalan dengan baik. Biaya distribusi merupakan faktor utama yang mendukung dalam

²Hasil wawancara dengan Pimpinan Bapak Sarbeni di kantor Koperasi Agrina pada hari Kamis tanggal 31 Maret 2016 pukul: 13.08 WIB.

penyaluran distribusi, maka perusahaan harus memperhitungkan biaya yang dikeluarkan untuk membiayai saluran distribusi tersebut. Biaya yang dimiliki Koperasi Agrina cukup terbatas. Oleh sebab itu, biaya menjadi salah satu permasalahan dalam saluran distribusi.

Disisi lain, karyawan merupakan sumber utama kelangsungan sebuah perusahaan sebab dengan adanya karyawan maka sirkulasi produk akan berjalan lancar, misalnya saja karyawan yang menyalurkan barang ke konsumen (distributor) harus ahli untuk mengenalkan produk agar konsumen tertarik dan membeli produk yang ditawarkan. Koperasi Agrina memiliki karyawan yang sedikit. Ketidakstabilan perputaran karyawan yang keluar masuk mengakibatkan semakin sering terjadi pergantian dan pengalihan. Oleh sebab itu, jumlah karyawan juga menjadi sebuah permasalahan dalam saluran distribusi.

Volume penjualan adalah pendapatan yang diterima oleh para penjual dari pembayaran atas barang yang dibeli konsumen.³ Daerah pemasaran yang dimiliki juga berpengaruh terhadap volume penjualan, karena dengan semakin luasnya daerah pemasaran maka produk yang didistribusikan juga akan semakin banyak dan menyebabkan volume penjualan akan semakin meningkat.

Kondisi pemasaran Koperasi Agrina di atas diharapkan akan semakin luas dengan ketersediaan berbagai sarana pendukung, yaitu biaya distribusi, jumlah karyawan, dan daerah pemasaran. Dengan ketiga ketersediaan sarana pendukung yang baik, maka volume penjualan akan berpengaruh positif dan semakin meningkat. Berikut jumlah produksi perbulan selama tahun 2015:

³Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), hlm. 56.

Tabel 1. 1
Jumlah Produksi Perbulan

No	Jenis Produk	Per Bulan
1	Dodol salak besar	1000 kotak
2	Dodol salak kecil	1000 kotak
3	Keripik salak	1000 kotak
4	Kurma salak	1000 kotak
5	Nagogo drink	900 botol
6	Sirup salak besar	500 botol
7	Sirup salak kecil	500 botol
8	Madu salak	200 botol

Sumber: Koperasi Agrina

Dari tabel di atas, menunjukkan bahwa produk yang paling banyak diminati oleh para konsumen adalah dodol salak, kurma salak dan keripik salak. Bahan yang dibutuhkan untuk sekali mengolah produk salak perhari delapan karung yang dibeli dari masyarakat sekitar. Akan tetapi, dalam sehari hanya dua macam produk salak yang diolah, karena kurangnya tenaga kerja, alat dan mesin yang digunakan untuk mengolah. Biasanya hasil penjualan yang banyak terjual pada hari-hari besar saja, seperti Idul Fitri, hari Natal dan tahun baru. Karena pada hari tersebut banyak wisatawan yang sengaja singgah untuk mencicipi atau membawakan buah tangan untuk keluarganya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan menuangkannya dalam bentuk tulisan dengan judul: **“Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Biaya distribusi, biaya yang berhubungan dengan semua kegiatan mulai barang telah dibeli/produksi sampai barang tiba di tempat pelanggan.
2. Jumlah karyawan, banyaknya orang yang dimiliki perusahaan untuk mengolah produk yang dipasarkan.
3. Daerah pemasaran, suatu proses yang berfokus pada sumber daya manusia dan bertujuan untuk memanfaatkan peluang-peluang pasar secara global.

C. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan dana yang tersedia untuk melaksanakan penelitian, maka peneliti hanya membahas biaya distribusi dan jumlah karyawan sebagai variabel bebas. Sementara itu, volume penjualan merupakan variabel terikat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah biaya distribusi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap volume penjualan produk salak pada Koperasi Agrina?
2. Apakah jumlah karyawan memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap volume penjualan produk salak pada Koperasi Agrina?

3. Apakah biaya distribusi dan jumlah karyawan memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap volume penjualan produk salak pada Koperasi Agrina?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya distribusi terhadap volume penjualan produk salak pada Koperasi Agrina.
2. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara parsial antara jumlah karyawan terhadap volume penjualan produk salak pada Koperasi Agrina.
3. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan produk salak pada Koperasi Agrina.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan untuk meningkatkan kemampuan berpikir melalui penelitian karya ilmiah dan untuk menerapkan teori-teori yang telah peneliti pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.
2. Bagi perusahaan sebagai sumbangan pemikiran dan masukan terhadap perusahaan tentang pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan.
3. Sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain yang berminat meneliti masalah ini lebih jauh dimasa mendatang.

G. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari biaya distribusi (X_1), jumlah karyawan (X_2) dan volume penjualan (Y). Volume penjualan adalah jumlah barang yang terjual dari produk oleh perusahaan pada masa tertentu. Indikator dari volume penjualan yaitu besarnya jumlah penjualan dan memiliki skala ordinal.

Tabel 1. 2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Biaya Distribusi (X_1)	Biaya yang terjadi guna memasarkan atau mengirimkan suatu produk. ⁴ Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, yang dalamnya termasuk biaya transportasi. ⁵ Biaya yang dikeluarkan untuk mengolah produk baik dari pembelian sampai ke konsumen.	Biaya perniagaan dan biaya ongkos angkut	Ordinal
Jumlah Karyawan (X_2)	Penjual jasa (pikiran dan tenaga) dan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu. ⁶ Orang yang dimiliki perusahaan untuk menyalurkan barang dari perusahaan ke konsumen.	Besarnya jumlah produksi	Ordinal
Volume Penjualan (Y)	Jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu. ⁷ Jumlah barang yang terjual pada masa tertentu.	Besarnya jumlah penjualan dalam rupiah.	Ordinal

⁴Desi Wita Sari, "Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT. Semen Tonasa di Pangkep" (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2014), hlm. 38.

⁵Ika Putri Octaviyanti, "Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan pada PT. Media Pressindo" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm. 22.

⁶H. Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), hlm. 12.

⁷Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modren* (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 200.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini dijabarkan sistematika pembahasan penelitian, yaitu:

- BAB I : Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.
- BAB II : Pada bab ini dibahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis.
- BAB III : Metodologi Penelitian terdiri dari defenisi operasional variabel, lokasi dan waktu penelitian, jenis data penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, tehnik analisis data.
- BAB IV : Pada bab ini akan dibahas hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Volume Penjualan

Volume penjualan adalah jumlah penjualan yang berhasil dicapai atau ingin dicapai oleh suatu perusahaan pada periode tertentu.¹ Volume penjualan adalah besarnya unit produk yang dijual yang dinyatakan dalam jumlah uang yang harus dicapai dalam penjualan produk.² Volume penjualan adalah tingkat penjualan yang diperoleh perusahaan untuk periode tertentu dalam satuan (unit/total/rupiah).³

Penetapan harga, pada beberapa perusahaan, difokuskan pada volume penjualan selama periode waktu tertentu, misalnya satu atau tiga tahun. Manajemen ingin meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau menggunakan strategi penetapan harga yang agresif lain meskipun harus mengalami kerugian dalam jangka pendek.⁴

2. Distribusi

Distribusi adalah arus fisik barang melalui saluran, dan saluran merupakan unit organisasi internal dan eksternal yang melaksanakan fungsi yang menambahkan utilitas kepada suatu produk atau jasa. Sumber utama utilitas yang diciptakan oleh saluran adalah tempat, atau tersedianya produk atau jasa di dalam suatu lokasi yang menyenangkan bagi pelanggan

¹ Basu Swastha, *Loc.Cit.*

² Desi Wita Sari, *Loc.Cit.*

³ Schiffan Stephan, *Increasing Sales*, (Jakarta: Garamedia, 2005), hlm. 118.

⁴ Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hlm. 89.

potensial, waktu, atau tersedianya sebuah produk atau jasa pada momentum yang memenuhi kebutuhan pelanggan, dan informasi yang menjawab pertanyaan-pertanyaan dan mengkomunikasikan pengetahuan produk dan aplikasi yang berguna kepada kalangan pelanggan potensial.⁵

Utilitas merupakan sumber utama keunggulan kompetitif dan nilai produk, salah satu keputusan kebijakan kunci yang harus dibuat oleh manajemen pemasaran pada tingkat kebijakan adalah strategi saluran apa yang bakal dipakai. Seperti pemasaran domestik, proses distribusi untuk program-program melibatkan segenap aktivitas yang berkaitan dengan waktu, tempat, dan kepemilikan *utilitas* untuk konsumen akhir dan industrial. Seleksi, operasi, dan motivasi saluran distribusi yang efektif sering merupakan faktor krusial dalam keunggulan diferensial perusahaan.

Distribusi (*distribution*) mencakup penggudangan, saluran-saluran distribusi, cakupan distribusi, lokasi tempat ritel, wilayah penjualan, dan lokasi persediaan, kurir transportasi, penjualan grosir, dan ritel. Beragam entitas pemasaran bertindak selaku perantara, mereka memiliki banyak nama seperti penjual grosir, peritel, pialang, fasilitator, agen, vendor atau sekedar distributor.⁶ Distribusi menjadi sangat penting tatkala sebuah perusahaan berusaha menerapkan strategi pengembangan pasar atau integrasi kedepan. Beberapa keputusan paling kompleks dan menantang yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan distribusi.

⁵Hendry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional* Jilid Dua, (Jakarta: Salemba Empat, 2000). hlm 660-661.

⁶Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 201-202.

Distribusi adalah cara perusahaan menyalurkan barangnya, mulai dari perusahaan sampai ke tangan konsumen akhir. Distribusi dapat pula diartikan sebagai cara menentukan metode dan jalur yang akan dipakai dalam menyalurkan produk ke pasar. Pendek atau panjangnya jalur yang digunakan perlu dipertimbangkan secara matang.⁷ Strategi distribusi penting dalam upaya melayani konsumen tepat waktu dan tepat sasaran. Keterlambatan dalam .penyaluran mengakibatkan perusahaan kehilangan waktu dan kualitas barang serta diambilnya kesempatan oleh pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi untuk mencapai target pasar dan menyelenggarakan fungsi distribusi yang berbeda-beda.

Strategi yang akan dijalankan perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan karena faktor-faktor tersebut mempengaruhi berhasil tidaknya strategi yang dijalankan. Berikut ini yang mempengaruhi strategi distribusi tersebut:⁸

a. Pertimbangan Pembeli atau Faktor Pasar

Karakteristik pelanggan mempengaruhi keputusan apakah perlu menggunakan pendekatan distribusi langsung. Perusahaan harus mempertimbangkan jumlah dan frekuensi pembeli sasaran, apakah sasarannya pasar konsumen atau pasar industri, serta lokasi geografis.

b. Karakteristik Produk

Produk yang kompleks, dibuat khusus, dan mahal cenderung menggunakan saluran distribusi yang pendek dan langsung. Daur hidup

⁷Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 180.

⁸*Ibid.*, hlm. 181.

produk juga menentukan pilihan saluran distribusi. Pada tahap awal pembuatan, produk dijual langsung, tetapi dalam perkembangannya dapat juga digunakan jasa perantara. Kepekaan produk, produk yang tidak tahan lama memerlukan saluran distribusi yang pendek.

c. Faktor Produsen atau Produsen Pengawasan dan Keuangan

Produsen yang memiliki sumber daya keuangan, manajerial, dan pemasaran yang besar lebih baik menggunakan saluran langsung. Sebaliknya, perusahaan yang kecil menggunakan jasa perantara.

