

**PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP VOLUME  
PENJUALAN TELUR AYAM RAS DI PETERNAKAN WIJAYA KUSUMA  
FARM DESA MEGULUNG KIDUL KECAMATAN PITURUH  
KABUPATEN PURWOREJO.**

**Wuri handayani  
Manajemen / 17.12.00007**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Telur Ayam Ras Peternakan Wijaya Kusuma Farm Desa Megulung Kidul Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo”. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dan survai dengan menggunakan bantuan kuesioner dan studi pustaka. Sampel yang di gunakan teknik *purposive sampling*. Variable yang terkait dalam penelitian ini yaitu saluran distribusi terhadap volume penjualan dengan metode analisis regresi linier sederhana. Semua pernyataan di uji dengan uji validitas, dan reabilitas yang memiliki kolerasi  $> 0,300$  (valid) dan memiliki koefisien alpha  $> 6,0$  (reliabel). Berdasarkan dari kolerasi sederhana menunjukkan hubungan antara variabel saluran distribusi terhadap variabel volume penjualan diperoleh sebanyak 0,591, artinya variabel saluran distribusi memiliki hubungan yang sedang terhadap variabel volume penjualan. Persamaan regresi sederhana  $Y = 16,078 + 0,341X$  hasil konstanta diperoleh sebanyak 16,078. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa hasil kontribusi dari variabel saluran distribusi sebesar 15,3% dan 84,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Pada uji t menunjukkan bahwa  $H_1$  variabel saluran distribusi secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel volume penjualan.  $H_0$  ini ditunjukkan dengan  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  ( $2,787 > 2,016$ ) dan tingkat signifikan sebesar ( $0,008 < 0,05$ ).

**Kata kunci: saluran distribusi, volume penjualan**

**Abstract**

*This study aims to analyze "The Effect of Distribution Channels on Sales Volume of Chicken Eggs at Wijaya Kusuma Farm, Megulung Kidul Village, Pituruh District, Purworejo Regency". This study uses data collection techniques and surveys using questionnaires and literature studies. The sample used was purposive sampling technique. The related variable in this research is distribution channel to sales volume using simple linear regression analysis method namely : simple correlation , simple regression , the coefficient of determination , and t test.*

*The simple regression equation  $Y = 16.078 + 0.341X$  constant results obtained as much as 16.078. The analysis of the coefficient of determination shows that the contribution of the distribution channel variable is 15.3% and 84.7% is influenced by other factors. The t-test shows that the distribution channel variable  $H_1$  partially has a positive and significant effect on the sales volume variable. This is indicated by t count greater than (table) ( $2.787 > 2.016$ ) and a significant level of ( $0.008 < 0.05$ ).*

**Keyword: distribution channel, sales volume**

## **PENDAHULUAN**

Zaman semakin modern kebutuhan masyarakat terus meningkat baik kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder. Perkembangan bisnis di Indonesia juga mengalami peningkatan seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen. Dalam dunia bisnis persaingan pasar menjadi tantangan yang wajib di hadapi oleh setiap perusahaan. Perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat supaya dapat bertahan dipasaran. Dengan strategi pemasaran yang tepat perusahaan akan lebih mudah dalam mencapai tujuan perusahaan salah satunya adalah meningkatkan volume penjualan. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen perusahaan harus memperlancar arus barang dari produsen hingga ke konsumen akhir, karena saluran distribusi merupakan salah satu strategi pemasaran yang penting untuk meyakinkan konsumen. Setiap perusahaan harus menggunakan saluran distribusi yang tepat supaya perusahaan dapat memaksimalkan laba dan memperluas jangkauan pasar. Seperti halnya pada peternakan Wijaya Kusuma Farm dalam memilih kegiatan saluran distribusi dengan mempertimbangkan banyak hal supaya dapat memilih saluran distribusi yang tepat. Peternakan Wijaya Kusuma Farm menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung dalam mendistribusikan produknya, upaya ini dilakukan supaya peternakan dapat memaksimalkan penjualan telur ayam ras dan memperluas jangkauan pasar sehingga volume penjualan telur ayam ras di peternakan ini meningkat. Peternakan Wijaya Kusuma Farm memilih pedagang eceran (warung) sebagai perantara untuk menyalurkan produknya ke konsumen.

peternakan Wijaya Kusuma Farm ?.

