

**HUBUNGAN ANTARA BIAYA PROMOSI DAN BIAYA
DISTRIBUSI DENGAN VOLUME PENJUALAN PRODUK
HANDICRAFT PADA PT SARINAH DI JAKARTA**

WIRA HADI SAPUTRO

8105097482



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelara Sarjana Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2013**

**RELATIONSHIP BETWEEN PROMOTION COST AND
DISTRIBUTION COST WITH SALES VOLUME
HANDICRAFT PRODUCT AT PT SARINAH IN JAKARTA**

WIRA HADI SAPUTRO

8105097482



**This thesis Compiled As One Of The Requirements For Obtaining a
Bachelor of Education Degree In Economics Faculty of the State University
of Jakarta**

**COMMERCE EDUCATION STUDIES PROGRAM
DEPARTMENT OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2013**

ABSTRAK

WIRA HADI SAPUTRO. Hubungan Antara Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Dengan Volume Penjualan Produk Handicraft pada PT Sarinah di Jakarta. Skripsi, Jakarta : Program Studi Pendidikan Tata Niaga. Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Juli 2013.

Penjualan merupakan ujung tombak bagi perusahaan sehingga keuntungan atau kerugian yang dialami perusahaan tergantung pada volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan, di antaranya melalui faktor promosi dan distribusi. Perusahaan membutuhkan biaya promosi dan biaya distribusi yang cukup sebagai sarana untuk meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara biaya promosi dengan volume penjualan, hubungan antara biaya distribusi dengan volume penjualan serta hubungan antara biaya promosi dan biaya distribusi dengan volume penjualan pada PT Sarinah (Persero). Data yang digunakan merupakan data sekunder dalam bentuk semester mulai tahun 2003 sampai dengan 2012. Data dianalisis dengan statistik deskriptif dan statistik parametrik yang meliputi korelasi, koefisien determinasi, uji t, uji F dan regresi.

Dari hasil perhitungan, diketahui nilai L_{hitung} galat taksiran Y atas X_1 sebesar 0,087 dan L_{tabel} untuk $n=20$ sebesar 0,198. Dengan demikian $L_{hitung} < L_{tabel}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa galat taksiran Y atas X_1 adalah normal. Untuk galat taksiran Y atas X_2 diperoleh L_{hitung} 0,147 dan L_{tabel} 0,198. Dari perhitungan tersebut diketahui $L_{hitung} < L_{tabel}$, yang berarti galat taksiran Y atas X_2 berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Kemudian, hasil perhitungan statistik menunjukkan persamaan regresi $\hat{Y} = 0,362 + 0,406X_1$ adalah sangat signifikan, karena nilai F hitung (87,274) > F tabel pada $\alpha = 0,01$, yaitu 8,825. Sementara untuk uji linearitas regresi diperoleh nilai F hitung sebesar 16,125, sedangkan nilai F-tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan dk pembilang 17 dan dk penyebut 1 adalah 246,918. Oleh karena nilai F-hitung < F-tabel, maka persamaan regresi volume penjualan atas biaya promosi adalah linear. Hasil koefisien determinasi (r_{y1}^2) = 0,829, yang berarti 82,9% variasi volume penjualan dapat dijelaskan oleh variasi biaya promosi melalui persamaan regresi $\hat{Y} = 0,362 + 0,406X_1$. Untuk uji signifikansi koefisien regresi diperoleh nilai F-hitung 57,283 sedangkan nilai F tabel pada $\alpha = 0,01$ adalah 8,825. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai F hitung (57,283) > dari nilai F tabel (8,825), sehingga menunjukkan bahwa persamaan regresi $\hat{Y} = 0,597 + 0,507X_2$ adalah sangat signifikan. Sementara untuk uji linearitas regresi diketahui bahwa nilai F_{hitung} yang diperoleh (27,325) < nilai F tabel pada $\alpha = 0,05$ dengan dk pembilang 17 dan dk penyebut 1 (246,918). Dengan hasil tersebut, maka bentuk persamaan regresi $\hat{Y} = 0,597 + 0,507X_2$ adalah linear. Hasil perhitungan signifikansi koefisien korelasi diperoleh $t_{hit} =$