Strategi distribusi melalui pemilihan saluran distribusi adalah jaringan dari organisasi dan fungsi-fungsi antara produsen dengan konsumen akhir. Dasar penentuan saluran distribusi untuk produk konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Produsen dan Konsumen
- 2) Produsen, Pengecer, dan Konsumen
- 3) Produsen, Agen Tunggal, Pengecer, dan Konsumen
- 4) Produsen, Agen, Subagen, Pengecer, dan Konsumen
- 5) Produsen, Agen, Subagen, Grosir, Pengecer, dan Konsumen

3. Cakupan Distribusi

Cakupan distribusi terkait dengan penentuan jumlah perantara disuatu wilayah (*market exposure*). Tujuannya adalah melayani pasar dengan

biaya minimal namun dapat menciptakan citra produk sesuai dengan harapan. Adapun cakupan distribusi menurut Evans dan Berman yaitu:⁹

a. Distribusi Eksklusif

Distribusi eksklusif yaitu *marketer* hanya menunjuk satu orang atau distributor khusus untuk menyalurkan produknya di daerah tertentu. Syarat distributor ini adalah tidak boleh menjual produk sejenis dari produsen lain. Penerapan ini membutuhkan kemitraan yang harmonis antara produsen dengan perantara.

b. Distribusi Intensif

Distribusi intensif yaitu produsen berusaha mendistribusikan produknya di semua *gerai ritel* yang mungkin menjualnya. Pada umumnya distribusi intensif ini mendistribusikan secara intensif seperti permen, surat kabar, rokok, minuman ringan, minuman ringan, pasta gigi, sabun mandi, shampo, alat tulis dan lain-lain.

c. Distribusi Selektif

Distribusi selektif yaitu memasarkan produk perusahaan di beberapa *gerai ritel* saja dalam suatu daerah pemasaran tertentu. Distribusi ini sebenarnya merupakan perpaduan antara distribusi intensif dan distribusi eksklusif.

⁹David Sukardi Kodrat, *Manajemen Distribusi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 153-155.

4. Distribusi Dalam Pandangan Islam

Distribusi dalam pandangan Islam merupakan memproduksi dengan cara mendistribusikan sumberdaya (produk) secara produktif dan adil dengan jalan yang diridoi Allah untuk mensejahterakan para konsumen.¹⁰

Ekonomi Islam memiliki kebijakan dalam distribusi pemasukan, baik antara unsur-unsur produksi maupun antara individu masyarakat dan kelompoknya, disamping pengembalian distribusi dalam sistem jaminan sosial yang diatur dalam ajaran Islam. Islam menggariskan bahwa dalam harta pribadi terdapat hak-hak orang lain yang harus ditunaikan dan ini tidak dikenal dalam ekonomi konvensional.¹¹ Sebagaimana firman Allah dalam Alquran *Al-Hasr* (59) ayat 7 yang berbunyi:¹²

مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَىٰ فَلِلَّهِ وَلِلرَّسُولِ وَلِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا يَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَمَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٧﴾

Artinya: Apa saja harta rampasan (*fai-i*) yang diberikan Allah kepada Rasul-Nya (dari harta benda) yang berasal dari penduduk kota-kota maka adalah untuk Allah, untuk Rasul, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan, supaya harta itu jangan beredar di antara orang-orang kaya saja di antara kamu. Apa yang diberikan Rasul kepadamu, maka terimalah. Dan apa yang dilarangnya bagimu, maka tinggalkanlah. Dan

¹⁰Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 42-43.

¹¹Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi* (Jakarta: Prenadamedia, 2015), hlm. 131-132.

¹²Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan* (Jakarta: CV. Diponegoro, 2005), hlm. 521.

bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.

Ayat di atas menunjukkan bahwa *profit* atau keuntungan untuk pihak yang menjalankan usaha atau yang melakukan perdagangan melalui mekanisme *mudharabah* maupun *musyarakah*. Allah juga berfirman dalam Alquran Surat *Al-Isra'* (17) ayat 26-27 yang berbunyi:¹³

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ
تَبَذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ
لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Dalam ayat di atas, umat Islam diperintahkan untuk mendistribusikan sebagian dari harta yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhan karib, kerabat, orang-orang miskin, dan para musafir, serta dilarang berlaku boros.

5. Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri.¹⁴ Saluran pemasaran atau *marketing channel* merupakan sebuah sistem individu atau organisasi (yang didukung oleh fasilitas, perlengkapan, dan informasi) untuk mengarahkan arus barang dan jasa dari

¹³*Ibid.*, hlm. 284

¹⁴Basu Swastha, *Op. Cit.*, hlm. 200.

produsen ke konsumen. Saluran pemasaran sering juga disebut juga dengan saluran distribusi karena distribusi merupakan salah satu fungsi utamanya. Saluran distribusi (*distribution chanel*) adalah struktur unit organisasi antar perusahaan dan agen serta penyalur, penjualan grosir dan eceran di luar perusahaan melalui sebuah komoditi, produk, atau jasa yang dipasarkan.

Saluran distribusi merupakan suatu jaringan organisasi yang melaksanakan fungsi yang menautkan produsen dengan kalangan pemakai akhir (*end-users*). Saluran distribusi terdiri atas lembaga dan agensi yang saling tergantung (*interdependent*) dan terkait (*interrelated*), berfungsi sebagai sebuah sistem atau jaringan yang bekerja sama dalam upaya mereka untuk menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada para pemakai akhir.¹⁵

Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ke tangan konsumen.¹⁶

Saluran distribusi penting, karena barang yang telah dibuat dan harganya sudah ditetapkan itu masih menghadapi masalah, yakni harus disampaikan kepada konsumen. Para penyalur dapat menjadi alat bagi perusahaan untuk mendapatkan umpan balik dari konsumen di pasar. Penentuan jumlah penyalur juga merupakan masalah yang penting untuk dipertimbangkan dalam hal sifat produk yang ditawarkan. Barang kebutuhan sehari-hari membutuhkan banyak penyalur, sedangkan barang-barang berat

¹⁵Hendry Simamora, *Loc. Cit.*

¹⁶M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hlm. 129.

seperti peralatan industri tidak demikian. Kesalahan dalam menentukan jumlah penyalur akan mendatangkan persoalan baru bagi perusahaan. Bila jumlah penyalur terlalu sedikit menyebabkan penyebaran atau penyaluran produk kurang luas, sedangkan jumlah penyalur yang terlalu banyak mengakibatkan pemborosan waktu, perhatian dan biaya. Karena itu manajer pemasaran perlu berhati-hati dalam menyeleksi dan menentukan jumlah penyalur.

Saluran distribusi merupakan struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri dari agen, pedagang pasar dan pengecer melalui mana suatu produk atau jasa dipasarkan.¹⁷

Beberapa ahli memberikan definisi tentang saluran distribusi, yaitu:¹⁸

- a. David A. Revzan mendefinisikan saluran distribusi sebagai suatu jalur yang dilalui oleh arus barang-barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai kepada pemakai.
- b. *American Marketing Association* mendefinisikan saluran distribusi sebagai suatu struktur yaitu organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, *dealer*, pedagang besar dan pengecer, yang melalui sebuah komoditi, produk atau jasa dipasarkan.

Dari kedua definisi ini dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi merupakan perantara untuk memindahkan produk atau jasa dari produsen ke konsumen. Dalam hal ini, distribusi fisik merupakan kegiatan yang penting. Perlu diketahui bahwa saluran distribusi memiliki fungsi tertentu. Fungsi-fungsi tersebut menunjukkan betapa pentingnya strategi distribusi bagi perusahaan.

¹⁷Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Loc. Cit.*

¹⁸David Sukardi Kodrat, *Op. Cit.*, hlm. 20.

Fungsi saluran distribusi bagi perusahaan adalah sebagai berikut:¹⁹

a. Fungsi Transaksi

Fungsi transaksi adalah fungsi yang meliputi bagaimana perusahaan menghubungi dan mengomunikasikan produknya dengan calon pelanggan. Fungsi ini membuat mereka sadar terhadap produk yang telah ada dan menjelaskan kelebihan serta manfaat produk tersebut.

b. Fungsi Logistik

Fungsi logistik merupakan fungsi yang meliputi pengangkutan dan penyortiran barang, termasuk sebagai tempat menyimpan, memelihara dan melindungi barang. Fungsi ini penting agar barang yang diangkut tiba tepat waktu dan tidak rusak atau cepat busuk.

c. Fungsi Fasilitas

Fungsi fasilitas meliputi penelitian dan pembiayaan. Penelitian yakni mengumpulkan informasi tentang jumlah anggota saluran dan pelanggan lainnya. Pembiayaan adalah memastikan bahwa anggota saluran tersebut mempunyai uang yang cukup guna memudahkan aliran barang melalui saluran distribusi akhir.

Dalam strategi saluran distribusi terdapat beberapa tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Strategi yang dijalankan tersebut akan memberikan banyak manfaat dalam beberapa hal sebagai berikut:

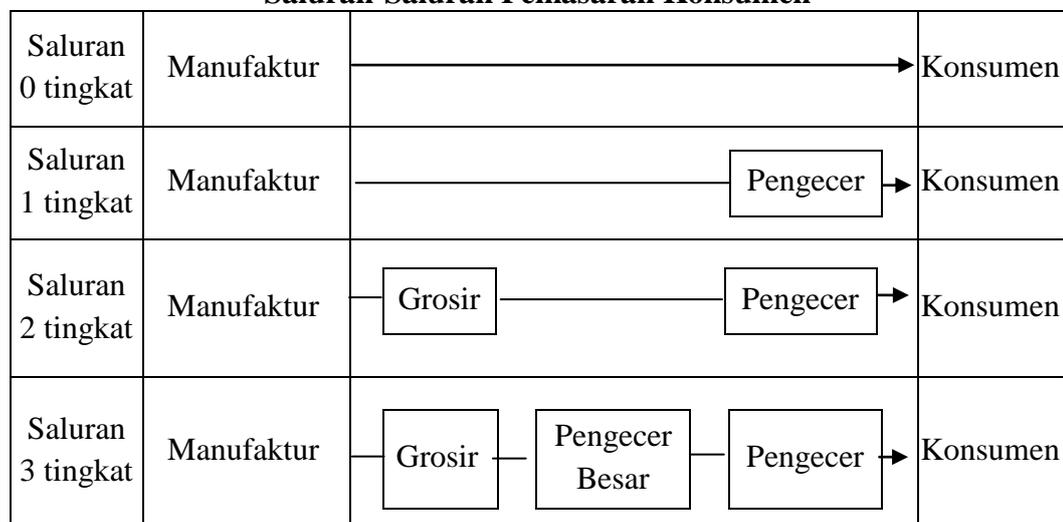
- 1) Melayani konsumen
- 2) Menjaga mutu produk agar tetap stabil

¹⁹Kasmir, *Op.Cit.*, hlm. 180-182.

- 3) Menghemat biaya
- 4) Menghindari pesaing

Saluran distribusi itu adalah *intermediary business* yang harus kita puaskan, karena ialah yang menjadi pemasar-pemasar. Jenis saluran distribusi bisa dilihat berikut ini:²⁰

Gambar 2. 1
Saluran-Saluran Pemasaran Konsumen



Saluran distribusi ditentukan oleh pola pembelian konsumen, sehingga sifat dari pada pasar merupakan faktor penentu yang mempengaruhi dalam pemilihan saluran oleh perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi meliputi pertimbangan pasar, pertimbangan produk, pertimbangan tentang perantara, dan pertimbangan perusahaan.

²⁰Hendro, *Be A Smart & Good Entrepreneur* (Yogyakarta: Med Press, 2011), hlm. 463.

a. Pertimbangan Pasar

1) Jenis Pasar

Perusahaan menginginkan cara-cara yang lebih efisien untuk menyerahkan barang mereka kepada konsumen, misalnya untuk mencapai pasar industri perusahaan tidak akan memerlukan pengecer, dengan demikian akan lebih mempercepat perpindahan produk ke konsumen. Data pasar dengan mudah dapat diperoleh dari publikasi perdagangan industri, perusahaan, riset pasar independen, majalah bisnis terkemuka, dan laporan pemerintah.