memaksimalkan laba dan memperluas jangkauan pasar. Seperti halnya pada peternakan Wijaya Kusuma Farm dalam memilih kegiatan saluran distribusi dengan mempertimbangkan banyak hal supaya dapat memilih saluran distribusi yang tepat. Peternakan Wijaya Kusuma Farm menggunakan saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung dalam mendistribusikan produknya, upaya ini dilakukan supaya peternakan dapat memaksimalkan penjualan telur ayam ras dan memperluas jangkauan pasar sehingga volume penjualan telur ayam ras di peternakan ini meningkat. Peternakan Wijaya Kusuma Farm memilih pedagang eceran (warung) sebagai perantara untuk menyalurkan produknya ke konsumen.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi terhadap volume penjualan telur ayam ras di

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan hipotesis kerja

yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan telur ayam ras di peternakan Wijaya Kususma Farm

Desa Megulung Kidul Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo.

Ha : Secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan telur ayam ras di peternakan Wijaya Kususma Farm Desa Megulung Kidul Kecamatan Pituruh Kabupaten Purworejo.

## **LANDASAN TEORI**

### **Volume Penjualan**

Rangkuti (2009:207) menyatakan bahwa “Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter”.

Menurut pendapat Swasta (2003:141) mengenai pengertian volume penjualan yaitu: “Volume penjualan merupakan penjualan bersih dari laporan laba perusahaan.”

Faktor – faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut pendapat dari Rangkuti (2009:207) antara lain:

#### 1. Kualitas barang

Kualitas produk yang menurun dapat berpengaruh ke volume penjualan, pelanggan akan merasa kecewa jika produk yang sudah biasa dibeli kualitasnya menurun

sehingga pelanggan akan beralih ke produk lain yang kualitasnya lebih tinggi.

#### 2. Selera konsumen

Selera konsumen akan berubah seiring dengan perkembangan zaman, volume penjualan akan menurun jika selera konsumen berubah terhadap produk yang kita jual.

#### 3. Servis terhadap pelanggan

Dengan adanya servis terhadap pelanggan yang baik maka dapat meningkatkan volume penjualan.

#### 4. Persaingan menurunkan harga jual

Untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dapat memberikan potongan harga dengan syarat tertentu dan kepada pihak tertentu.

Indikator dari volume penjualan menurut Kotler dalam Swasta dan Irwan (2014:423) yaitu:

1. Mencapai volume penjualan tertentu : berdasarkan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya untuk mencapai penjualan yang tinggi.
2. Mendapatkan laba : berdasarkan kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba untuk menarik para investor.

3. Menunjang pertumbuhan perusahaan : berdasarkan kemampuan perusahaan dalam menjual produknya untuk mendapatkan keuntungan sehingga perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan yang ketat.

## **SALURAN DISTRIBUSI**

Definisi Saluran Distribusi menurut Tjipono (2014:295) yaitu:

Saluran distribusi merupakan serangkaian partisipan organisasional yang melakukan semua fungsi yang dibutuhkan untuk menyampaikan produk maupun jasa dari penjual ke pembeli akhir.

### **Indikator Saluran Distribusi**

Kotler (2009:122) berpendapat bahwa saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan dapat di ukur melalui indikator sebagai berikut:

1. Sistem transportasi : berdasarkan alat transportasi yang digunakan perusahaan dalam menyalurkan produknya.
2. Ketersediaan produk : berdasarkan jumlah produk yang disediakan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Waktu penantian : berdasarkan berapa lama waktu konsumen menunggu produk yang diinginkan.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis data dalam penelitian ini yaitu data kualitatif berupa gambaran objek penelitian dan gambaran variabel penelitian. Data kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini yaitu berupa hasil jawaban dari kuesioner yang mencangkup tentang saluran distribusi yang digunakan peternakan WijayaKusuma Farm terhadap volume penjualan telur ayam ras yang pernah dibagikan kepada responden atau pemilik warung.

Sumber data penelitian ini yaitu data primer yang pengambilan data dengan instrumen pengamatan, wawancara, catatan lapangan dan penggunaan dokumen. . Sumber data sekunder pada penelitian ini adalah dokumen, buku, dan data-data yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti oleh peneliti.

Teknik pengambilan data menggunakan wawancara, untuk keperluan wawancara peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner. Penyusunan kuesioner dengan memperhatikan panduan definisi operasional dan pengukuran variabel yang telah ditetapkan.