$7,569 > t_{\text{tabel}} = 2,878$ pada $\alpha = 0,01$ dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi antara biaya distribusi dengan volume penjualan sangat signifikan. Hasil koefisien determinasi (r_{y2^2}) = 0,761 yang berarti bahwa 76,1% variasi atau naik turunnya volume penjualan dapat dijelaskan oleh variasi biaya distribusi melalui persamaan regresi $\hat{Y} = 0,597 + 0,507X_2$. Berdasarkan uji signifikansi persamaan regresi dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi ganda $\hat{Y} = 0,320 + 0,322X_1 + 0,119X_2$ sangat signifikan. Kesimpulan tersebut didasarkan pada nilai $F_{\text{hit}} (43,018) > F_{\text{tab}} (6,112)$. Ini berarti terdapat hubungan positif antara biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama dengan volume penjualan. Dari hasil perhitungan uji signifikansi koefisien korelasi ganda $F_{\text{hit}} = 43,018 > F_{\text{tabel}} = 6,112$ dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi hubungan antara biaya promosi dan biaya distribusi secara bersama-sama dengan volume penjualan yang memiliki koefisien korelasi ($R_{y.12}$) = 0,914 adalah sangat signifikan. Dari koefisien korelasi tersebut selanjutnya dapat diketahui koefisien determinasinya ($r_{y.12^2}$) = 0,835, yang berarti 83,5% variasi volume penjualan dapat dijelaskan oleh biaya promosi dan biaya distribusi melalui persamaan regresi $\hat{Y} = 0,320 + 0,322X_1 + 0,119X_2$.

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka biaya promosi dan biaya distribusi perlu ditingkatkan. Anggaran distribusi perlu ditingkatkan setiap tahunnya yang disertai dengan analisa yang mendalam dalam memilih strategi promosi agar hasil efektif dan efisien sehingga dapat optimal dalam meningkatkan volume penjualan. Perusahaan juga perlu meningkatkan biaya distribusi dalam anggaran tahunannya yang diimbangi dengan usaha memilih jalur-jalur dan metode distribusi yang tepat, agar hasilnya dapat optimal dalam meningkatkan volume penjualan.

ABSTRACT

WIRA HADI SAPUTRO. *Relationship Between Promotion Cost and Distribution Cost With Sales Volume Handicraft Product at PT Sarinah in Jakarta. Thesis, Jakarta: Commerce Education Program. Department of Economics and Administration, Faculty of Economics, State University of Jakarta. July 2013.*

Sales is a spearheading for the company, so that the gains or losses depending on the company's sales volume. Therefore, companies need the right strategy to increase sales volume, including through the promotion and distribution factors. Company promotion costs and distribution costs enough as a means to increase sales volume.

This study aims to determine the relationship between the cost of promotion with sales volume, relationship between distribution costs with sales volume and relationship between the cost of promotion and distribution costs with sales volume at PT Sarinah (Persero). The data used are secondary data in the form of the semester starting in 2003 until 2012. Data were analyzed with descriptive statistics and parametric statistics include correlation, coefficient of determination, t test, F test and regression.