2) Jumlah Pelanggan Potensial

Jika pelanggan potensial relative sedikit, maka akan lebih baik bila perusahaan memakai tenaga penjual sendiri untuk menjual secara langsung kepada pembeli individual dan pembeli industrial. Sebaliknya perusahaan lebih baik menggunakan perantara jika pelanggan potensial relatif banyak.

3) Konsentrasi Geografis Pasar

Pemasar cenderung mendirikan cabang-cabang penjualan di pasar yang berpenduduk padat dan menggunakan perantara untuk pasar yang berpenduduk jarang.

4) Jumlah dan Ukuran Pemesanan

Sebuah perusahaan manufaktur akan menjual secara langsung pada jaringan grosir yang besar, karena jumlah pemesanannya yang besar menyebabkan bentuk pemasaran langsung ini lebih layak

feasible). Sedangkan untuk pedagang grosir kecil yang pesannya relatif kecil, perusahaan akan menggunakan pedagang grosir (*wholesaler*) untuk melakukan penjualan langsung.

b. Pertimbangan Produk

1) Nilai Unit (*unit value*)

Semakin rendah nilai unit maka saluran distribusinya semakin panjang. Namun jika produk nilai unitnya rendah itu dijual dalam kuantitas besar atau dikombinasikan dengan barang-barang lain sehingga jumlah pesanan total menjadi besar, maka saluran distribusi yang pendek secara ekonomis lebih *feasible*.

2) *Perishability*

Untuk produk-produk yang fisiknya mudah rusak dan tidak tahan lama lebih baik disalurkan melalui saluran distribusi pendek. Dengan saluran distribusi pendek maka produk akan lebih cepat sampai dan tidak rusak atau kadaluarsa.

3) Sifat Teknis Produk

Produk-produk industri yang bersifat sangat teknis seringkali harus didistribusikan secara langsung karena armada penjualan produsen akan lebih dapat memberikan pelayanan yang diperlukan (baik sebelum maupun sesudah pembelian) dan lebih menguasai segala aspek yang berkaitan dengan barang tersebut.

c. Pertimbangan Tentang Perantara

1) Jasa yang Diberikan Perantara

Produsen hendaknya memilih perantara yang memberi jasa pemasaran yang tidak bisa dilakukan perusahaan secara teknis maupun ekonomis.

2) Keberadaan Perantara yang Diinginkan

Kesulitan yang dihadapi seringkali perantara diinginkan produsen tersebut juga menyalurkan produk-produk yang bersaing dan mereka tidak bersedia menambah lini produknya.

3) Sikap Perantara Terhadap Kebijakan Perusahaan

Terkadang pemilihan distribusi produsen menjadi terbatas karena kebijakan pemasarannya tidak bisa diterima oleh perantara-perantara tertentu. Oleh sebab itu, perusahaan harus lebih cermat menentukan perantara guna tercapainya keinginan konsumen.

d. Pertimbangan Perusahaan

1) Sumber-Sumber Finansial

Perusahaan yang kuat keuangannya cenderung lebih tertarik untuk mengorganisasikan armada penjualannya sendiri sehingga mereka relatif kurang membutuhkan perantara.

2) Kemampuan Manajemen

Pemilihan saluran juga dapat dipengaruhi oleh pengalaman dan kemampuan pemasaran dari pihak manajemen perusahaan. Kurangnya pengalaman dan kemampuan pemasaran akan

menyebabkan perusahaan lebih suka memanfaatkan perantara untuk mendistribusikan barangnya.

3) Tingkat Pengendalian yang Diinginkan

Apabila dapat mengendalikan saluran distribusi, maka perusahaan dapat melakukan promosi yang agresif dan dapat mengawasi kondisi persediaan barang dan harga eceran produknya.

4) Jasa yang Diberikan Penjual

Seringkali perusahaan harus memberikan jasa-jasa pemasaran karena permintaan dari perantara. Sebab akan mempengaruhi produktivitas perantara agar lebih giat untuk menyalurkan produk.

5) Lingkungan

Pada masa perekonomian yang kritis, produsen cenderung menyalurkan barangnya ke pasaran dengan cara yang paling ekonomis, yaitu menggunakan saluran distribusi pendek. Perencanaan saluran distribusi yang efektif seharusnya diawali dengan penentuan pasar mana yang akan dituju serta apa sasaran yang hendak dicapai.²¹

Distribusi bermanfaat untuk menciptakan nilai guna tersebut. Menurut Swastha yang dikutip dari buku David Sukardi Kodrat prinsip fungsi distribusi dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu:²²

²¹Murti Sumarni, *Op.Cit.*, hlm.293-295.

²²David Sukardi Kodrat *Op. Cit.*, hlm. 25-36

a. Fungsi Pertukaran (*Transaction Function*)

Fungsi pertukaran memerlukan transaksi antara dua pihak atau lebih. Beberapa fungsi yang ada dalam pertukaran adalah:

1) Pembelian

Fungsi pembelian merupakan usaha memilih barang yang akan dibeli untuk dijual kembali atau digunakan sendiri dengan harga dan kualitas tertentu. Apabila pembelian dijual kembali maka pedagang besar bertindak sebagai saluran distribusi bagi pengecer.

2) Penjualan

Penjualan dilakukan oleh distributor, agen atau pedagang besar sebagai alat pemasaran bagi produsen. Ini merupakan aspek *place* dalam *marketing mix*. Fungsi penjualan bertujuan untuk menjual barang yang diperlukan pembeli (pedang besar) sebagai sumber pendapatan.

3) Pengambilan Risiko

Anggota saluran distribusi mempunyai beberapa risiko yang berhubungan dengan pendistribusian produk dari perusahaan sampai ke konsumen akhir. Fungsi pengambilan risiko anggota saluran distribusi berhubungan dengan perkiraan pelaksanaan pekerjaan saluran distribusi. Risiko-risiko tersebut meliputi: pemrosesan pesanan, tempat penyimpanan

persediaan, banyaknya persediaan yang disimpan dan pengiriman barang pesanan kepada pelanggan.

b. Fungsi Penyediaan Fisik (*Logistical Function*)

Fungsi ini terjadi setelah terjadi fungsi pertukaran. Fungsi penyediaan fisik dari produsen ke konsumen. Ada empat macam sub fungsi penyediaan fisik mencakup:

1) Fungsi Pengumpulan

Sebagai saluran distribusi, perantara melakukan fungsi pengumpulan barang dari beberapa sumber atau beberapa macam barang dari sumber yang sama. Fungsi pengumpulan terjadi dua aliran langsung (*flow direction*) yaitu *product flow direction* dan *information flow direction*. *Product flow direction* merupakan aliran barang dari produsen hingga konsumen. Sedangkan *information flow direction* merupakan aliran informasi dari konsumen ke produsen.

2) Fungsi Penyimpanan

Fungsi penyimpanan menciptakan nilai guna waktu karena melakukan penyesuaian antara penawaran dengan permintaan. Sifat barang yang mudah rusak memerlukan tempat penyimpanan khusus seperti buah-buahan, coklat dan es krim.

3) Fungsi Pemilihan

Fungsi pemilihan ini dilakukan oleh penyalur dengan cara menggolong-golongkan, memeriksa dan menentukan jenis

barang yang disalurkan. Jenis barang konsumsi akan mempunyai saluran distribusi yang berbeda dengan barang industri. Berkaitan dengan kualitas barang, penyalur juga harus memutuskan apakah akan mengambil semua kualitas ataukah hanya kualitas tertentu saja.

4) Fungsi Pengangkutan/Transportasi

Pengangkutan merupakan fungsi pemindahan barang dari tempat barang dihasilkan ke tempat barang dikonsumsi. Dalam kaitannya dengan transportasi, anggota saluran distribusi perlu memperhatikan keputusan pengangkutan.

6. Biaya Distribusi

Biaya (*cost*) adalah sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacrificed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Suatu biaya biasanya diukur dalam jumlah uang yang harus dibayarkan dalam rangka mendapatkan barang atau jasa.²³

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen, dimana di dalamnya termasuk biaya transportasi.²⁴ Biaya distribusi adalah biaya-biaya yang lazim berada di bawah pengendalian eksekutif pemasaran atau penjualan, tidak termasuk biaya administrasi dan biaya finansial. Biaya distribusi

²³ Charles T. Horngren, dkk, *Akuntansi Biaya* (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm.31.

²⁴ Ika Putri Octaviyanti, *Loc. Cit.*

demikian dapat meliputi, tetapi tidak terbatas hanya pada klasifikasi-klasifikasi umum sebagai berikut:²⁵

a. Biaya Langsung Penjualan (*Direct Selling Expense*)

Semua biaya langsung untuk memperoleh order, termasuk biaya langsung dari para salesmen, manajemen dan pengembalian penjualan, kantor-kantor cabang, dan jasa penjualan.

b. Biaya Periklanan dan Promosi Penjualan

Semua pengeluaran media advertensi, biaya-biaya yang berhubungan dengan berbagai jenis promosi penjualan, pengembangan dan publisitas.

c. Biaya Transportasi

Semua beban transportasi untuk pengiriman barang kepada pelanggan dan atas barang yang dikembalikan, serta biaya untuk mengelola dan memelihara bekerjanya fasilitas-fasilitas transportasi keluar.

d. Biaya Pergudangan dan Penyimpanan (*Warehousing and Storage Expense*)

Termasuk biaya penggudangan, penyimpanan, penanganan persediaan, pemenuhan order, dan pembukuan serta penyiapan pengiriman.

Biaya distribusi dianalisa untuk tiga tujuan utama, yaitu:

- a. Penetapan harga pokok
- b. Pengendalian biaya, dan
- c. Perencanaan dan pengarahan usaha distribusi.

²⁵ <https://elfiraworotitjan.wordpress.com/2010/09/19/pengendalian-biaya-distribusi.com>

Dari ketiga analisa di atas yang merupakan paling penting adalah penetapan harga pokok. Namun biaya-biaya harus dipastikan untuk menentukan harga jual, merumuskan kebijaksanaan distribusi dan menyiapkan berbagai laporan operasi. Akan tetapi, tujuan yang paing utama adalah untuk menyediakan kepada para eksekutif pemasaran informasi yang diperlukan dalam perenanaan, pengarahan, dan pengendalian usaha distribusi.

Ada tiga metode untuk menganalisa biaya distribusi, yaitu:

a. Menurut Sifat Biaya atau Objek Pengeluaran

Secara umum perkiraan buku besar dalam perusahaan yang terkecil sekalipun menyediakan pencatatan mengenai biaya distribusi menurut sifat biaya, atau obyek pengeluaran. Sebagai contoh, gaji, pajak upah, suku cadang sewa, biaya perjalanan, dan biaya advertensi biasanya dicatat dalam perkiraan-perkiraan yang tersendiri. Ini sering merupakan analisa yang pertama, dan kadang-kadang satu-satunya analisa yang dilakukan terhadap biaya distribusi.

Jadi, ditinjau dari segi pengendalian biaya jelas bahwa analisa menurut sifat biaya mempunyai kegunaan yang terbatas. Dengan demikian informasi yang tersedia bersifat umum, maka hanya sedikit membantu untuk pengarahan usaha penjualan.

b. Menurut Fungsi-Fungsi atau Operasi-Operasi Fungsional yang Dilaksanakan

Suatu analisa yang ternyata memang berguna, terutama untuk pengendalian biaya distribusi adalah menurut fungsi atau operasi fungsional. Analisa demikian dapat membantu dalam mengukur pelaksanaan menurut tanggungjawab per individu terutama dalam aplikasi-aplikasi dimana organisasinya kompleks atau besar.

c. Menurut Sifat Pengaplikasian Usaha Distribusi

Pada umumnya kegiatan penjualan harus dihubungkan dengan kemungkinan penjualan dan faktor-faktor ini harus diseimbangkan. Analisa menurut sifat aplikasi terutama bertujuan menyediakan informasi dalam pengarahannya usaha penjualan. Pendapatannya dari suatu faktor akan diukur dengan biaya distribusi dari daerah-daerah, produk-produk, para pelanggan, saluran distribusi, metode penjualan dan tenaga penjualan yang berbeda. Biaya distribusi mencakup klasifikasi biaya utama dan sub biaya utama seperti biaya sediaan, biaya pemrosesan pesanan, retur penjualan, biaya layanan, biaya transportasi, biaya pengemasan, biaya pergudangan, dan lain-lain.²⁶

7. Jumlah Karyawan

Penjual jasa (pikiran dan tenaga) dan mendapatkan kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu.²⁷ Dengan tenaga dan pikiran dapat menciptakan berbagai ide dan berbagai inovasi dalam meningkatkan mutu produk kemudian meningkatkan nilai atau produk. Karyawan adalah

²⁶ David Sukardi Kodrat, *Op. Cit.*, hlm. 160

²⁷ H. Malayu S.P Hasibuan, *Loc. Cit.*

segala usaha dan ikhtiar yang dilakukan oleh anggota badan atau fikiran untuk mendapatkan imbalan yang pantas.