Dokumentasi data yang diperoleh dari dolumen yang tersedia peternakan Wijaya Kusuma Farm.

Populasi dalam penelitian ini yaitu 113 warung yang di suplai telur ayam ras oleh peternakan WijayaKusuma Farm. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini di ambil 40% dari keseluruhan jumlah populasi 113 dengan kriteria warung yang dalam waktu satu bulan dapat menjual telur ayam ras lebih dari 50 kg, sehingga didapat jumlah sampel untuk penelitian ini yaitu 45 responden.

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang menganalisis variabel bebas dan terikat yang terdiri dari variabel saluran distribusi (X) dan variabel volume penjualan (Y) yang akan dianalisis menggunakan teknis analisis data uji vailiditas dan reabilitas instrument penelitian, kolerasi sederhana, regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji t. Pengolahan data menggunakan *SPSS for windows* versi 24.0

## ANALISIS DATA

### 1. Gambaran umum variabel penelitian

#### a. Variabel Saluran Distribusi (X)

Saluran distribusi dalam penelitian ini merupakan kegiatan peternakan Wijaya Kusuma Farm dalam menyalurkan produk serta memperluas jangkauan pasar hingga ke tangan konsumen, sehingga peneliti mengambil indikator berupa:

- 1) Peternakan Wijaya Kusuma Farm menggunakan sistem transportasi *delivery* untuk mengantar pesanan pelanggan.
- 2) Ketersediaan produk di peternakan Wijaya Kusuma Farm dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

3) Pengiriman telur ayam ras ke pelanggan dapat di kirim setiap saat.

#### b. Variabel Volume Penjualan (Y)

Volume penjualan dalam penelitian ini merupakan kemampuan peternakan Wijaya Kusuma dalam menjual produknya ke pelanggan, sehingga indikator penelitian ini berupa :

- 1) Mempunyai target untuk mencapai volume penjualan yang telah ditetapkan.
- 2) Pesanan telur pada masa pandemic mengalami peningkatan.
- 3) Peternakan Wijaya Kusuma Farm bekerjasama dengan pedagang eceran dalam memasarkan produknya untuk menunjang pertumbuhan perusahaan.

## 2. Regresi Linear Sederhana

Table 1  
Table *Coefficients*  
**Correlations**

		Saluran distribusi	Volume penjualan
Saluran distribusi	Pearson Correlation	1	.591**
	Sig. (2-tailed)		.008
	N	45	45
Volume penjualan	Pearson Correlation	.591**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	45	45

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat dibentuk persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 16,078 + 0,341X$$

Berdasarkan persamaan regresi linier sederhana tersebut dapat dijelaskan bahwa jika saluran distribusi nilainya 0, maka

volume penjualan (Y) nilainya positif sebesar 16,078. Nilai koefisien regresi variabel saluran distribusi sebesar 0,341, yang berarti apabila variabel saluran distribusi naik maka tingkat volume penjualan naik sebesar 0,341.

## 3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 2  
Table Koefisien Determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.591 <sup>a</sup>	.153	.133	.644

a. Predictors: (Constant), Saluran distribusi

b. Dependent Variable: Volume penjualan

Berdasarkan tabel 2 hasil determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai koefisien *R Square* sebesar 0,153 hal ini berarti bahwa variabel volume penjualan 15,3% dipengaruhi oleh variabel saluran distribusi. Sedangkan sisanya sebesar 84,7% (100% - 15,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya faktor produk, faktor harga, fasilitas

gratis ongkir dan sebagainya. Pengaruh variabel saluran distribusi terhadap variabel volume penjualan kecil karena telur ayam ras merupakan kebutuhan pokok dan harganya terjangkau jadi walaupun tidak menggunakan saluran distribusi masyarakat tetap membeli telur ayam ras.