From the calculation, the estimated value is known L_{value} error of Y on X1 and L_{table} 0.087 for $n = 20$ at 0,198. Thus $L_{\text{value}} < L_{\text{table}}$ so it can be concluded that the error estimate of Y on X1 is normal. For the error estimates obtained L_{value} Y on X2 0.147 and 0.198 L_{table} . From these calculations are known $L_{\text{value}} < L_{\text{table}}$, which means that the estimated error of Y on X2 are normally distributed population. Then, the results of statistical calculation shows the regression equation $y = 0.362 + 0.406 X_1$ is very significant, because the calculated F_{value} (87.274) $> F_{\text{table}}$ at $\alpha = 0.01$, ie 8,825. As for the linearity test regression is calculated F value of 16.125, while the F-table value at $\alpha = 0.05$ with 17 df numerator and denominator df 1 is 246.918. Therefore, the calculated value of $F < F_{\text{table}}$, then the regression equation above volume sales promotion costs are linear. The coefficient of determination (r^2) = 0.829, which means 82.9% of the variation in sales volume can be explained by variations in the cost of promotion through the regression equation $y = 0.362 + 0.406 X_1$. To test the significance of regression coefficients obtained F-value of 57.283 while the calculated value of F table at $\alpha = 0.01$ is 8.825. Note that the calculation of the value of F calculated (57.283) $>$ from the F table value (8.825), suggesting that the regression equation $y = 0.597 + 0.507 X_2$ is very significant. As for the linearity test regression is known that the value obtained F value (27.325) $<$ F table value at $\alpha = 0.05$ with 17 df numerator and denominator df 1 (246.918). With these results, the form of the regression equation $y = 0.597 + 0.507 X_2$ is linear. Significance of the correlation coefficient calculation results obtained $t_{\text{value}} = 7.569 > t_{\text{table}} = 2.878$ at $\alpha = 0.01$ it can be concluded that the correlation coefficient between the cost of distribution with

significant sales volume. The coefficient of determination (r^2) = 0.761 which means that 76.1% of variation or fluctuation in sales volume can be explained by variations in the cost of distribution through the regression equation $y = 0.597 + 0.507 X_2$. Significance test based on the regression equation it can be concluded that the multiple regression equation $y = 0.320 + 0.322 X_1 + 0.119 X_2$ is very significant. Conclusions are based on the value of $F_{\text{value}} (43.018) > F_{\text{table}} (6,112)$. This means that there is a positive relationship between the cost of promotion and distribution costs together with sales volume. From the calculation of multiple correlation coefficient significance test $F_{\text{value}} = 43.018 > F_{\text{table}} = 6.112$ can be concluded that the correlation coefficient between the cost of promotion and distribution costs together with the volume of sales that have a correlation coefficient ($R_{y.12}$) = 0.914 is very significant. Of the correlation coefficient can then known coefficient of determination ($r_{y.12}^2$) = 0.835, which means 83.5% of the variation can be explained by the volume of sales promotion costs and distribution costs through the regression equation $y = 0.320 + 0.322 X_1 + 0.119 X_2$.

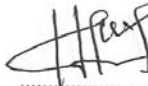


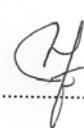
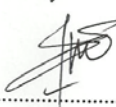
Based on report this study, the promotion cost and distribution costs need to be improved. Distribution budget needs to be increased each year, along with in-depth analysis in order to choose a promotion strategy effectively and efficiently so that the results can be optimized to increase sales volume. The company also needs to increase the distribution cost in the annual budget that is balanced with select business lines and the proper distribution method, so the results can be optimized to increase sales volume.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENANGGUNG JAWAB
DEKAN FAKULTAS EKONOMI



Drs. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua		30 Juli 2013
2. <u>Dra. Rochyati</u> NIP. 195404031985032001	Sekretaris		30 Juli 2013
3. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		29 Juli 2013
4. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982932001	Pembimbing I		30 Juli 2013
5. <u>Dra. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing II		31 Juli 2013

Tanggal Lulus: 29 Juli 2013

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2013
Yang membuat pernyataan



Wira Hadi Saputro
No. Reg 8105097482

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alaamin. Puji syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Hubungan Antara Biaya Promosi dan Biaya Distribusi Dengan Volume Penjualan Produk Handicraft Pada PT. Sarinah (Persero) di Jakarta" dengan lancar. Diajukannya Tugas Akhir ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat penyelesaian studi Strata I (S1) Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.).

Penyelesaian tugas akhir ini dapat berjalan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini jauh dari sempurna serta masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akan tetapi, penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jakarta, 22 Juli 2013

Penulis