Islam mendorong umatnya untuk bekerja dan memproduksi, bahkan menjadikannya sebagai sebuah kewajiban terhadap orang-orang yang mampu, lebih dari itu Allah akan memberi balasan yang setimpal yang sesuai dengan amal/kerja yang telah dilakukan.²⁸ Allah berfirman dalam Alqur`an surat an-Nahl (16) ayat 97:²⁹

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya: Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan Kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan

Dari dalil tersebut, Allah telah menjelaskan jika seseorang telah berusaha semampunya maka Allah akan memberikan ganjaran yang lebih besar dari apa yang telah diperoleh di dunia ini.

Islam mengangkat nilai tenaga kerja dan menyuruh orang bekerja, baik bekerja untuk mencapai penghidupan yang layak dan menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa yang menjadi keperluan manusia, demikian juga segala amal ibadah kepada Allah SWT.³⁰

²⁸ Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam* (Kencana: Jakarta, 2008), hlm.208.

²⁹ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hlm. 278.

³⁰ Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kalam Mulia, 1995), hlm. 313-315.

Allah SWT berfirman dalam QS. at-Taubah (9) ayat 105:³¹

وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ
 وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ
 تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.

Hak-hak dan kewajiban karyawan (tenaga kerja), sebagai salah satu faktor produksi, sebagai berikut:

a. Kerja adalah Hak Karyawan (Buruh)

Pemerintah berkewajiban membuka lapangan kerja bagi rakyat, terutama rakyat yang tidak mampu mendapatkan kerja atau membuka sendiri lapangan kerja. Pasal 27 ayat 2 UUD 1945 yang berisi "Tiap-tiap warga Negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.

b. Kerja Merupakan Kewajiban

Melaksanakan pekerjaan merupakan fardhu yang ditetapkan Allah untuk memperoleh penghidupan. Kerja itu dapat menghapuskan dosa-dosa dan merupakan satu ibadah, apabila ketika bekerja senantiasa memelihara ke-taqwaan kepada Allah SWT.

³¹ Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hlm. 203.

c. Majikan Bertanggungjawab tentang Pembayaran Upah

Upah wajib dibayar oleh majikan berdasarkan perjanjian kerja. Perjanjian kerja tentu didasarkan atas kemampuan, keahlian, kecermatan, produktivitas karyawan serta kemajuan atau laba perusahaan tersebut.

d. Upah buruh wajib tertentu dan tidak boleh ada pemaksaan, penipuan, ghoror atau apa saja yang merusak akad kerja.

e. Tidak Boleh Diberikan Pekerjaan yang Terlalu Berat

Apabila karyawan terpaksa melakukan pekerjaan terlalu berat, musti harus diberi bantuan oleh majikan.

f. Karyawan Wajib Berniat Ikhlas

Dalam melaksanakan tugasnya karyawan senantiasa merasa diawasi oleh Allah SWT, sebaik-baiknya harus bekerja dengan cermat, cepat dan hasil yang baik.

B. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil
Accorda Ramadhini, Skripsi, 2005 (Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara)	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Koperasi Juta Jelita Medan	Saluran distribusi yang dilakukan berpengaruh positif terhadap peningkatan volume penjualan perusahaan. Jenis saluran distribusi yang digunakan perusahaan adalah saluran distribusi tidak langsung. Hubungan yang terjadi antara biaya saluran distribusi dengan volume penjualan adalah hubungan positif dengan nilai kolerasi (r) = 0,99 atau $r > 0$. Dengan koefisien determinasi sebesar 98%.
Marianus Firdaus	Pengaruh Biaya	Dari hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif dan searah

S. A Raya, Jurnal, 2009 (Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma)	Distribusi Terhadap Hasil Penjualan Produk PT. Sesimal Suplies Indonesia	antara biaya distribusi dan hasil penjualan. Hal ini dapat terlihat dari hasil analisis korelasi linier dimana diperoleh nilai $r = 0,94$, dan juga ada hubungan yang positif antara biaya promosi dengan hasil penjualan, hal ini di tunjukan dengan persamaan regresi $Y = 78,608 + 128,345x_1 + 21,202x_2 + 98,170x_3$.
Desi Wita Sari, Skripsi, 2014 (Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin Makassar)	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT. Semen Tonasa Di Pangkep	Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan: $Y = (-5052,710) + 3,410 X_1 + (-4,867) X_2 + 109,894 X_3$. Variabel yang dominan yang mempengaruhi volume penjualan adalah variabel jumlah transportasi (X_3) dengan koefisien sebesar 109,894. Nilai koefisien determinasi adjuted R Square sebesar 0,999, artinya seluruh variabel independen yaitu biaya distribusi (X_1), jumlah distributor (X_2), jumlah transportasi (X_3), mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 99,9% terhadap variabel dependen (Y) yaitu volume penjualan. Sisanya 0,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan terhadap variabel dependen.
Lilin Puji Handayani, Skripsi, 2004, Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan pada Industri Kecil Genteng Di Kecamatan Jateng Kabupaten Karanganyar	Analisis yang digunakan ini adalah analisis regresi berganda dan analisis uji statistik yang terdiri dari uji-t dan uji-F. Dari analisis yang dilakukan dapat diketahui persamaan linier regresi berganda $Y=91386,508+3477,722X_1 + 4300,112X_2 + 4567,620X_3 + 0,233X_4 +7548,701X_5$ dengan nilai uji-t dari variabel usia (X_1) sebesar 4,622, variabel pendidikan (X_2) sebesar 2,567, variabel pengalaman usaha (X_3) sebesar 2,932, variabel upah karyawan (X_4) adalah sebesar 13,164, dan variabel jumlah karyawan (X_5) sebesar 1,964, serta uji-F adalah sebesar 209,189 dari analisis diketahui bahwa baik factor usia, jenjang pendidikan, pengalaman usaha dan jumlah karyawan yang bekerja pada pengusaha mempunyai pengaruh secara signifikan volume penjualan pada industri kecil genteng, karena nilai t-hitung yang diperoleh dari masing-masing variabel lebih besar dari nilai t-tabel yang sebesar $\pm 1,96$.

		Nilai t-hitung untuk variabel upah karyawan yang lebih besar dari nilai variabel lainnya, hal ini menunjukkan bahwa faktor upah mempunyai nilai yang paling dominan terhadap volume penjualan genteng.
Khusni Nurafiah, Skripsi, 2006, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto	Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Coca-Cola Amatil Kantor Penjualan Kebumen	Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan metode analisis kuantitatif. PT. Coca Cola Amatil KP. Kebumen menerapkan saluran distribusi tidak langsung yaitu saluran distribusi melalui <i>Retailer</i> , saluran distribusi melalui <i>wholesaler</i> dan saluran distribusi melalui <i>Sales Patner</i> . Dari hasil perhitungan korelasi untuk saluran distribusi <i>Retailer</i> -0,642 signifikan 0.024 dan saluran distribusi <i>Wholesaler</i> -0.682 signifikan 0.023 artinya terdapat hubungan yang bernilai negatif. koefisien determinasi untuk saluran distribusi <i>Retailer</i> sebesar 0.412 atau 41.2 % dan untuk saluran distribusi <i>Wholesaler</i> 0.42 atau 42 %. Untuk saluran distribusi <i>Sales Patner</i> korelasinya terhadap volume penjualan sebesar 0.611 atau 61,1% dengan signifikansi 0.35. Koefisien determinasi saluran distribusi <i>Sales Patner</i> sebesar 0.373 atau 37.3% saluran distribusi melalui <i>Sales patner</i> mempengaruhi sebesar 37.3 %.

Dari penelitian terdahulu di atas, terdapat perbedaan dan persamaan dari penelitian peneliti, antara lain:

1. Accorda Ramadhini, menggunakan saluran distribusi tidak langsung, sedangkan peneliti menggunakan saluran distribusi secara langsung, dan persamaannya memiliki nilai yang positif antara saluran distribusi terhadap volume penjualan.
2. Marianus Firdaus S. A. Raya, terdapat persamaan pengaruh yang positif dan searah antara biaya distribusi dan hasil penjualan. Perbedaan di gunakan dalam penelitian ini adalah biaya distribusi sebagai variable bebas, yang terdiri dari biaya transportasi (X_1), biaya penyimpanan (X_2), biaya penjualan

(X_3) dan hasil penjualan sebagai variabel terikat (Y), sedangkan peneliti menggunakan biaya distribusi (X_1), jumlah karyawan dan (X_2) dan volume penjualan variabel terikat (Y).

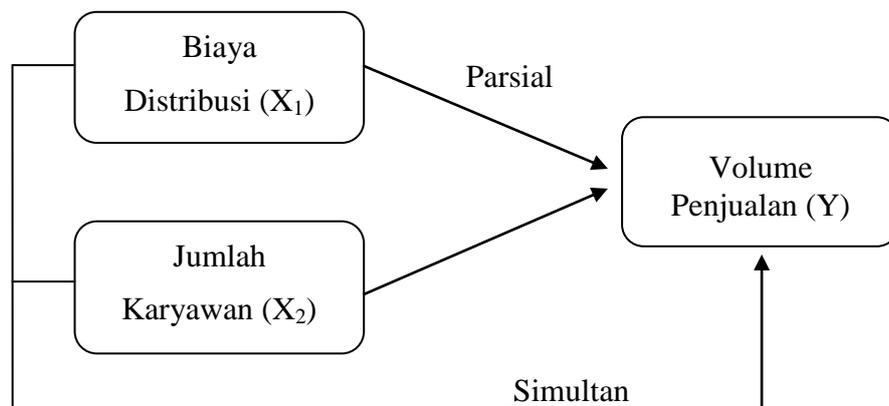
3. Desi Wita Sari, analisis yang digunakan sama dengan analisis peneliti yaitu regresi berganda. Perbedaannya yaitu jika peneliti menggunakan dua variabel yang mempengaruhi variabel X terdiri dari biaya distribusi (X_1) dan jumlah karyawan (X_2) sedangkan Desi Wita Sari menggunakan tiga variabel yang mempengaruhi variabel X yaitu biaya distribusi (X_1), jumlah distributor (X_2), jumlah transportasi (X_3).
4. Lilin Puji Handayani, menggunakan analisis yang sama dengan peneliti yaitu regresi berganda dan sama-sama menggunakan variabel jumlah karyawan. Akan tetapi perbedaannya peneliti hanya menggunakan dua variabel yaitu biaya distribusi (X_1) dan jumlah karyawan (X_2) yang mempengaruhi sedangkan Lilin menggunakan lima variabel terdiri dari variabel usia (X_1), variabel pendidikan (X_2), variabel pengalaman usaha (X_3), variabel upah karyawan (X_4) dan variabel jumlah karyawan (X_5).
5. Khusni Nurafiah, menggunakan dua variabel yaitu saluran distribusi (X) dan volume penjualan (X), sama dengan peneliti. Perbedaannya terletak pada tempat penelitian yaitu pada Koperasi sedangkan saudari khusni pada PT.Coca Cola Amatil KP. Kebumen, penerapan saluran distribusi yang dilakukan peneliti menggunakan saluran distribusi ganda sedangkan peneliti terdahulu menggunakan saluran distribusi tidak langsung.