4. Uji t

Table 3  
Table Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.078	3.028		5.310	.000
	Saluran distribusi	.341	.122	.391	2.787	.008

a. Dependent Variable: Volume penjualan

Berdasarkan tabel 3 hasil uji parsial dengan jumlah sampel 45 responden, pada uji-t membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Hasil dari  $t_{tabel}$  dengan  $df = n-k$  (45-2) yaitu 43 dengan alpha 0,05 sebesar 2,016. Variabel saluran distribusi (X) memperoleh nilai sig 0,008 dan  $t_{hitung}$  menunjukkan 2,787. Nilai

sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,008 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan  $t_{tabel}$  ( $2,787 > 2,016$ ) artinya  $H_a$  yang menyatakan secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y) telur ayam ras di

peternakan Wijaya Kusuma Farm diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) bahwa tidak ada pengaruh antara variabel saluran distribusi (X)

terhadap volume penjualan (Y) telur ayam ras di peternakan Wijaya Kusuma Farm di tolak.

## **Pembahasan**

Hasil uji hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Peternakan Wijaya Kusuma Farm menggunakan kendaraan mobil pick up dan memberikan fasilitas gratis ongkir untuk memudahkan pelanggan mendapatkan produk dari peternakan Wijaya Kusuma Farm. Peternakan Wijaya Kusuma Farm merespon pesanan pelanggan dengan cepat serta mengantarkan pesanan pelanggan tepat

waktu. Pelanggan juga dapat memesan telur di peternakan Wijaya Kusuma Farm setiap saat. Penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian Jainudin, Ernawati (2020) yang menyatakan bahwa saluran distribusi mempunyai hubungan erat dengan volume penjualan. Saluran distribusi yang maksimal dari para penyedia produk akan meningkatkan volume penjualan. Saluran distribusi memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

1. Berdasarkan perhitungan kolerasi sederhana hubungan antara variabel saluran distribusi (X) dengan variabel volume penjualan (Y) memperoleh hasil 0,591 yang memiliki interval sedang pada tabel pedoman interpretasi koefisien kolerasi. Hubungan variabel saluran distribusi (X)

terhadap variabel volume penjualan (Y) memiliki kolerasi hubungan yang positif dan searah.

2. Perhitungan regresi linier sederhana diperoleh regresi  $Y = 16,078 + 0,341X$ , artinya bahwa jika saluran distribusi nilainya 0, maka volume penjualan (Y) nilainya positif sebesar 16,078.
3. Hasil perhitungan koefisien determinasi *Adjust R Square*

sebesar 0,644, artinya bahwa volume penjualan 15,3% dipengaruhi oleh variabel saluran distribusi (X). Sedangkan sisanya sebesar 84,7% (100% - 15,3%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti misalnya faktor produk, faktor harga, fasilitas gratis ongkir dan lain sebagainya.

4. Hasil pengujian variabel saluran distribusi (X) ada pengaruh terhadap volume penjualan (Y) telur ayam ras di peternakan

#### **Saran**

1. Peternakan Wijaya Kusuma Farm sebaiknya mempertahankan warung yang sudah menjadi pelanggan, kemudian selain menjual telur ke pedagang eceran peternakan Wijaya Kusuma Farm juga dapat menjual telur ayam ras secara online melalui *marketplace*. Karena produk peternakan ini mudah rusak jadi harus memilih *marketplace* yang dapat di atur jangkauan pasarnya misalnya *marketplace* yang ada di facebook, sehingga pesanan dapat langsung di antar oleh sales peternakan tanpa

Wijaya Kusuma Farm dengan nilai sig sebesar ( $0,008 < 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar ( $2,787 > 2,016$ ), artinya  $H_a$  yang menyatakan secara parsial ada pengaruh yang positif dan signifikan antara saluran distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) bahwa tidak ada pengaruh antara variabel saluran distribusi (X) terhadap volume penjualan (Y) di tolak.

menggunakan jasa ekspedisi. Dengan memasarkan produknya secara online peternakan Wijaya Kusuma Farm dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan penulis pengaruh variabel saluran distribusi terhadap volume penjualan sebesar 15,3% dan 84,7% di pengaruhi oleh faktor lain. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan ada tambahan variabel lain yang mungkin juga memiliki

pengaruh terhadap variable volume penjualan yang belum di teliti oleh penulis.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Freddy Rangkuti, 2009, Strategi Promosi Yang Kreatif, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotter, John P. 2014. *Accelerate : Building Strategic Agility for a Faster-Moving World*. New York : Free Press.
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. "Manajemen Pemasaran Modern". (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Basu, Swasta dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta:Liberty
- Nazir, Moh. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Radiosunu, 2000, *Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Analisis Perencanaan dan Pengendalian* . Jakarta : Erlangga
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung.Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.