C. Kerangka Berfikir

Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor dalam menentukan saluran distribusi. Apabila dalam pelaksanaan distribusi lancar dan efektif diharapkan akan meningkatkan volume penjualan seperti yang diharapkan perusahaan.

Dalam hal ini faktor-faktor yang mempengaruhi saluran distribusi Koperasi Agrina meliputi biaya distribusi dan jumlah karyawan sehingga perusahaan dapat mencapai target volume penjualan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2. 2
Kerangka Berfikir



Dari kerangka fikir di atas, dapat disimpulkan biaya distribusi (X₁) merupakan faktor utama mempengaruhi secara signifikan terhadap volume penjualan, karena dengan biaya maka sirkulasi pemasaran akan berjalan lancar. Jumlah karyawan (X₂) juga mempengaruhi volume penjualan secara signifikan, dengan adanya karyawan yang terampil, maka perusahaan akan bertahan dan produk yang diolah akan semakin memiliki inovasi kreatif sehingga jenis

prudok akan bertambah sehingga dapat menarik minat konsumen untuk membelinya.

Dimensi variabel saluran distribusi yang terdiri dari biaya distribusi (X_1) dan jumlah karyawan (X_2) yang mempengaruhi secara simultan terhadap volume penjualan. Dengan saluran distribusi yang baik dan lancar, maka akan berpengaruh positif dan terhadap volume penjualan.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Dalam rangkaian langkah-langkah penelitian yang disajikan dalam bab ini hipotesis itu merupakan rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaahan kepustakaan.³²

Adapun hipotesis yang akan dijawab oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara biaya distribusi terhadap volume penjualan.
- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara jumlah karyawan terhadap volume penjualan.
- H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan.

³²Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 21.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini dilakukan pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan. Waktu dalam penelitian ini mulai dari Maret 2016 sampai selesai. Alasan meneliti Koperasi Agrina karena peneliti melihat adanya kesenjangan pada pemasarannya yang mengalami tidak stabilnya volume penjualan.

B. Jenis Penelitian

Ada dua jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Sugiyono berpendapat penelitian kuantitatif “adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada penelitian populasi atau sampel tertentu”.¹ Sedangkan penelitian kualitatif adalah “penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah”.² Maka jenis Penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif karena permasalahan penelitian sudah jelas dan peneliti ingin mendapatkan informasi yang luas dan nyata.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 13.

²*Ibid.*, hlm. 14.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen atau unit penelitian atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan).³ Adapun populasi yang digunakan peneliti adalah laporan keuangan saluran distribusi dan volume penjualan Koperasi Agrina. Waktu yang digunakan untuk penelitian ini mulai dari berdirinya Koperasi Agrina tahun 2007 sampai dengan 2016.

2. Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang ingin diteliti. Oleh karena itu, sampel sebagai suatu pendugaan terhadap populasi dan bukan populasi itu sendiri.⁴ Sampel yang digunakan peneliti yaitu laporan keuangan bulanan sejak Oktober 2013 sampai September 2016 yaitu sebanyak 36 bulan.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah data internal perusahaan berupa data volume penjualan yang diperoleh dari Koperasi Agrina.

³Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 119.

⁴Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 119.

E. Teknik Analisis Data

Analisis dapat diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian.⁵ Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan. Memang ada kalanya dalam penelitian juga membuktikan dugaan tetapi tidak terlalu lazim. Umumnya adalah bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis.⁶

2. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval maupun rasio. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.⁷

⁵Maman Abdurrahman, *Loc. Cit.*

⁶Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 234.

⁷Duwi Priyatno, *SPSS 21 :Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2014), hlm. 69.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas artinya antara variabel independen yang dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna (koefisien kolerasinya tinggi atau bahan 1). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.⁸

Konsekuensi adanya multikolinieritas adalah koefisien kolerasinya tidak tertentu dan kesalahan menjadi sangat besar. Adapun kriteria pengujiannya dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Adapun kriteria pengujian adalah apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain adalah metode kolerasi *Spearman's*, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji *Park*, dan uji *Glejser*.⁹ Dasar pengujian dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan di atas 0,05 maka tidak terjadi hubungan heteroskedastisitas

⁸Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 28.

⁹*Ibid.*, hlm. 108-113.

2) Jika nilai signifikan di bawah 0,05 maka terjadi hubungan heteroskedastisitas

Adapun metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas memakai metode *Spearma's* untuk melihat nilai signifikan antara variabel bebas (X1 dan X2). Dalam metode *Spearma's* sebaiknya tidak terjadi heteroskedastisitas untuk memenuhi persyaratan uji regresi linear berganda.

c. Uji Autokolerasi

Salah satu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa kesalahan atau gangguan uji yang masuk ke dalam fungsi regresi populasi adalah *random* atau tidak berkorelasi. Pengujian autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah antara kesalahan pengganggu yang saling berurutan terjadi korelasi atau tidak. Pengujian autokorelasi ini umumnya dilakukan dengan menggunakan Uji *Durbin Watson* (Uji DW), dimana nilai diperoleh secara langsung dari perhitungan komputer.

Adapun prosedur pengujiannya adalah H_0 tidak ada autokorelasi positif jika:

Jika $DW > d_u$ dengan $dk = n-k-1$ maka H_0 diterima.

Jika $DW < d_L$ dengan $dk = n-k-1$ maka H_0 ditolak.

Jika $d_L < DW < d_u$, maka tidak dapat diambil/tidak meyakinkan.¹⁰

¹⁰Husein Umar, *Op. Cit.*, hlm. 144-145.

4. Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel dependen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi-variabel dependen.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.¹¹

¹¹Duwi Priyanto, *Op. Cit.*, hlm. 73-80.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$VP = f(BD, JK)$$

$$VP = a + b_1 BD + b_2 JK$$

Keterangan:

VP = Volume penjualan

BD = Biaya distribusi

JK = Jumlah karyawan

a = Konstanta (nilai VP apabila BD, JK, = 0)

b_1, b_2 = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (BD, JK) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (VP). Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:¹²

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak

¹² Syofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm. 352-353.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Letak Geografis Koperasi Agrina

Koperasi Agrina berada di desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan Provinsi Sumatera. Desa Parsalakan berjarak 9 km dari Kecamatan Angkola Barat. Jarak Angkola Barat ke Kabupaten Tapanuli Selatan sejauh 8 km dan jarak ke Provinsi Sumatera Utara yaitu Medan adalah 460 km.¹

Parsalakan memiliki batas-batas yaitu sebelah Utara berbatasan dengan desa Paya Tobotan, sebelah Selatan berbatasan dengan desa Aek Latong Siamporik, sebelah Barat berbatasan dengan desa Paya Pusat Aek Nabara dan sebelah Timur berbatasan dengan desa Sawah Sialogo.

2. Sejarah Koperasi Agrina

Koperasi Agrina berdiri pada 25 September 2007 pertama kalinya Koperasi Agrina sudah mengolah buah salak segar menjadi aneka makanan dan minuman. Olahan tersebut pada saat ini sudah menjadi terkenal dan menjadi makanan khas Tapanuli Selatan. Buah salak ini merupakan hasil pertanian asli khas dari daerah Tapanuli Selatan.

Berdirinya Koperasi Agrina ini mampu menstabilkan harga buah salak pada musim panen raya sehingga para petani tidak lagi mengalami kerugian. Sebelumnya pada musim panen raya banyak petani salak yang tidak

¹Rosnani Siregar, dkk., "Peranan Koperasi Agrina Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Muslim Petani Salak di Kecamatan Padangsidempuan Barat" (Penelitian Kolektif, STAIN Padangsidempuan, 2010) hlm. 41.

memanen salak hasil pertaniannya dan buah salak dibiarkan begitu saja di pohon. Karena merasa merugi apabila buah salak dipanen karena harganya murah tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan untuk memanen salak. Apabila tidak musim buah salak maka harganya akan naik dan tinggi sehingga konsumen mengurangi konsumsi salak. Hal ini menunjukkan ketidakstabilan harga buah salak di Tapanuli Selatan.

Koperasi Agrina adalah koperasi produktif pertama di Tapanuli Selatan yang mengolah buah salak segar menjadi makanan ringan yang bergizi, berprotein tinggi dan sehat. Sejak tahun 2007 Koperasi Agrina berdiri dengan 260 anggota koperasi yang dipimpin oleh Bapak Guloma Medrofa dan sekarang dipimpin oleh Bapak Sarbeni Harahap. Koperasi Agrina memiliki simpanan wajib dan simpanan pokok dalam menjalankan kegiatan koperasi. Untuk pembagian keuntungan atau sisa hasil usaha (SHU) dengan menerapkan sistem bagi hasil. Koperasi Agrina menghasilkan berbagai macam olahan buah salak segar menjadi makanan dan minuman yaitu dodol salak, keripik salak, kurma salak, sirup salak, agar-agar salak, madu salak dan minuman berenergi dari salak.

Produk olahan salak Koperasi Agrina sudah dipasarkan antara lain; Bali, Batam, Riau, Pekanbaru, Medan, Jakarta, Yogyakarta, Labuhan Batu, dan daerah di sekitarnya Paluta, Palas, Madina, Tapanuli Tengah, Sibolga dan daerah sekitar Padangsidimpuan. Sedangkan pemasaran di luar negeri adalah Negara Malaysia.

3. Struktur Organisasi Koperasi Agrina

Struktur organisasi pada Koperasi Agrina disajikan dalam gambar dibawah ini:



4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab

a. Ketua Koperasi Agrina

- 1) Tugas Ketua Koperasi Agrina
 - a) Melaksanakan kebijakan pengurus dalam pengelolaan usaha koperasi.
 - b) Mengendalikan dan mengkoordinir semua kegiatan usaha koperasi yang dilaksanakan oleh karyawan.
 - c) Melakukan pembagian tugas secara jelas dan tegas mengenai bidang dan pelaksanaannya.
 - d) Mentaati segala ketentuan yang diatur dalam anggaran dasar, anggaran rumah tangga, keputusan rapat anggota, kontrak kerja dan lainnya yang berlaku pada koperasi yang berkaitan dengan pekerjaan.
- 2) Tanggung Jawab Ketua Koperasi Agrina

Menanggung kerugian usaha koperasi sebagai akibat dari kelalaian dan atau tindakan yang disengaja atas pelaksanaan tugas yang dilimpahkan.

b. Sekretaris Koperasi Agrina

1) Tugas Sekretaris Koperasi Agrina

- a) Bertanggung jawab untuk administrasi dan kantor
- b) Memastikan kelengkapan organisasi
- c) Mengatur kantor
- d) Mengumpulkan dan menyusun laporan kegiatan dengan bendahara dan pengawas.
- e) *Draft* rencana program kerja dan organisasi adil.

- f) Pengambilan keputusan di bidang sekretaris.
- g) Menandatangani surat-surat dengan ketua.
- h) Menetapkan pedoman pelaksanaan dan organisasi konseling.

2) Tanggung Jawab Sekretaris Koperasi Agrina

Sekretaris bertanggung jawab kepada dewan pertemuan dengan wakil ketua.

c. Bendahara Koperasi Agrina

1) Tugas Bendahara Koperasi Agrina

- a) Bertanggung jawab untuk koperasi masalah keuangan.
- b) Mengatur catatan akuntansi.
- c) Menyiapkan anggaran setiap bulan.
- d) Mengawasi penerimaan dan pengeluaran uang.
- e) Menyiapkan anggaran rencana penerimaan koperasi.
- f) Menyiapkan laporan keuangan.

2) Tanggung Jawab Bendahara Koperasi Agrina

- a) Mengontrol anggaran.
- b) Pengambilan keputusan dibidang manajemen dan bisnis.
- c) Menandatangani surat yang berhubungan
- d) dengan keuangan bisnis bersama dengan ketua koperasi.

5. Tujuan dan Fungsi

Tujuan didirikannya sebuah koperasi adalah untuk:

- a) Meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggota khususnya masyarakat daerah kerja pada umumnya.
- b) Berperan serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat yang dalam hal ini berangkat dan bertitik tolak kepada keprihatinan sosial serta perbaikan kondisi perekonomian keluarga di Kabupaten Tapanuli Selatan dan sekitarnya.
- c) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian sosial.
- d) Menjadi gerakan ekonomi rakyat serta ikut membangun tatanan perekonomian sosial.

- e) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian Nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

B. Gambaran Data Penelitian

Adapun gambaran data penelitian yang diperoleh sebanyak 36 bulan mulai dari bulan Oktober 2013 sampai September 2016 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 1
Gambaran Data Penelitian

NO	Bulan	BIAYA DISTRIBUSI (X1)		JUMLAH KARYAWAN (X2)		VOLUME PENJUALAN (Y)	
		X1	Ln (X1)	X2	Ln (X2)	Y	Ln (Y)
1	Oktober 2013	19411350	7,288056	23	3,135494216	19673000	7,293871
2	November	16662250	7,221734	23	3,135494216	24852000	7,395361
3	Desember	18255350	7,26139	25	3,218875825	28654000	7,457185
4	Januari 2014	16068250	7,205969	25	3,218875825	30388000	7,482702
5	Februari	18764450	7,273336	24	3,17805383	30160000	7,479431
6	Maret	13212400	7,120982	23	3,135494216	19592000	7,292079
7	April	16529175	7,218251	22	3,091042453	22695000	7,35593
8	Mei	15558200	7,191959	22	3,091042453	35470000	7,549861
9	Juni	16548150	7,218749	22	3,091042453	24550000	7,390051
10	Juli	17695000	7,247851	22	3,091042453	29867000	7,475192
11	Agustus	17215000	7,235907	23	3,135494216	26668000	7,42599
12	September	20715500	7,316295	21	3,044522438	18103000	7,257751
13	Oktober	19534000	7,290791	21	3,044522438	26190000	7,418135
14	November	16828000	7,226033	21	3,044522438	38400000	7,584331
15	Desember	16810000	7,225568	24	3,17805383	27813000	7,444248
16	Januari 2015	16782500	7,224857	24	3,17805383	47698000	7,6785
17	Februari	15801000	7,198685	21	3,044522438	17037000	7,231393
18	Maret	15397000	7,187436	21	3,044522438	19622000	7,292743
19	April	15797000	7,198575	21	3,044522438	14117000	7,149742
20	Mei	15290000	7,184407	21	3,044522438	18003000	7,255345
21	Juni	15820000	7,199206	21	3,044522438	24406000	7,387497
22	Juli	15140000	7,180126	19	2,944438979	23852000	7,377525

23	Agustus	15770000	7,197832	22	3,091042453	19510000	7,290257
24	September	20955000	7,321288	19	2,944438979	22150000	7,345374
25	Oktober	19684000	7,294113	19	2,944438979	22320000	7,348694
26	November	15035000	7,177103	19	2,944438979	27948000	7,446351
27	Desember	15200000	7,181844	23	3,135494216	29333000	7,467356
28	Januari 2016	15895000	7,201261	23	3,135494216	57380000	7,758761
29	Februari	18235000	7,260906	20	2,995732274	19072000	7,280396
30	Maret	19030000	7,279439	20	2,995732274	20897000	7,320084
31	April	19230000	7,283979	20	2,995732274	19560000	6,291369
32	Mei	17564500	7,244636	19	2,944438979	24349000	7,386481
33	Juni	18456500	7,266149	19	2,944438979	23560000	7,372175
34	Juli	14985000	7,175657	19	2,944438979	19867000	7,298132
35	Agustus	19756000	7,295699	18	2,890371758	19983400	7,300669
36	September	18348500	7,263601	18	2,890371758	19345000	7,286569

Dari tabel 4.1 biaya distribusi dan volume penjualan mulai Oktober 2013 sampai September 2016 mengalami ketidakstabilan antara pengeluaran dan pendapatan yang mengakibatkan kerugian pada September 2014 dilihat lebih besar pengeluaran dari pada pendapatan. Jumlah karyawan mengalami pengurangan secara berlahan diakibatkan oleh beberapa faktor seperti karena ketidakstabilan karyawan. Karena perputaran karyawan yang keluar masuk mengakibatkan semakin sering terjadi pergantian dan pengalihan.

C. Hasil Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Tabel 4. 2
Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BD	36	16.397	16.858	16.65279	.107865
JK	36	2.890	3.219	3.05487	.091915
VP	36	16.463	17.865	17.00507	.286042

Berdasarkan hasil yang diperoleh variabel biaya distribusi jumlah data N=36, biaya minimum 16.397, maximum 16.858, biaya rata-rata= 16.65279 dan std deviation 0,107865. Variabel jumlah karyawan memiliki nilai N=36, nilai minimum 2.890, maximum 3.219, mean 3.05487 dan std deviation 0,091915. Sedangkan variabel volume penjualan memiliki nilai N=36, nilai minimum 16.463, maximum 17.965, mean 17.00507 dan std. deviation 0,286042.

2. Uji Normalitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BD	JK	VP
N		36	36	36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16.65279	3.05487	17.00507
	Std. Deviation	.107865	.091915	.286042
Most Extreme Differences	Absolute	.108	.135	.113
	Positive	.108	.135	.113
	Negative	-.091	-.122	-.092
Test Statistic		.108	.135	.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.094 ^c	.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil analisis di atas diperoleh nilai K-S untuk variabel biaya distribusi sebesar 0,108 dengan asym. sig. 0,200. Oleh karena nilai asym. sig. tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa biaya distribusi adalah normal. Sedangkan nilai K-S untuk variabel jumlah karyawan sebesar 0,135 dengan asym. Sig 0,094 di atas 0.05. Dengan demikian nilai K-S untuk variabel jumlah karyawan adalah normal. Sedangkan nilai K-S untuk variabel volume penjualan

sebesar 0,113 dengan asym. sig 0,200 di atas 0,05. Dapat disimpulkan bahwa volume penjualan adalah normal.

3. Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Constant	12.555	7.624		1.647	.109		
1 BD	.012	.426	.005	.029	.977	.939	1.065
JK	1.390	.500	.447	2.778	.009	.939	1.065

Berdasarkan *output* pada tabel 4. 4 dapat diketahui bahwa nilai VIF dari variabel biaya distribusi dan variabel jumlah karyawan adalah $1.065 > 10$. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Sementara nilai *tolerance* variabel biaya distribusi dan variabel jumlah karyawan adalah sebesar $0,939 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari variabel biaya distribusi dan variabel jumlah karyawan lebih besar dari 0,1. Berdasarkan nilai VIF dan *tolerance* tabel di atas memenuhi syarat tidak terjadi multikolinieritas antara variabel bebas sehingga memenuhi syarat untuk uji regresi linier berganda.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

			Absolut Residu	BD	JK
Spearman's rho	Absolut Residu	Correlation Coefficient	1.000	-.180	-.300
		Sig. (2-tailed)	.	.293	.076
		N	36	36	36
	BD	Correlation Coefficient	-.180	1.000	.068
		Sig. (2-tailed)	.293	.	.691
		N	36	36	36
JK	Correlation Coefficient	-.300	.068	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.076	.691	.	
	N	36	36	36	

Dari *output* pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa koefisien korelasi biaya distribusi dengan absolut residu adalah sebesar -0,180 dengan sig. 0,293. Oleh karena nilai sig. di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas untuk biaya distribusi. Koefisien korelasi jumlah karyawan dengan absolut residu adalah sebesar -0,300 dengan sig. 0,076. Oleh karena nilai sig. di atas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas untuk jumlah karyawan. Dapat disimpulkan bahwa syarat untuk persamaan regresi dapat terpenuhi karena tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel bebas.

c. Uji Autokolerasi

Tabel 4. 6
Hasil Uji Autokolerasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.446 ^a	.199	.150	.263722	1.888

Nilai D_U dan D_L dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson. Dengan $dk = n-k-1$ ($36-2-1=33$) diperoleh nilai $d_L = 1,321$; $d_u = 1,577$ (lihat pada lampiran) dan nilai Durbin-Watson sebesar 1,888. Maka hasil yang diperoleh $d_L < DW > d_u$ ($1,321 < 1,888 > 1,577$) karena nilai DW berada pada daerah antara d_L dan d_u maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti atau tidak meyakinkan.

4. Analisis Determinasi (R^2)

Tabel 4. 7
Analisis Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.446 ^a	.199	.150	.263722

Berdasarkan hasil angka R^2 (R Square) sebesar 0,199 atau (19,9%) hal ini menunjukkan kontribusi biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan sebesar 19,9% sedangkan sisanya 80,1% disumbangkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Persentase R^2 pada penelitian ini dalam kategori rendah, hal ini diakibatkan karena ketidakstabilan karyawan. Karena perputaran karyawan yang keluar masuk mengakibatkan semakin sering terjadi pergantian dan pengalihan.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Constant	12.555	7.624	
1 BD	.012	.426	.005
JK	1.390	.500	.447

Adapun persamaan regresinya sebagai berikut:

$$VP = a + b_1 BD + b_2 JK$$

$$VP = 12.555 + (0.012) BD + (1.390) JK$$

Dari hasil tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 12.555 artinya apabila biaya distribusi dan jumlah karyawan dianggap konstanta atau 0 maka variabel volume penjualan sebesar 12.555.
- b. *Koefisien regresi* biaya distribusi sebesar 0.012 artinya apabila biaya distribusi ditambah 1 rupiah maka volume penjualan bertambah sebesar - 0.012 rupiah. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara biaya distribusi dengan volume penjualan.
- c. *Koefisien regresi* jumlah karyawan sebesar 1.390 artinya apabila jumlah karyawan ditambah 1 orang, maka volume penjualan bertambah sebesar 1.390. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan yang positif antara jumlah karyawan dengan volume penjualan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Tabel 4. 9
Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	12.555	7.624		1.647	.109
1 BD	.012	.426	.005	.029	.977
JK	1.390	.500	.447	2.778	.009

Berdasarkan *output* pada tabel 4.9 dapat dilihat nilai t_{hitung} untuk biaya distribusi sebesar 0,029 sedangkan t_{tabel} diperoleh 2,032. Dengan ketentuan $\alpha = 0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan rumus $df = n - 2$ ataupun $df = 36 - 2 = 34$, (lihat pada lampiran 3). Berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,029 < 2,032$) maka H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh antara biaya distribusi terhadap volume penjualan.

Sedangkan t_{hitung} untuk jumlah karyawan adalah sebesar 2,778 dan untuk t_{tabel} adalah 2,032 (lihat pada lampiran 3). Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,778 > 2,032$) maka H_a diterima H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial jumlah karyawan berpengaruh terhadap volume penjualan.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)

Tabel 4. 10
Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.569	2	.284	4.088	.026 ^b
1 Residual	2.295	33	.070		
Total	2.864	35			

Berdasarkan tabel di atas nilai F_{hitung} sebesar 4,088 dan F_{tabel} sebesar 3,285 di peroleh dari ketentuan dari $\alpha = 0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan rumus $dk = n - k - 1$, ataupun $dk = 36 - 2 - 1 = 33$. Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($4,088 > 3,285$) (lihat pada lampiran 4). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a diterima H_0 ditolak. Maka dapat disimpulkan biaya distribusi dan jumlah karyawan berpengaruh secara simultan terhadap volume penjualan.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan. Adapun teori yang berhubungan dengan penelitian adalah tentang saluran distribusi dimana saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang yang diproduksi kepada konsumen atau pemakai industri. Pelaksanaan kegiatan saluran distribusi membutuhkan biaya agar tujuan yang diharapkan dapat tercapai. Biaya saluran distribusi yang dimaksud adalah keseluruhan biaya-biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan pendistribusian produk-produk yang dimiliki perusahaan. Banyak sedikitnya kegiatan distribusi yang dilakukan akan mempengaruhi biaya distribusi yang akan dikeluarkan. Semakin besar biaya-biaya yang dikeluarkan diharapkan semakin besar pula tingkat volume penjualannya. Dalam arti semakin besar biaya distribusi perusahaan maka diharapkan volume penjualan akan naik, sehingga penentuan biaya distribusi yang efektif dapat membantu perusahaan dalam peningkatan volume penjualan.²

Dengan demikian saluran distribusi merupakan struktur unit lembaga atau organisasi yang sangat penting dan langsung berpengaruh terhadap perusahaan, yaitu sesuai dengan tujuan perusahaan meningkatkan volume penjualan yang mana memerlukan pengembangan dan perencanaan pemasaran agar dapat menjual dalam jumlah yang telah ditentukan sebelumnya.³

² Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: FPFE, 2000). hlm. 45.

³ Kotler Philip, Asmtrong, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Keenam (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm 76.

Dalam hal ini peranan saluran pemasaran khususnya saluran distribusi sangat menentukan untuk dapat memasarkan produk-produk tersebut sampai ketangan konsumen. Didalam saluran distribusi, produsen seringkali menggunakan perantara sebagai penyalurnya, dimana perantara ini merupakan suatu kegiatan yang berdiri sendiri yang berada diantara produsen dan konsumen akhir. Para penyalur ini biasanya juga membantu memberikan pelayanan dan fasilitas kepada produsen serta konsumen akhir, dimana penghasilan yang mereka terima secara langsung berasal dari transaksi jual beli tersebut. Dalam persaingan yang semakin tajam, banyak perusahaan mulai menyadari betapa pentingnya berbagai aktifitas pendukung yang dapat membantu perusahaan dalam mencapai hasil penjualan yang optimum.⁴

Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh perusahaan pastinya memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan utama meningkatkan penjualan dapat tercapai. Sedangkan tujuan dari distribusi itu sendiri adalah menekankan penambahan pelanggan baru, menjalin kerja sama dengan para distributor, mempertahankan posisi penjualan serta untuk meningkatkan volume penjualan. Distribusi dilaksanakan dengan harapan akan meningkatkan volume penjualan dengan asumsi bahwa semakin ditingkatkannya kegiatan distribusi maka semakin besar biaya distribusi, sehingga apabila biaya distribusi yang dikeluarkan semakin besar, maka volume penjualan akan naik. Setelah biaya pendistribusian dikalkulasi hal yang terpenting dalam proses

⁴Radiosunu, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis Perencanaan dan Pengendalian* (Jakarta: Erlangga, 2000), hlm. 25.

pemasaran adalah orang/karyawan yang akan mendistribusikan produk tersebut agar lebih sempurna dalam kegiatan pemasaran.

Jumlah karyawan diartikan sebagai perputaran karyawan yang masuk dan keluar perusahaan. Jumlah karyawan ini merupakan petunjuk kestabilan karyawan. Semakin tinggi perputaran atau karyawan yang keluar masuk berarti semakin sering terjadi pergantian dan hal ini akan mengakibatkan kerugian perusahaan, jika seorang karyawan meninggalkan perusahaan akan berbagai biaya seperti biaya penarikan karyawan, biaya peralihan dan lain-lain.⁵

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diketahui bahwa Nilai t hitung untuk biaya distribusi sebesar 0,029 sedangkan t tabel diperoleh 2,032. Dengan ketentuan $\alpha = 0,05 : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan rumus $df = n - 2$ ataupun $df = 36 - 2 = 34$, (lihat pada lampiran 3). Berarti t hitung < t tabel ($0,029 < 2,032$) maka H_0 ditolak H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara biaya distribusi terhadap volume penjualan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Marianus Firdaus pada uji t diperoleh hasil t hitung sebesar 0,280 berarti variabel biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan. Penelitian Triyonowati diperoleh t_{hitung} sebesar $5,438 >$ dari t_{tabel} sebesar 2,920 maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada tingkat signifikansi 5% sehingga secara parsial saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan.

⁵Alex S nitisemitro, *Menimbulkan Semangat dan Gairah Kerja* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1992), hlm. 23.

Sedangkan t_{hitung} untuk jumlah karyawan adalah sebesar 2,778 dan untuk t_{tabel} adalah 2,032 (lihat pada lampiran 5). Ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,778 > 2,032$) maka H_a diterima H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial jumlah karyawan berpengaruh terhadap volume penjualan. Penelitian ini sejalan dengan Lilin Puji Handayani hasil uji t untuk variabel jumlah karyawan diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 1,964 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi di atas 0,05 berarti variabel jumlah karyawan berpengaruh terhadap volume penjualan.

Uji secara bersama-sama (uji F) diperoleh nilai F_{hitung} 4,088 > F_{tabel} 3,285. Sehingga keputusannya H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini berarti secara simultan variabel independen (biaya distribusi dan jumlah karyawan) mempengaruhi volume penjualan. Hasil uji secara bersama-sama sejalan dengan penelitian Firmansyah Kurniadi dengan nilai F_{hitung} (88,780) lebih besar dari F_{tabel} (4,74). Dengan demikian terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan variabel promosi (X_1) dan Distribusi (X_2) secara serentak terhadap volume penjualan.

Uji *koefisien determinasi* kontribusi biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan sebesar 19,9 % sedangkan sisanya 80,1% disumbangkan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Persentase R^2 pada penelitian ini dalam kategori rendah, hal ini menurut peneliti diakibatkan karena ketidakstabilan karyawan. Karena perputaran karyawan yang keluar masuk mengakibatkan semakin sering terjadi pergantian dan pengalihan.

E. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian. Hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan kemampuan dalam menganalisis data yang sudah diperoleh.
2. Keterbatasan dalam menormalkan data yang sudah diperoleh.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data tersebut di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian secara parsial untuk biaya distribusi diperoleh nilai t hitung $0,029 < t$ tabel $2,032$ sehingga hipotesis H_0 diterima H_a ditolak. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Marianus Firdaus pada Uji t diperoleh hasil t hitung sebesar $0,280$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,05$ berarti variabel biaya distribusi berpengaruh terhadap volume penjualan.
2. Sedangkan uji parsial t_{hitung} untuk variabel jumlah karyawan bernilai $2,778$ dan untuk t_{tabel} adalah $2,032$ ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,778 > 2,032$) maka H_a diterima H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh antara jumlah karyawan dengan volume penjualan. Penelitian ini sejalan dengan Lilin Puji Handayani hasil uji t untuk variabel jumlah karyawan diperoleh hasil t hitung sebesar $1,964$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi di atas $0,05$ berarti variabel jumlah karyawan berpengaruh terhadap volume penjualan.
3. Berdasarkan uji secara bersama-sama (uji F) diperoleh F_{hitung} $4,088 > F_{tabel}$ $3,285$ Sehingga keputusannya H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini berarti secara simultan variabel independen (biaya distribusi dan jumlah karyawan) berpengaruh terhadap volume penjualan.

Berdasarkan uji *koefisien determinasi* kontribusi biaya distribusi dan jumlah karyawan terhadap volume penjualan sebesar 19,9 % sedangkan sisanya 80,1 % disumbangkan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Persentase R^2 pada penelitian ini dalam kategori rendah, hal ini diakibatkan karena ketidakstabilan karyawan. Karena perputaran karyawan yang keluar masuk mengakibatkan semakin sering terjadi pergantian dan pengalihan.

Model regresi juga pada penelitian ini dinyatakan lulus dari uji asumsi klasik. Nilai VIF yang diketahui antar variabel independen tidak terdapat multikolinearitas. Untuk uji Heteroskedastisitas, pada *spearman's* koefisien residu pada variabel bebas (biaya distribusi dan jumlah karyawan) berada di atas 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan uji asumsi klasik model regresi pada penelitian ini cukup baik.

B. Saran–Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap judul pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan agar lebih menggali lagi judul tersebut lebih dalam dan menambah variabel-variabel lain agar lebih dalam pembahasannya.
2. Untuk pihak perusahaan agar meningkatkan kinerja karyawan misalnya bagian pemasaran agar dibekali ilmu yang lebih baik, agar bisa lebih

meningkatkan volume penjualan. Sebab dengan volume penjualan yang meningkat maka kebutuhan-kebutuhan lain akan terpenuhi bahkan bisa menambah jumlah produk yang dimiliki saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex S nitisemitro, *Menimbulkan Semangat dan Gairah Kerja*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1992.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Basu Swastha, Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modren*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002.
- Charles T. Horngren, dkk, *Akuntansi Biaya*, Jakarta: Erlangga, 2006.
- David Sukardi Kodrat, *Manajemen Distribusi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, Jakarta: CV. Diponegoro, 2005.
- Desi Wita Sari, “Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Semen PT. Semen Tonasa di Pangkep”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar, 2014.
- Duwi Priyatno, *SPSS 21 :Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: C.V. Andi Offset, 2014.
- Fred R. David, *Manajemen Strategis Konsep* , Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Hasibuan Malayu S.P, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002.
- Hendro, *Be A Smart & Good Entrepreneur*, Yogyakarta: Med Press, 2011.
- Hendry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid Dua*, Jakarta: Salemba Empat, 2000.
- Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia, 2015.
- Ika Putri Octaviyanti, “Pengaruh Biaya Promosi dan Biaya Distribusi terhadap Volume Penjualan pada PT. Media Pressindo”, Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.
- Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: FPFE, 2000.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.

- M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000.
- Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007.
- Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Murti Sumarni dan John Soeprihanto, *Pengantar Bisnis: Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan*, Yogyakarta: Liberty, 2003.
- Nurul Huda, *Ekonomi Makro Islam*, Kencana: Jakarta, 2008.
- Philip Kotler, Asmtrong, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Keenam, Jakarta: Erlangga, 2000.
- Radiosunu, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga, 2000.
- Rosnani Siregar, dkk., "Peranan Koperasi Agrina Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat Muslim Petani Salak di Kecamatan Padangsidempuan Barat", Penelitian Kolektif, STAIN Padangsidempuan, 2010.
- Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997.
- Siregar Syofyan, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005.
- Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*, Jakarta: Erlangga, 2009.
- <https://elfiraworotitjan.wordpress.com/2010/09/19/pengendalian-biaya-distribusi.com>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ADANGSIDIMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan
Telp. (0634) 22080 Fax (0634) 24022 Kode Pos 22733

Nomor : B-81/In. 14/G.6a/PP.00.9/03/2017

Padangsidimpuan, 8 Maret 2017

Lampiran : -

Perihal : *Permohonan Kesediaan
Menjadi Pembimbing*

Kepada Yth,

Bapak/Ibu:

1. Mudzakkir Khotib Siregar, M.A.
2. Delima Sari Lubis, M.A.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama	: Ridho Safaat
NIM	: 12 230 0033
Jurusan	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi Lama	: Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan
Judul Skripsi Baru	: Pengaruh Biaya Distribusi Dan Jumlah Karyawan Terhadap Volume Penjualan Produk Salak Pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan

Berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian Kelayakan Judul Skripsi, judul tersebut dapat diterima sebagai judul skripsi, untuk itu diharapkan kepada Bapak/Ibu membimbing mahasiswa tersebut dalam penulisan proposal dan skripsi serta sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan dan atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Mengetahui:

Dean,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan

Muhammad Isa, S. T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A.
NIP. 19721121 199903 1 002

BERSEDIA / TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II

Delima Sari Lubis, M.A.
NIP. 19840512 201403 2 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T.Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-2053 /In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016

19 September 2016

Tempat : Mohon Izin Riset

Di,
Koperasi Agrina
Kecamatan Angkola Barat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama : Ridho Safaat
NIM : 12 230 0033
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Salak pada Koperasi Agrina Kecamatan Angkola Barat Tapanuli Selatan".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001



**SENTRA INDUSTRI KECIL
PENGOLAHAN BUAH SALAK
KOPERASI AGRINA**

Jln. Sibolga Km 12 Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat
KABUPATEN TAPANULI SELATAN

Kontak Person: 085262660963 - 081265488587



Nomor : 77/KOP-AGR/SEP/2016
Perihal : Surat Keterangan Melakukan Penelitian

Kepada Yth :
Bapak/Ibu Pimpinan IAIN
FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN)
di Padangsidimpuan

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa:

Nama : RIDHO SAFAAT
Nim : 12 230 0033
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Bahwa saudara tersebut telah melakukan penelitian dimulai dari bulan September 2016 sampai dengan November 2016 di Koperasi Agrina dengan judul "Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Salak pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenarnya untuk dapat digunakan sebagaimana diperlunya.

Ketua Koperasi



(SARBENI HARAHAQ)



**SENTRA INDUSTRI KECIL
PENGOLAHAN BUAH SALAK
KOPERASI AGRINA**

Jln. Sibolga Km 12 Desa Parsalakan, Kec. Angkola Barat
KABUPATEN TAPANULI SELATAN

Kontak Person: 085262660963 - 081265488587



Nomor : 77/KOP-AGR/SEP/2016

Perihal : Izin Riset

Kepada Yth :

Bapak/Ibu Pimpinan IAIN

FAKULTAS EKONOMI DAN

BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA

ISLAM NEGERI (IAIN)

di Padangsidempuan

Dengan hormat,

Sehubungan dengan surat Bapak No: B-2253/In.14/G/G.4b/TL.00/09/2016 tentang seorang mahasiswa:

Nama : Ridho Safaat

Nim : 12 230 0033

Semester : IX (Sembilan)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Produk Salak pada Koperasi Agrina Desa Parsalakan Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

untuk melaksanakan penelitian dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi di fakultas yang Bapak pimpin.

Maka dengan ini kami sampaikan bahwa Koperasi Agrina menerima kehadiran mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Angkola Barat, 23 September

Ketua Koperasi



(SARBENTHARAHAP)

Lampiran 1

Gambaran Data Penelitian

NO	Bulan	BIAYA DISTRIBUSI (X1)		JUMLAH KARYAWAN (X2)		VOLUME PENJUALAN (Y)	
		X1	Ln (X1)	X2	Ln (X2)	Y	Ln (Y)
1	Oktober 2013	19411350	7,288056	23	3,135494216	19673000	7,293871
2	November	16662250	7,221734	23	3,135494216	24852000	7,395361
3	Desember	18255350	7,26139	25	3,218875825	28654000	7,457185
4	Januari 2014	16068250	7,205969	25	3,218875825	30388000	7,482702
5	Februari	18764450	7,273336	24	3,17805383	30160000	7,479431
6	Maret	13212400	7,120982	23	3,135494216	19592000	7,292079
7	April	16529175	7,218251	22	3,091042453	22695000	7,35593
8	Mei	15558200	7,191959	22	3,091042453	35470000	7,549861
9	Juni	16548150	7,218749	22	3,091042453	24550000	7,390051
10	Juli	17695000	7,247851	22	3,091042453	29867000	7,475192
11	Agustus	17215000	7,235907	23	3,135494216	26668000	7,42599
12	September	20715500	7,316295	21	3,044522438	18103000	7,257751
13	Oktober	19534000	7,290791	21	3,044522438	26190000	7,418135
14	November	16828000	7,226033	21	3,044522438	38400000	7,584331
15	Desember	16810000	7,225568	24	3,17805383	27813000	7,444248
16	Januari 2015	16782500	7,224857	24	3,17805383	47698000	7,6785
17	Februari	15801000	7,198685	21	3,044522438	17037000	7,231393
18	Maret	15397000	7,187436	21	3,044522438	19622000	7,292743
19	April	15797000	7,198575	21	3,044522438	14117000	7,149742
20	Mei	15290000	7,184407	21	3,044522438	18003000	7,255345
21	Juni	15820000	7,199206	21	3,044522438	24406000	7,387497
22	Juli	15140000	7,180126	19	2,944438979	23852000	7,377525
23	Agustus	15770000	7,197832	22	3,091042453	19510000	7,290257
24	September	20955000	7,321288	19	2,944438979	22150000	7,345374
25	Oktober	19684000	7,294113	19	2,944438979	22320000	7,348694
26	November	15035000	7,177103	19	2,944438979	27948000	7,446351
27	Desember	15200000	7,181844	23	3,135494216	29333000	7,467356
28	Januari 2016	15895000	7,201261	23	3,135494216	57380000	7,758761
29	Februari	18235000	7,260906	20	2,995732274	19072000	7,280396
30	Maret	19030000	7,279439	20	2,995732274	20897000	7,320084
31	April	19230000	7,283979	20	2,995732274	19560000	6,291369
32	Mei	17564500	7,244636	19	2,944438979	24349000	7,386481
33	Juni	18456500	7,266149	19	2,944438979	23560000	7,372175
34	Juli	14985000	7,175657	19	2,944438979	19867000	7,298132
35	Agustus	19756000	7,295699	18	2,890371758	19983400	7,300669
36	September	18348500	7,263601	18	2,890371758	19345000	7,286569

Lampiran 2

1. Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BD	36	16.397	16.858	16.65279	.107865
JK	36	2.890	3.219	3.05487	.091915
VP	36	16.463	17.865	17.00507	.286042
Valid N (listwise)	36				

2. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		BD	JK	VP
N		36	36	36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16.65279	3.05487	17.00507
	Std. Deviation	.107865	.091915	.286042
Most Extreme Differences	Absolute	.108	.135	.113
	Positive	.108	.135	.113
	Negative	-.091	-.122	-.092
Test Statistic		.108	.135	.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.094 ^c	.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

3. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.555	7.624		1.647	.109		
1 BD	.012	.426	.005	.029	.977	.939	1.065
JK	1.390	.500	.447	2.778	.009	.939	1.065

a. Dependent Variable: VP

4. Heteroskedastisitas

Correlations

			BD	JK	ABS_RES
Spearman's rho	BD	Correlation Coefficient	1.000	-.180	-.300
		Sig. (2-tailed)	.	.293	.076
		N	36	36	36
	JK	Correlation Coefficient	-.180	1.000	.068
		Sig. (2-tailed)	.293	.	.691
		N	36	36	36
	ABS_RES	Correlation Coefficient	-.300	.068	1.000
		Sig. (2-tailed)	.076	.691	.
		N	36	36	36

5. Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.446 ^a	.199	.150	.263722	1.888

a. Predictors: (Constant), JK, BD

b. Dependent Variable: VP

6. Uji Koefisien Secara Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.555	7.624		1.647	.109
1 BD	.012	.426	.005	.029	.977
JK	1.390	.500	.447	2.778	.009

a. Dependent Variable: VP

7. Uji Koefisien Secara Bersama-Sama

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.569	2	.284	4.088	.026 ^b
Residual	2.295	33	.070		
Total	2.864	35			

a. Dependent Variable: VP

b. Predictors: (Constant), JK, BD

Lampiran 3

T Tabel Statistik

df	0,01	0,025	0,05	Df	0,01	0,025	0,05
1	25,452	12,706	6,314	31	2,356	2,040	1,696
2	6,205	4,303	2,920	32	2,352	2,037	1,694
3	4,177	3,182	2,353	33	2,348	2,035	1,692
4	3,495	2,776	2,132	34	2,345	2,032	1,691
5	3,163	2,571	2,015	35	2,342	2,030	1,690
6	2,969	2,447	1,943	36	2,339	2,028	1,688
7	2,841	2,365	1,895	37	2,336	2,026	1,687
8	2,752	2,306	1,86	38	2,334	2,024	1,686
9	2,685	2,262	1,833	39	2,331	2,023	1,685
10	2,634	2,228	1,812	40	2,329	2,021	1,684
11	2,593	2,201	1,796	41	2,327	2,020	1,683
12	2,560	2,179	1,782	42	2,325	2,018	1,682
13	2,533	2,160	1,771	43	2,323	2,017	1,680
14	2,510	2,145	1,761	44	2,321	2,015	1,680
15	2,490	2,131	1,753	45	2,319	2,014	1,679
16	2,473	2,120	1,746	46	2,317	2,013	1,679
17	2,458	2,110	1,740	47	2,315	2,012	1,678
18	2,445	-2,101	-1,734	48	2,314	2,011	1,677
19	2,433	2,093	1,729	49	2,312	2,010	1,677
20	2,423	2,086	1,725	50	2,311	2,009	1,676
21	2,414	2,080	1,721	51	2,310	2,008	1,675
22	2,405	2,074	1,717	52	2,308	2,007	1,675
23	2,398	2,069	1,714	53	2,307	2,006	1,674
24	2,391	2,064	1,711	54	2,306	2,005	1,674
25	-2,385	2,060	1,708	55	2,304	2,004	1,673
26	2,379	2,056	1,706	56	2,303	2,003	1,673
27	2,373	2,052	1,703	57	2,302	2,002	1,672
28	2,368	2,048	1,701	58	2,301	2,002	1,672
29	2,364	2,045	1,699	59	2,300	2,001	1,617
30	2,360	2,042	1,697	60	2,290	2,000	1,617

Sumber:SPSS 22

Lampiran 4

F Tabel statistik (Level Signifikansi 0,05)

df	1	2	3	4	5	df	1	2	3	4	5
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,290	32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	34	4,130	3,275	2,883	2,650	2,494
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	35	4,131	3,267	2,874	2,641	2,485
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	36	4,128	3,258	2,872	2,634	2,477
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	37	4,126	3,252	2,869	2,626	2,470
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393
23	4,279	3,422	3,028	2,795	2,640	53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	54	4,020	3,168	2,770	2,543	2,386
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383
26	4,225	3,360	2,975	2,743	2,587	56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368

Sumber: SPSS 22

Lampiran 5

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$										
n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748

**DATA BIAYA DISTRIBUSI, JUMLAH KARYAWAN
DAN VOLUME PENJUALAN
PERIODE OKTOBER 2013 SAMPAI SEPTEMBER 2016**

NO	Bulan	BIAYA DISTRIBUSI (Rp)	JUMLAH KARYAWAN (Orang)	VOLUME PENJUALAN (Rp)
1	Oktober 2013	19.411.350	23	19.673.000
2	November	16.662.250	23	24.852.000
3	Desember	18.255.350	25	28.654.000
4	Januari 2014	16.068.250	25	30.388.000
5	Februari	18.764.450	24	30.160.000
6	Maret	13.212.400	23	19.592.000
7	April	16.529.175	22	22.695.000
8	Mei	15.558.200	22	35.470.000
9	Juni	16.548.150	22	24.550.000
10	Juli	17.695.000	22	29.867.000
11	Agustus	17.215.000	23	26.668.000
12	September	20.715.500	21	18.103.000
13	Oktober	19.534.000	21	26.190.000
14	November	16.828.000	21	38.400.000
15	Desember	16.810.000	24	27.813.000
16	Januari 2015	16.782.500	24	47.698.000
17	Februari	15.801.000	21	17.037.000
18	Maret	15.397.000	21	19.622.000
19	April	15.797.000	21	14.117.000
20	Mei	15.290.000	21	18.003.000
21	Juni	15.820.000	21	24.406.000
22	Juli	15.140.000	19	23.852.000
23	Agustus	15.770.000	22	19.510.000
24	September	20.955.000	19	22.150.000
25	Oktober	19.684.000	19	22.320.000
26	November	15.035.000	19	27.948.000
27	Desember	15.200.000	23	29.333.000
28	Januari 2016	15.895.000	23	57.380.000
29	Februari	18.235.000	20	19.072.000
30	Maret	19.030.000	20	20.897.000
31	April	19.230.000	20	19.560.000
32	Mei	17.564.500	19	24.349.000
33	Juni	18.456.500	19	23.560.000
34	Juli	14.985.000	19	19.867.000
35	Agustus	19.756.000	18	19.983.400
36	September	18.348.500	18	19.345.000



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- I.** Nama : Ridho Safaat
Nim : 12 230 0033
Tempat/tanggal lahir : Padangsidimpuan, 03 Agustus 1993
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan (Aek Bayur),
Padangsidimpuan
Agama : Islam
No. Telp : 0822 7264 3288
- II.** Nama Orangtua
Nama Ayah : Alm. Kadiyono
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Siti Aisyah
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan (Aek Bayur),
Padangsidimpuan

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tahun 2000-2006 : SD Negeri 200301 Pudun
2. Tahun 2006-2009 : SMP Swasta Nurul`Ilmi Padangsidimpuan
3. Tahun 2009-2012 : SMA Swasta Nurul`Ilmi Padangsidimpuan
4. Tahun 2012-2016 : Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.